

UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA RELIGIÃO

**JOÃO MARCOS DA SILVA**

A ICONOFAGIA GOSPEL:  
arte, corpo, consumo e suas ressignificações  
no cenário evangélico brasileiro contemporâneo.

São Bernardo do Campo

Agosto 2019

UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA RELIGIÃO

**JOÃO MARCOS DA SILVA**

A ICONOFAGIA GOSPEL :  
arte, corpo, consumo e suas ressignificações  
no cenário evangélico brasileiro contemporâneo

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião da Universidade Metodista de São Paulo para a obtenção do título de Doutor em Ciências da Religião sob a orientação da Professora Dra. Sandra Duarte de Souza.

São Bernardo do Campo

Agosto 2019

## FICHA CATALOGRÁFICA

Silva, João Marcos da

A Iconofagia Gospel: arte, corpo, consumo e suas ressignificações no cenário evangélico brasileiro contemporâneo/ João Marcos da Silva – São Bernardo do Campo, 2019.  
219fl.

Tese (Doutorado em Ciências da Religião) – Universidade Metodista de São Paulo – Escola de Comunicação, Educação e Humanidades – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião – São Bernardo do Campo.  
Bibliografia

Orientação de: Sandra Duarte de Souza

1. Cultura Visual
2. Corpo
3. História da Arte
4. Consumo.
5. Iconofagia Gospel

A tese de doutorado sob o título **“A Iconofagia Gospel: arte, corpo, consumo e suas ressignificações no cenário evangélico brasileiro contemporâneo”**, elaborada por João Marcos da Silva, foi defendida e aprovada em 07 de agosto de 2019, perante banca examinadora composta por Profa. Dra. Sandra Duarte de Souza (Presidente/UMESP), Profa. Dra. Magali do Nascimento Cunha, (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação/INTERCOM), Prof. Dr. Helmut Renders (Titular/UMESP), Prof. Dr. Paulo Augusto de Souza Nogueira (Titular/UMESP), Prof. Dr. Etienne Higuët, (Titular/ UFJF)

---

Profa. Dra. Sandra Duarte de Souza  
Orientadora e Presidente da Banca Examinadora

---

Profa. Dr. Lauri Emilio Wirth  
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião

Programa: Pós-Graduação em Ciências da Religião  
Área de Concentração: Religião, Sociedade e Cultura  
Linha de Pesquisa: Religião e Dinâmicas Socioculturais

*Para Celena,  
amor que partilha sua vida comigo.*

## *Agradecimentos*

Aos meus pais Sebastião Paulino (*In Memoriam*) e Julieta Coutinho por doarem amor durante toda jornada de suas vidas.

À Celena, mulher, amiga, companheira. A pessoa que acreditou e me incentivou durante os caminhos pedregosos; a quem dedico meu amor e vida.

Aos irmãos e irmã, Paulo Bach, Carlos Wesley e Carla Marta pelo amor e o caminhar de uma vida toda.

Aos queridos e queridas, João Bértalo & Solange Alves, Thiene & Leonardo e Vinícius, que apesar da distância, me incentivaram e apoiaram a caminhada acadêmica que escolhi.

À Beatriz Bork e Mateus Oliveira pela amizade, apoio e pela magia das palavras curadoras.

Aos amig@s amad@s, Magali Soraya, Eliseu & Janaina, Edemir & Sueli, Daniel Tibiriçá (Dani G), Crislaine Toledo, Fábio “Morera” & Larissa, Glauber Praça, Wesley & Shirley, Luis Carlos & Rosiléia (Léia) e Diogo Brum pela amizade, acolhidas, cafés, conversas, apoio e incentivo neste caminho.

À amiga, professora e orientadora Sandra Duarte de Souza, pelas pontuais e dedicadas orientações, cafés, enriquecimento acadêmico e por me orientar nos momentos onde o caminho ficou obscuro.

À Universidade Metodista de São Paulo, em especial, ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião

Aos tios e tias, Jandira, Juvenal & Solange e Rodrigo.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES - pela concessão da bolsa, apoio e incentivo para a realização desta pesquisa de Doutorado.

Ao Instituto Ecumênico de Pós-Graduação (IEPG), na figura do prof. Jung Mo Sung e da Ana Fonseca, pelo apoio e suporte para a conclusão desta tese.



SILVA, João Marcos da. *A Iconofagia Gospel: arte, corpo, consumo e suas ressignificações no cenário evangélico brasileiro contemporâneo*. Tese de Doutorado em Ciências da Religião. Escola de Comunicação, Educação e Humanidades. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião da Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 2019.

## Resumo

A partir do fenômeno da explosão *gospel* da década de 90, houve uma inserção significativa dos evangélicos na sociedade de consumo e entretenimento, que corroborou para transformações na sua relação com as imagens, particularmente, as imagens de arte comercial produzidas para o mercado evangélico brasileiro. Com isso, os evangélicos passaram a consumir não somente os produtos, mas também as imagens geradas pela cultura *gospel*. Dessa forma, o presente trabalho procura mostrar, pelo olhar da cultura visual e da religião, o fenômeno da *iconofagia gospel* como o processo de devoração de imagens seculares e evangélicas. Por conseguinte, identificou-se, a partir da iconografia evangélica, as ressignificações do corpo no *gospel* e suas consequências nas devorações que alimentam e fomentam os processos de consumo e entretenimento no cenário evangélico brasileiro percebendo como estes impactos iconofágicos proporcionaram uma ressignificação do corpo e da iconografia cristã evangélica que fomentam o consumo e o entretenimento neste processo. A análise terá como base metodológica as teorias de Warburg (2010) sobre a produção iconográfica evangélica por meio dos conceitos da *Pathosformeln* (força de imagens) e da *Nachleben* (as imagens que sobrevivem e retornam no tempo) identificando as apropriações de imagens seculares pelo mercado evangélico no cenário *gospel* brasileiro, e de Baitello (2005), no que corresponde aos processos iconofágicos. No desenvolvimento deste estudo, o texto dialoga com a área da comunicação e da história da arte para uma melhor compreensão do crescimento da produção visual e do mercado *gospel* no Brasil.

**Palavras-chave:** Cultura Visual, Corpo, História da Arte, Consumo, Iconofagia *Gospel*.

SILVA, João Marcos da. *A Iconofagia Gospel: Arte, corpo, consumo e suas ressignificações no cenário evangélico brasileiro contemporâneo*. Tese de Doutorado em Ciências da Religião. Escola de Comunicação, Educação e Humanidade. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião da Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 2019.

## **Abstract**

From the phenomenon of the gospel explosion of the 90s, there was a significant insertion of evangelicals in the society of consumption and entertainment, which corroborated to transformations in its relation with the images, particularly the commercial art images produced for the Brazilian evangelical market. With this, the evangelicals began to consume not only the products, but also the images generated by the gospel culture. Thus, the present work seeks to show, through the eyes of visual culture and religion, the phenomenon of iconofagia gospel as the process of devouring secular and evangelical images. Consequently, the evangelical iconography has identified the re-significances of the body in the gospel and its consequences in the devourings that feed and foment the processes of consumption and entertainment in the Brazilian evangelical scenario, perceiving how these iconofagic impacts provided a re-signification of the body and the Christian iconography that fosters consumption and entertainment in this process. The analysis will have as a methodological basis Warburg's (2010) theories on evangelical iconographic production through the concepts of *Pathosformeln* (force of images) and *Nachleben* (the images that survive and return in time) identifying the appropriations of secular images by the market evangelical in the Brazilian gospel scene, and Baitello (2005), in what corresponds to iconofagic processes. In the development of this study, the text dialogues with the area of communication and art history for a better understanding of the growth of visual production and the gospel market in Brazil.

**Keywords:** Visual Culture, Body, Art History, Consumption, Gospel Iconofagy.

SILVA, João Marcos da. *A Iconofagia Gospel: Arte, corpo, consumo e suas ressignificações no cenário evangélico brasileiro contemporâneo*. Tese de Doutorado em Ciências da Religião. Escola de Comunicação, Educação e Humanidades. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião da Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 2019.

## Resumen

Desde el fenómeno de la “explosión *gospel*” de la década de 90, en Brasil, hubo una inserción significativa de los evangélicos en la sociedad de consumo y entretenimiento que fortaleció las transformaciones en relación con las imágenes, particularmente, las imágenes del arte comercial producidas para el mercado evangélico brasileño. Sin embargo, los evangélicos pasaron a consumir no solo productos, pero también las imágenes generadas por la cultura *gospel*. De esa manera, este trabajo busca mostrar, por la mirada de la cultura visual y de la religión, el fenómeno de la *iconofagia gospel* como proceso de devoración de imágenes seculares y evangélicas. Así, se identificó, a partir de la iconografía evangélica, las resignificaciones del cuerpo en el *gospel* y sus consecuencias en las devoraciones que alimentan y estimulan los procesos de consumo y entretenimiento en el escenario evangélico brasileiro. Con todo, se percibe como estos impactos iconofágicos proporcionaron una resignificación del cuerpo y de la iconografía cristiana evangélica que estimula el consumo y el entretenimiento en este proceso. El análisis tendrá como base metodológica las teorías de Warburg (2010) sobre la producción iconográfica evangélica por medio de los conceptos de *Pathosformeln* (fuerza de imágenes) y de *Nachleben* (las imágenes que sobreviven y vuelven en el tiempo) identificando las usurpaciones de imágenes seculares por el mercado evangélico en el escenario *gospel* brasileiro. También la de Baitello (2005), en lo que corresponde a los procesos iconofágicos. A lo largo de este estudio, el texto dialoga con el área de la comunicación y de la historia del arte para una mejor comprensión del crecimiento de la producción visual y del mercado *gospel* en Brasil.

**Palabras-clave:** Cultura Visual, Cuerpo, Historia del Arte, Consumo, Iconofagia *Gospel*.

## Lista de Figuras

### Lista de Figuras

Figura 1 – O Nascimento de Vênus, de Botticelli .....	29
Figura 2 – A Primavera, de Botticelli .....	29
Figura 3 – Desenho num sarcófago romano .....	29
Figura 4 – Nascimento João Batista, Ghirlandaio .....	29
Figura 5 – Atlas Mnemosyne .....	30
Figura 6 – Gravura: Os dois caminhos .....	35
Figura 7 – Os dois caminhos – recorte ampliado .....	37
Figura 8 – LP O Rei está voltando – Luiz de Carvalho .....	38
Figura 9 – Gravura os dois caminhos .....	38
Figura 10 – O Rei está voltando – recorde ampliado .....	39
Figura 11 – Os dois caminhos – recorde ampliado .....	39
Figura 12 – O último julgamento .....	41
Figura 13 – Filme Burning Hell .....	41
Figura 14 – Versão brasileira – O inferno em chamas .....	42
Figura 15 – O cristão e o Apoliom .....	44
Figura 16 – Catedral Presbiteriana – RJ .....	46
Figura 17 – Vista interna da Catedral Presbiteriana – RJ .....	46
Figura 18 – Igreja Metodista em Londrina - PR .....	46
Figura 19 – Vista interna da Igreja Metodista em Londrina.....	46
Figura 20 – Wilson Creek Community Church .....	49
Figura 21 – Luiz de Carvalho – LP Boas Novas 1958 .....	51
Figura 22 – Tropicália .....	52
Figura 23 – Se eu fosse contar – LP 1973 .....	52
Figura 24 – Livro: Os perigos traiçoeiros do rock .....	54
Figura 25 – Logo da Igreja Cristo Salva .....	56
Figura 26 – Culto de Jovens Igreja Renascer em Cristo .....	58
Figura 27 – Show III SOS da Vida .....	58
Figura 28 – A criação de Adão – Michelangelo 1508-1515 .....	59
Figura 29 – Hodegétria – Século XI .....	59
Figura 30 – Quadro Lei e Graça – Cranach 1532 .....	60
Figura 31 – Lutero .....	60
Figura 32 – Hernandes na Xerox e Itautec .....	64
Figura 33 – Logo da gravadora <i>Gospel Records</i> .....	64
Figura 34 – Logo Central Gospel .....	65
Figura 35 – Troféu Talento 2009 .....	67
Figura 36 – Expocristã 2008 .....	67
Figura 37 – Fachada IARC – anos 1990 .....	70
Figura 38 – Fachada IARC – Sede – anos 2000 .....	70
Figura 39 – IARC – Vista Interna – anos 1990 .....	70
Figura 40 – IARC – Vista Interna – anos 2000 .....	70
Figura 41 – Vitral Catedral Presbiteriana RJ .....	72
Figura 42 – Apóstolo Estevam Hernandes .....	73
Figura 43 – Desabamento IARC - 2009 .....	75
Figura 44 – Fachada IARC – 2012 .....	75
Figura 45 – IARC – Vista Interna – 2012 .....	75
Figura 46 – Nossa Igreja Brasileira .....	75
Figura 47 – Projeto 242 .....	75
Figura 48 – Artefatos Judaicos .....	79

Figura 49 – Objetos religiosos .....	79
Figura 50 – Cora com cálices .....	79
Figura 51 – Menorah .....	80
Figura 52 – Shofar .....	80
Figura 53 – Leão de Judá .....	80
Figura 54 – Culto de Inauguração do Templo de Salomão .....	82
Figura 55 – Templo de Salomão localizado no bairro do Brás em São Paulo – IURD ..	84
Figura 56 – Pedras de Hebron .....	87
Figura 57 – Tâmaras .....	87
Figura 58 – Jardim Bíblico .....	87
Figura 59 – Vitral atrás do altar .....	87
Figura 60 – Tabernáculo .....	87
Figura 61 – Memorial .....	87
Figura 62 – Pintura em altar de Igreja .....	89
Figura 63 – Altar Assembleia de Deus .....	89
Figura 64 – Igreja BDN .....	90
Figura 65 – Púlpito da BDN .....	90
Figura 66 – Fachada Bola de Neve - GRU .....	90
Figura 67 – Púlpito grafitado .....	91
Figura 68 – Grafite durante o culto .....	91
Figura 69 – Logotipo Léo Shun .....	91
Figura 70 – Grafite em parede de rua – Léo Shun .....	92
Figura 71 – Grafite evangelístico .....	92
Figura 72 – Spotify .....	95
Figura 73 – Deezer .....	95
Figura 74 – Logotipo Fé pra todo lado .....	97
Figura 75 – Utilização do logo Fé pra todo lado nos cultos da Batista da Lagoinha .....	98
Figura 76 – Cantor André Valadão .....	99
Figura 77 – Logo criado pelo Quartel para André Valadão .....	99
Figura 78 – DVD Sing Out – Integrity Music – 1995 .....	100
Figura 79 – DVD Diante do Trono I – 1998 .....	100
Figura 80 – Grupo de Street Dance <i>Gospel</i> .....	104
Figura 81 – Seminário de Dança <i>Gospel</i> .....	104
Figura 82 – Máscaras – Símbolo do teatro .....	105
Figura 83 – DVD O Jardim do Inimigo .....	107
Figura 84 – Peça As três ferramentas .....	107
Figura 85 – Propaganda de Rua Azusa – O Musical .....	108
Figura 86 – Filme Metanoia 2013.....	109
Figura 87 – Festival de Cinema Cristão .....	109
Figura 88 – Filme Renúncia CPAD .....	109
Figura 89 – Os Dez Mandamentos - O Filme .....	111
Figura 90 – Feira Expocristã de produtos evangélicos .....	113
Figura 91 – Feira Literária Internacional Cristã .....	113
Figura 92 – Manuscritos do Mar Morto .....	115
Figura 93 – Bíblia de Gutenberg - 1445 .....	115
Figura 94 – Bíblia de Lutero - 1534 .....	115
Figura 95 – Logo SBB .....	115
Figura 96 – Fábrica SBB .....	115
Figura 97 – Livraria Saraiva .....	115
Figura 98 – Narcissus – Caravaggio – 1597-1599 .....	117
Figura 99 – CD Diante do Trono .....	118
Figura 100 – CD Príncipe da Paz .....	118

Figura 101 – CD Tempo de Festa .....	118
Figura 102 – Site Diante do Trono .....	120
Figura 103 – Ídolos <i>Gospel</i> .....	121
Figura 104 – Não ser ídolo <i>Gospel</i> .....	121
Figura 105 – Banner da Cantora Damares - Expocristã .....	122
Figura 106 – Hans Memling – Juízo Final .....	124
Figura 107 – Detalhe do céu .....	124
Figura 108 – Detalhe do inferno .....	124
Figura 109 – Concurso de Feiura – Contagem/MG .....	125
Figura 110 – Propaganda de Sucesso Profissional .....	125
Figura 111 – Corpos fitness .....	127
Figura 112 – Cirurgia plástica estética .....	127
Figura 113 – Britney Spears editada no Photoshop .....	128
Figura 114 – Simulacro de ser humano feito no Iclone 6.....	128
Figura 115 – CD Shirley Carvalhaes .....	129
Figura 116 – Shirley Carvalhaes sem edição digital .....	129
Figura 117 – Propaganda da Cerveja Itaipava .....	130
Figura 118 – Cantor Stéfano Dias .....	132
Figura 119 – Cowboy Marlboro .....	132
Figura 120 – Cantora <i>Gospel</i> Shanna Saint .....	134
Figura 121 – Cantora Madonna .....	134
Figura 122 – Site da loja de moda evangélica Via Evangélica .....	135
Figura 123 – Moda Fitness Via Evangélica .....	136
Figura 124 – Moda Fitness Vista 2 .....	136
Figura 125 – Publicação no Instagram – Cantora Pamela .....	137
Figura 126 – Moda Francesa do século XVIII .....	139
Figura 127 – Moda contemporânea .....	139
Figura 128 – Skate Culto realizado na Igreja Bola de Neve – Curitiba em 27/04/2013..	141
Figura 129 – Banda de Hip Hop <i>Gospel</i> Ao Cubo .....	142
Figura 130 – Banda de Rock <i>Gospel</i> Antidemon .....	142
Figura 131 – Tatuagem Evangélica .....	143
Figura 132 – Tatuagem do apóstolo Estevam Hernandes .....	144
Figura 133 – Tatuagem com texto bíblico .....	144
Figura 134 – Recorte de ficha de cura interior e quebra de maldição da IARC 1993 .....	145
Figura 135 – Adoração .....	146
Figura 136 – Liberdade .....	146
Figura 137 – Congresso de Louvor Diante do Trono - 2017 .....	147
Figura 138 – Primeira fotografia feita por Nicéphore Niépce em 1826 .....	150
Figura 139 – Propaganda da Bíblia da Batalha Espiritual e Vitória Financeira .....	152
Figura 140 – Lançamento cartão de crédito BMG CARD/Fé – 2019 .....	155
Figura 141 – O Tio Sam .....	157
Figura 142 – Serpente digital – cabo de rede .....	158
Figura 143 – Festival Promessas .....	161
Figura 144 – Série estadunidense Supernatural .....	163
Figura 145 – CD Sobrenatural de André Valadão .....	163
Figura 146 – CD Greatest Hits Led Zeppelin .....	164
Figura 147 – CD da Banda de Rock Cristã estadunidense Blessthefall .....	164
Figura 148 – CD A Conquista do cantor <i>gospel</i> PG .....	164
Figura 149 – Pesquisa Brasileira de Mídia - 2015 .....	166
Figura 150 – Meme – Bola de Neve e Lagoinha .....	167
Figura 151 – Meme – O sangue de Jesus tem poder .....	167
Figura 152 – Autoajuda .....	168

Figura 153 – Humor .....	168
Figura 154 – Emoticons e hieróglifos .....	169
Figura 155 – Emoji – agradecimento, prece ou oração .....	170
Figura 156 – Logo da loja Via Evangélica .....	171
Figura 157 – Maria, João e Maria Magdalena aos pés da cruz .....	172
Figura 158 – Maria aos pés da cruz .....	172
Figura 159 – CD Eternidade – Fernanda Brum .....	172
Figura 160 – Fila para fotos com a cantora Cassiane – Feira Expocristã 2008 .....	173
Figura 161 – Instagram da cantora <i>gospel</i> Bruna Karla .....	174
Figura 162 – Página do Instagram da cantora <i>gospel</i> Cassiane .....	176
Figura 163 – Mess <i>Gospel</i> Fest .....	180
Figura 164 – Mess Fest da Heritage Church .....	180
Figura 165 – Quadro Comparativo .....	183

## **Lista de Tabelas**

Tabela 1 - Quadro Panofskyano.....	28
------------------------------------	----

# SUMÁRIO

<b>Introdução</b> .....	18
<b>Capítulo 1 – A virada icônica evangélica dos anos 90 no Brasil</b> .....	26
<b>1.1 A permanência no isolamento sociocultural do evangélicos nos anos 70-80</b> .....	32
1.1.1 A problemática do imaginário teológico: os dois caminhos .....	32
<b>1.2 Os traslados imagéticos estadunidenses na arquitetura, música, dança e pintura</b> ...	45
1.2.1 Arquitetura .....	45
1.2.2 Música .....	50
1.2.3 Dança .....	55
1.2.4 O iconoclasmo na pintura evangélica anterior ao <i>gospel</i> .....	59
<b>1.3 O surgimento da iconografia <i>gospel</i> e seu <i>páthos</i> no cenário evangélico</b> .....	62
<b>Capítulo 2 – As artes no <i>gospel</i></b> .....	68
<b>2.1 Arquitetura: o caso da Igreja Apostólica Renascer em Cristo</b> .....	69
<b>2.2 A escultura e objetos religiosos <i>gospel</i></b> .....	77
2.2.1 O caso da Igreja Universal do Reino de Deus: O templo de Salomão .....	81
<b>2.3 A pintura <i>gospel</i></b> .....	88
2.3.1 O caso do grafiteiro Léo Shun .....	91
<b>2.4 A música <i>gospel</i></b> .....	93
2.4.1 O caso do cantor e pastor André Valadão .....	96
<b>2.5 A dança <i>gospel</i>: o caso da Igreja Batista da Lagoinha</b> .....	99
<b>2.6 O teatro <i>gospel</i></b> .....	104
2.6.1 O caso da <i>Cia Nissi</i> .....	106
<b>2.7 O cinema <i>gospel</i></b> .....	109
2.7.1 O caso do Filme Os Dez Mandamentos — IURD .....	110
<b>2.8 A literatura <i>gospel</i></b> .....	112
2.8.1 O caso da Sociedade Bíblica do Brasil .....	114
<b>Capítulo 3 – O corpo e as implicações iconográficas no <i>gospel</i></b> .....	117

3.1 O corpo narcísico: a virada icônica dos artistas <i>gospel</i> .....	117
3.2 A “Batalha Espiritual” visual: entre o belo e o feio; o divino e o demoníaco .....	123
3.3 As transformações no corpo: os procedimentos estéticos no <i>gospel</i> .....	126
3.4 Corpo-produto: a erotização no mercado evangélico e questões de gênero .....	130
3.4.1 A moda evangélica como regulação dos corpos .....	134
3.5 A moda <i>gospel</i> .....	139
3.6 O corpo como uma tela: as tatuagens <i>gospel</i> .....	142
3.7 O Corpo nas artes: a representação da <i>adoração</i> e o <i>páthos</i> do imaginário da liberdade .....	145
<b>Capítulo 4 – A Iconofagia <i>Gospel</i>: uma imagem vale mais que mil palavras.....</b>	<b>149</b>
4.1 O “ <i>espírito</i> ” do capitalismo: a liberalização do consumo nas artes <i>gospel</i> .....	149
4.2 Warburg e a serpente digital: a velocidade das imagens .....	156
4.3 A espetacularização e o entretenimento das imagens .....	159
4.4 A iconofagia pura <i>gospel</i> : as devorações nas artes.....	162
4.4.1 Memes, imagens de “autoajuda evangélica” e humor <i>gospel</i> .....	166
4.4.2 Os emoticons: a devoração pictográfica .....	168
4.4.3 As devorações de imagens e símbolos pagãos .....	170
4.5 A iconofagia e a antropofagia impura <i>gospel</i> : a era da visualização evangélica..	173
4.5.1 As <i>deusas</i> e <i>deuses</i> e suas devorações no <i>gospel</i> .....	174
<b>Considerações Finais .....</b>	<b>182</b>
<b>Referências .....</b>	<b>187</b>
<b>Referência das Imagens .....</b>	<b>201</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>219</b>

## Introdução

Os anos 90 marcaram a história mundial como um período de relevantes transformações tecnológicas e culturais para o mundo contemporâneo, que indubitavelmente influenciou as produções visuais e posteriormente toda a cultura visual secular e religiosa. As transformações tecnológicas deste período produziram diversas tecnologias que alteraram os formatos e as formas do ser humano se comunicar e relacionar.

Em meados dos anos 80 surgem os *Personal Computer* (computador pessoal — PC) criado pela empresa *Apple* com o nome de *Macintosh* com interface gráfica, usando ícones, mas ainda com preços elevados para o consumo. Em 1995 é lançado pela *Microsoft* o PC com o sistema operacional *Microsoft Windows 95* que proporcionou uma revolução no mercado de sistemas apresentando também uma plataforma gráfica e preços mais acessíveis popularizando, dessa forma, o PC para o mundo todo.

Outro elemento que viria a transformar este processo, surge também nos anos 1990 através de *Tim Berners*, (programador inglês que trabalhava para um laboratório europeu de física de partículas): a criação de um aplicativo de compartilhamento de informações, que posteriormente deu início à WWW ou a *Word Wide Web* (CASTELLS, 2003).

Ainda no âmbito tecnológico, no final da década de 80 e início de 1990 acontece o surgimento e crescimento do CD (*Compact Disc*), marcando o início da era digital na música e no armazenamento de dados. Nesta mesma década, em 1996, surge o *Digital Video Disc* (DVD), que semelhantemente ao CD, marca a era digital do audiovisual revolucionando o que anteriormente era registrado através das fitas magnéticas de ½ polegada dos *Video Home System* (VHS).

Desde o surgimento da fotografia no início do século XIX, o campo da cultura visual foi impactado pela expansão imagética, permitindo num curto espaço de tempo, a criação de uma variedade de recursos tecnológicos que se utilizam da imagem. No passado, as imagens eram produzidas e editadas por meios analógicos, já na contemporaneidade, os meios digitais dão início à facilidade para transformá-la e recriá-la.

Com o avanço da informática, passam a surgir empresas como a *Adobe Systems* [criadora do software *Photoshop*] que transformou o mundo da edição de imagens de

forma digital, possibilitando uma expressiva gama de alterações na imagem, podendo transformar características, cores, formas que permitem a criação e edição tanto em objetos como em corpos, revolucionando a imagem e abrindo as portas para o que na contemporaneidade é chamado de simulacro. (BAUDRILLARD, 1991).

O mundo evangélico brasileiro é caracterizado pela sua amplitude e dinamismo em seu crescimento numérico, que nos dias atuais, já superam a casa dos milhares de denominações intituladas como evangélicas. Por se tratar de um universo complexo e amplo, adotar-se-á o termo *evangélicos* referindo-se aos adeptos do cristianismo não-católico-romano que formam o quadro das igrejas do protestantismo brasileiro (CUNHA, 2007), incorporando todos os grupos de origem protestante que se instalaram início do século XIX, desenvolvendo-se no século XX e XXI (BELLOTTI, 2009) e os desdobramentos do *Gospel* para as representações iconográficas que associativamente identificam e, analiticamente, se caracterizam com a cultura de consumo e do entretenimento no grupo evangélico.

O interesse desta pesquisa pelo tema da cultura visual religiosa e particularmente no campo evangélico, partiu da continuidade e ampliação do fenômeno em relação à pesquisa de mestrado deste pesquisador, intitulada: *As Feias (e os feios) que me desculpem, mas beleza é fundamental: o uso contemporâneo da imagem e sua influência na mudança dos paradigmas estéticos utilizados na música 'Gospel' no Brasil* (SILVA, 2010).

A pesquisa contemplou uma análise com o olhar das ciências sociais e da religião para o campo imagético na música *gospel*, identificando de que maneira o paradigma secular influenciou na mudança dos paradigmas imagéticos - estéticos utilizados pelas produtoras fonográficas *gospel* em seu marketing religioso. Durante a pesquisa, se observou que o mercado evangélico religioso, cooptou na produção, divulgação e comercialização de CDs e DVDs, sites e revistas, os aspectos imagéticos que foram mimeticamente construídos a partir do mercado secular brasileiro. As observações e as descobertas que a pesquisa de mestrado proporcionou, somente aguçaram mais o intuito e o direcionamento do olhar sobre a imagem no cenário evangélico.

Com processo de desenvolvimento da música evangélica brasileira a partir das décadas de 1950 até 1980 e posteriormente na explosão *gospel* na década de 1990, se concluiu que são perceptíveis as influências do mercado secular na cultura visual cristã, despertando um desejo mimético nas produções visuais intencionalmente centrado no consumo e entretenimento.

Com o crescimento e a implementação dos recursos digitais na contemporaneidade, as produções visuais no cenário evangélico ganharam uma maior visibilidade, e conseqüentemente, uma preocupação maior com os paradigmas estéticos do mercado secular, motivando uma investigação significativa no intuito de perceber o belo no gospel como ditame dos paradigmas do capitalismo artista (SERROY e LIPOVETSKY, 2015), promovendo aceitação como também visibilidade dentro do cenário mercadológico evangélico e secular. Os consumidores *gospel* contemporâneos estão cada vez mais exigentes na estética em todos os processos de produção.

No caso da publicidade e *marketing* das artes *gospel* – palavras, imagens, marcas e produtos – passam por estetizações voltadas para uma inserção mercadológica mais atualizada com a realidade contemporânea, e ao mesmo tempo, uma ressignificação imagética identitária híbrida entre o mercado religioso e o mercado secular. A imagem ser incorporada no mercado deve contemplar as regras do consumo, especificamente as regras artísticas empregues dentro de padrões corporais, estéticos e de moda, que transforma a arte em negócio, em ferramenta comunicacional com o intuito de destacar as marcas e os produtos evangélicos. Neste sentido, a sociedade baseada na *sensação* (TÜRCKE, 2010), proporciona um reencantamento do mundo através da visualização de imagens pelo consumidor, tendo como intuito proporcionar uma experiência estético-afetiva, dando sentido para o visual.

Desta forma, algumas perguntas são norteadoras para a compreensão deste fenômeno: Primeiramente, os evangélicos passaram por uma mudança visando uma adequação aos paradigmas seculares em relação às suas produções visuais? Isso repercutiu na produção artística evangélica? Se sim, quais foram as implicações destas adequações na corporeidade dos evangélicos e na sua relação com a estética? Os evangélicos passaram a consumir e devorar imagens (iconofagia), mimeticamente ao que acontece no mundo contemporâneo?

Mediante estas indagações, a investigação analisa o fenômeno religioso através do olhar das ciências da religião, procurando identificar os mecanismos que fomentam e promovem uma devoração (iconofagia) de imagens neste cenário, buscando dialogar com teóricos da cultura visual, da comunicação, da história da arte e das ciências sociais.

Para isso, as contribuições teóricas de Norval Baitello Jr sobre *A era da Iconofagia: Ensaio de Comunicação e Cultura* (2005), apoiará a discussão através dos 4 tipos de devoração descritas pelo autor: A antropofagia pura e impura e a iconofagia pura e impura. Para isso, foi relevante uma observação dos mecanismos tecnológicos de

produção das imagens, como também dos formatos na *internet* que tem sido utilizado pelos evangélicos no processo de devoração de imagens. A maneira como estes processos se reproduzem, contribuem para um novo paradigma das *artes* evangélicas que foi implementado, através de transformações na corporeidade para adequação a estas dinâmicas visuais, devido à força que as imagens estão obtendo nestas últimas décadas.

Para analisar o fenômeno religioso evangélico, as contribuições de pesquisadoras, tais como: Karina Bellotti e Magali Cunha, servem de aporte teórico para a análise da mídia evangélica brasileira, seus desdobramentos no mercado e no consumo, como também com as implicações no campo religioso evangélico<sup>1</sup> com a explosão *gospel* dos anos 90.

O trabalho de Karina Bellotti tece um olhar sobre a mídia evangélica no Brasil, relevante para a compreensão dos processos de inserção midiática dos evangélicos no mercado secular, como as mimetizações dos modelos e da iconografia estadunidense para a implantação destes paradigmas, contribuindo para perceber o movimento midiático e o crescimento da cultura material e visual nos anos 80. (BELLOTTI, 2010).

Magali Cunha aborda o *gospel* como um processo de hibridação entre a modernidade e os elementos que juntos definem uma nova formatação do “ser evangélico” através do uso e do consumo de bens simbólicos, tais como CDs, DVDs, vestuário, livros, estilos musicais, shows, lojas, grifes, dentro de uma cultura consumista e voltada ao entretenimento cristão (CUNHA, 2007), que através da cultura visual evangélica faz parte, como um elemento catalisador e fomentador deste hibridismo.

Para a abordagem da produção visual evangélica, se construiu um diálogo a partir da cultura visual e da história da arte sobre o prisma da análise iconológica, tendo como instrumental teórico, a teoria de Aby Warburg (2010) por meio dos conceitos da *Pathosformeln* (fórmula de *páthos*, fórmula da paixão, uma energia emocional presente nas imagens) e da *Nachleben* (as imagens que possuem uma pós vida, ressurgem, retornando no tempo).

O método utilizando visa identificar as apropriações de imagens pelo *gospel* de imagens religiosas oriundas de imagens estadunidenses (traslados iconográficos) para a

---

<sup>1</sup> No âmbito das denominações cristãs no Brasil, cabe citar o movimento da Renovação Carismática Católica (RCC), pertencente à Igreja Católica Apostólica Romana, que se destaca hoje atuando na mídia religiosa por intermédio da música (produções audiovisuais como o CD e o DVD), rádio, TV, internet e no segmento editorial, promovendo uma vasta produção de imagens, corroborando para um crescimento no consumo de imagens, dentro do guarda-chuva maior do público cristão brasileiro de evangélicos e católicos.

iconografia evangélica brasileira, como também de imagens seculares possuidoras da fórmula de energia e paixão. Tais imagens, por possuírem uma carga emocional, são trasladadas e importadas para a utilização evangélica tanto nos espaços religiosos, como para as produções artísticas. A investigação dessas imagens possibilita um aprofundamento na identificação do problema da iconofagia, que perpassa pela devoração de imagens que possuam uma fórmula da emoção, ou seja, imagens que possuam força atrativa e psicológica, no sentido de representar e evocar emoções ao indivíduo que a ver, passando ao processo de consumi-la, devora-la, procurando absorver com isso, parte de sua força. (BAITELLO, 2005)

Para isso, o recorte temporal é a partir do início da explosão *gospel* nos anos 90 até meados de 2018, contemplando nesse período, o crescimento artístico evangélico, as transformações tecnológicas mais recentes como o uso dos smartphones e o uso de redes sociais pelos evangélicos

A tese foi elaborada em quatro capítulos que procuram apresentar uma visão ampla e articulada, fornecendo informações que possam dar ao leitor a dimensionalidade que possui o fenômeno da iconofagia *gospel*.

O primeiro capítulo, *A virada icônica dos anos 90* abre a discussão inicialmente, descrevendo o atual momento dos estudos de cultura visual e dos fenômenos imagéticos para situar o leitor na discussão que se desenvolverá. Num segundo momento, apresenta a teoria de Aby Warburg, que perpassará a tese no intuito de demonstrar as apropriações e ressignificações utilizadas pelos evangélicos, em suas produções imagéticas.

Em seguida, o texto aborda, com base teórica de Antônio Gouveia Mendonça (MENDONÇA, 1995), a questão da permanência dos evangélicos no isolamento sociocultural que permeou até os anos 70-80. O crescimento das produções musicais e dos traslados imagéticos estadunidense a partir desse período, fomentou o surgimento das primeiras produções brasileiras audiovisuais que são o gérmen para o fenômeno *gospel* dos anos 90. Num terceiro momento, o capítulo discorre sobre as imagens utilizadas para a construção social e teológica desse período, juntamente com a análise comparativa iconológica do quadro intitulado “Os dois caminhos”, abordando a dicotomia cristã presente nesse imaginário.

Outro elemento abordado são os traslados estadunidenses que influenciaram as produções arquitetônicas, musicais, na dança e na pintura, compreendendo como essas influências alteraram os paradigmas arquitetônicos tornando os espaços religiosos mais ‘atraentes’ e descolados dos modelos tradicionais; musicais, através da inserção de

instrumentos contemporâneos nas liturgias evangélicas, como também da rejeição dos mesmos pelo conservadorismo religioso evangélico estadunidense e brasileiro; da dança por intermédio dos grupos paraeclesiaísticos que pregavam a liberdade de expressão, incorporando a dança em suas liturgias; e da discussão sobre o iconoclasmo na pintura evangélica anterior ao *gospel*. O capítulo termina com o surgimento da iconografia *gospel*, seu *páthos* e os seus desdobramentos dentro do cenário evangélico brasileiro.

O segundo capítulo intitulado *As artes no gospel*, discorre sobre as transformações e ressignificações como também as artes que ressurgem com o crescimento do movimento *gospel*. Utilizou-se como inspiração para análise artística o *Manifesto das Sete Artes*<sup>2</sup> de Ricciotto Canudo (CANUDO, 2016) que serviu como paradigma e inspiração na estrutura das artes como arquitetura, escultura e objetos religiosos, pintura, música, dança, teatro, cinema e literatura. Neste sentido, os casos analisados procuram dar ao leitor uma visão panorâmica do campo, e também apresentar as transformações de cunho visual, tendo como base a análise iconológica e não se atendo diretamente às questões e divergências teológicas das denominações citadas, entretanto, coube na análise iconológica, identificar os elementos teológicos que serviram de suporte para as transformações de cada arte e das imagens trasladadas e incorporadas nas artes evangélicas a partir de sua força emocional [fórmula de emoção] (WARBURG, 2010).

O terceiro capítulo intitulado *O corpo e as implicações iconográficas no gospel*, aponta o movimento narcísico que surge nas produções evangélicas a partir de aproximações e incorporações de dinâmicas de mercado e consumo. A abordagem parte da virada icônica dos artistas *gospel* e a transição iconográfica-mercadológica que surgiu a partir da expansão musical e das demais artes, compreendendo as implicações que tais expansões geraram como: adequações estéticas no corpo através de procedimentos cirúrgicos, dietas, a busca pelo corpo *fitness* e a problemática do corpo como produto. Nesse sentido, a discussão abordou o belo como associação ao sagrado e o feio como representação iconográfica do mal. Contudo o objetivo não é apresentar uma pesquisa sobre as origens iconográficas do mal no cenário evangélico, mas sim, de identificar através de métodos comparativos, as *fórmulas da emoção* presentes na produção iconográfica anterior ao *gospel*, como essas fórmulas estão presentes nas décadas de 60/70 e como sobreviveram no *gospel*.

---

<sup>2</sup> O manifesto das sete artes de Ricciotto Canudo serviu de inspiração para a análise. Entretanto, a escolha das artes, sua estruturação na tese e os demais desdobramentos apresentados no capítulo 2 não seguem uma ordem ou a mesma estrutura definida por Ricciotto.

O capítulo também aborda o distanciamento do modelo musical centrado nas bandas e/ou grupos de louvor e adoração em detrimento das carreiras-solo dos artistas, seguindo uma tendência secular de individualização dos artistas que alcançam a fama. Outro aspecto importante que o capítulo 3 destaca é o corpo como produto e a erotização dos corpos nas produções imagéticas no mercado evangélico, como também a questão de gênero, mais especificamente, na regulação e controle do corpo feminino.

O capítulo finaliza apontando outros elementos como a tatuagem *gospel* dentro do cenário evangélico, a discussão da regulação dos corpos, o imaginário de liberdade dentro das expressões corporais presentes nos cultos evangélicos e a moda evangélica e a *gospel*. Entretanto, cabe salientar que tais categorias não implicam num reducionismo do conceito da moda cristã, mas procura apresentar um cenário identificado na pesquisa que não foi categorizado unicamente pelos aspectos estéticos ou do vestuário, mas analisado a partir das implicações teológico-doutrinárias em que tais modas se diferenciam.

E por fim, no quarto capítulo, *A iconofagia gospel: Uma imagem vale mais que mil palavras*, aborda as apropriações, devorações e ressemantizações na iconografia evangélica. Inicialmente, apresenta a partir dos conceitos de Weber, de Lipovetsky e Serroy, a questão do “espírito” do capitalismo artista, e como é promovida a liberalização do consumo nas artes *gospel* e quais são os mecanismos teológicos que são utilizados para legitimar o “espírito” do capitalismo evangélico na contemporaneidade, sendo este, a mola propulsora para uma inserção e adequação da linguagem teológica para o mercado por intermédio da teologia da prosperidade.

Em outro momento é abordado a questão da velocidade de circulação das imagens no mundo contemporâneo, a partir de uma comparação analítica sobre a serpente no pensamento warburgiano. Também se discute a espetacularização através das imagens e o entretenimento proporcionado por elas, através de *shows*, danças e músicas.

Nesta parte, o texto caminha para o eixo central da pesquisa, apresentando a iconofagia no meio *gospel*. Nesse momento, o autor explicita através do uso da teoria de Baitello (BAITELLO, 2005), os tipos de devorações pertencentes ao processo iconofágico, destacando a iconofagia pura e suas devorações nas artes, percebendo que as devorações nas artes não se limitam à música, mas acontecem através da incorporação dos memes, imagens de autoajuda evangélica, figuras de humor e dos emoticons como devoração pictográfica.

Já na iconofagia e a antropofagia impura, o texto vai destacar no meio evangélico o momento que o cenário evangélico apresenta como a era da visualização e devoração dos corpos. Artistas *gospel* que produzem *selfies* e correm atrás de ‘curtidas’ em redes sociais, e fãs que buscam uma aproximação com seu ídolo, alimentando os processos de devoração mútua, fomentando o mercado, apontando como que os processos iconofágicos alimentam uma lógica de consumo no cenário *gospel* atual.

# CAPÍTULO 1

## A virada icônica evangélica dos anos 90 no Brasil

*“Quem retira da religião a imagem, este rouba-lhe a essência, tem nas mãos o caput mortuum. A imagem é, como imagem, essência.” Ludwig Feuerbach*  
(FEUERBACH, 1988, p. 19)

A partir dos estudos da História da Arte e Filosofia, teóricos destas áreas tem aprofundado a discussão sobre os estudos de cultura visual e as ideias sobre os fenômenos imagéticos contemporâneos. Um desses teóricos, Etienne Hignet, em seu texto sobre *Contribuição dos estudos de cultura visual para as Ciências da Religião* (HIGUET, 2018) discorre sobre o estado da questão no campo das ciências da religião, trazendo as discussões sobre uma *pictorial turn* (virada pictórica) e uma *iconic turn* (virada icônica) no mundo contemporâneo, a partir de teorias de Mitchell W.J.T. Mitchell e G. Boehm.

W.J.T. Mitchell (1994) abordou o surgimento de uma *pictorial turn* onde procurou interpretar a história da filosofia a partir de uma série de *viradas*. Começando na antiguidade, Mitchell afirma que a filosofia medieval estava interessada nas coisas; posteriormente, nos séculos XVII até o XIX o interesse era pelas ideias e conclui apontando que, no iluminismo a preocupação era com as palavras, sendo que nesse estágio a história da filosofia estava no que foi chamado de *linguistic turn* (virada linguística). Já no século XX, o autor assinala o surgimento de uma virada pictórica, fase essa caracterizada pela produção e reprodução das imagens e suas implicações na sociedade contemporânea, gerando e reformulando o campo das imagens e das ciências humanas (MITCHELL, 1994).

Qualquer que seja a virada pictórica, então, deve ficar claro que não é um retorno a *mimésis* ingênuas, cópia ou teorias correspondentes de representação, ou uma renovada metafísica da "presença" pictórica: é antes uma pós-linguística e pós-semiótica redescoberta da imagem como uma interação complexa entre visualidade, *apparatus*, instituições, discurso, corpos e figuralidade. É a compreensão de que a espetadorialização (o olhar, a contemplação, o vislumbre, as práticas de observação, vigilância e prazer visual) pode ser um problema tão profundo quanto as várias formas de leitura (decifração, decodificação, interpretação etc.) e que a experiência visual ou "alfabetização visual"

pode não ser totalmente explicável no modelo da textualidade. (MITCHELL, 1994, p. 16 **tradução minha**<sup>3</sup>)

Outro autor importante abordado por Higuete (2018) é G. Boehm. Inspirado no conceito de uma presença divina nos ícones religiosos, Boehm, aponta um movimento intitulado de *iconic turn* (virada icônica) ou seja, a noção de *presença*, da vida dos objetos (e das imagens) que possuem o poder de suscitar sentimentos e emoções, resgatando um passado perdido, apontando valores culturais como também satisfazendo as necessidades pessoais e coletivas. Boehm trabalha com a rejeição de uma superioridade do linguístico sobre o visual, demonstrando que existe uma autonomia do visual no sentido da lógica presencial delas. As imagens não são meramente uma representação, mas possuem uma presença, não se reduzindo a cores, formas e linhas, com um “status animado”, nos possibilitando algo a ver. (HIGUETE, 2018).

Este processo da virada icônica tem sido investigado no cenário evangélico brasileiro no âmbito da cultura visual evangélica tendo como ponto de partida as produções visuais que surgiram no início da década de 90, através do crescimento do movimento *gospel* no Brasil. Com isso as imagens passaram a obter uma *presença*, transpassando os muros das instituições eclesiásticas, alcançando os mercados evangélicos e seculares, por meio das sensações que a visualidade proporciona. As imagens estão ligadas diretamente ao poder emocional (FREEDBERG, 1982), capazes de produzir no imaginário evangélico, um aumento da produção visual por parte das denominações evangélicas.

Sendo esta pesquisa sobre imagens religiosas cristãs evangélicas no Brasil produzidas pelo segmento *gospel*, mais especificamente as imagens produzidas pelas artes *gospel*<sup>4</sup>, cabe situar, para uma melhor compreensão, os conceitos e as teorias da cultura visual e história da arte que dialogarão com as imagens evangélicas investigadas e coletadas através de sites, blogs e redes sociais como o *Instagram* e o *Facebook* nos mais diversos segmento de mercado *gospel*.

---

<sup>3</sup> Do Original: Whatever the pictorial turn is, then, it should be clear that it is not a return to naïve mimesis, copy or correspondence theories of representation, or a renewed metaphysics of pictorial “presence”: it is rather a postlinguistic, postsemiotic rediscovery of the picture as a complex interplay between visibility, apparatus, institutions, discourse, bodies, and figurality. It is the realization that *spectatorship* (the look, the gaze, the glance, the practices of observation, surveillance, and visual pleasure) may be as deep a problem as various forms of reading (decipherment, decoding, interpretation, etc.) and that visual experience or “visual literacy” might not be fully explicable on the model of textuality.

<sup>4</sup> Estas artes serão apresentadas no capítulo 2.

O método utilizado para a análise das imagens serão o iconológico<sup>5</sup> a partir das teorias de Aby Warburg (2010) e de Erwin Panofsky (1955).

Aby Warburg é um historiador de arte alemão. Considerado o pai da iconologia, suas discussões discorrem sobre os caminhos que as imagens percorrem na história da humanidade. Warburg compreendia que as imagens caminham no tempo, voltando a ressurgir em outras épocas e períodos, oriundos da antiguidade.

Em primeiro lugar, os percursos, as perambulações, os caminhos. Quais foram os caminhos percorridos pelas imagens e pelos textos até chegar aos artistas, que os configuram segundo suas necessidades? Como eles tomaram contato com esses elementos vindos da Antiguidade? Quais foram os suportes desses conteúdos? Quais foram os mediadores? Como os transformaram? Com que finalidades? (WARBURG, 2010, p. 5)

Seus três conceitos mais discutidos e que serão utilizados como instrumental analítico para as imagens são: *Pathosformeln*, *Nachleben* e *Engrama* (sendo o último, o menos desenvolvido). Para Warburg, as imagens são pulsantes, ou seja, possuem uma dimensão afetiva, uma fórmula de emoção e paixão a qual chamou de fórmula de *Páthos*<sup>6</sup> (*Pathosformeln*). O autor trabalhou com este conceito em sua tese sobre os modelos e motivos oriundos da Antiguidade utilizados pelos artistas renascentistas para exprimir formas em movimento e uma espécie de linguagem gestual. “Entretanto, essas formas e linguagens que se apresentam no domínio da exterioridade — vestidos esvoaçantes, cabelos ao vento — remetem também ao domínio da interioridade, aos movimentos e paixões da alma” (WARBURG, 2010, p. 6), sendo, essas formas, carregadas de energia e de paixão expressiva, pois Warburg não aceitava uma leitura das imagens somente do ponto de vista estatizante ou das cores e formas.

O segundo conceito é o da *Nachleben* que seria a sobrevivência do antigo, as imagens que sobrevivem e nunca morrem; que possuem uma vida póstuma e que desaparecem e reaparecem<sup>7</sup>.

---

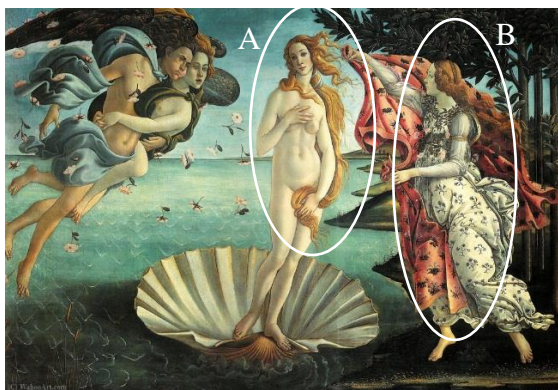
<sup>5</sup> Método que será abordado posteriormente.

<sup>6</sup> Também se encontra os termos: Fórmula da emoção ou fórmula da paixão.

<sup>7</sup> Há uma larga discussão e interpretações sobre o termo alemão *Nachleben* pelos historiadores da arte contemporâneos. Para Gombrich, o termo se aproxima mais do sentido de *survival* (*sobrevivência*) das imagens; em Didi-Huberman, *Nachleben* significa uma *afterlife* (vida pós a morte ou pós vida) das imagens, já para Renders, a interpretação perpassa pelo entendimento de duas palavras alemãs *Nachkommen* (são aqueles que vêm depois, descendentes de algo ou alguém) e *Nachbeben* (São aqueles tremores menores que se seguem após os terremotos maiores), compreendendo que não se trata de uma repetição formal de uma ou mais formas no sentido de uma cópia, mas, de um aspecto de um motivo que o manteve impactante e cativante. (RENDERS, 2019). Por uma opção metodológica, se adotará o termo *sobrevivência das imagens*, não significando a exclusão dos outros termos e dos sentidos que *Nachleben* possua em suas interpretações.

Seu último conceito (que não foi amplamente desenvolvido) é chamado de *Engrama* — uma espécie de memória social e coletiva, enraizada pelas experiências e comoções muito intensas (WARBURG, 2010), estando presente nos autores, nos espectadores e na memórias dos povos, sendo que, o artista ao trabalhar numa obra, obtém o efeito de reconhecimento (SERVA, 2017).

**Figura 1** O Nascimento de Vênus – Sandro Botticelli 1485-1486



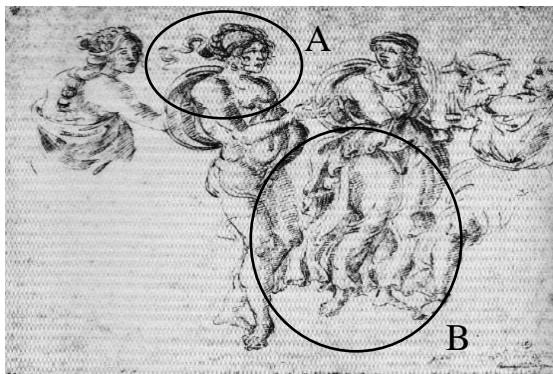
Fonte: (Wikipedia Vênus, 2019)

**Figura 2** A Primavera – Sandro Botticelli – 1477-1482



Fonte: (Wiki A Primavera, 2019)

**Figura 3** Desenho num sarcófago romano (250-260 d.C)



Fonte: (Engramma, 2019)

**Figura 4** Nascimento J.Batista — Domenico Ghirlandaio (1486)



Fonte: (Warburg Chaa, 2019)

Warburg, em sua tese de doutorado, “*O Nascimento de Vênus e A primavera de Sandro Botticelli* (1893), procurou comparar as duas pinturas de Botticelli identificando que os artistas do *Quattrocento* possuíam grande interesse nas obras da Antiguidade (fig. 3 datada de 250-260 d.C.), percebendo que os artistas se apoiavam nos modelos antigos através das representações de partes acessórias como o traje (fig. 1B, 2B, 3B e 4) e os cabelos (fig. 1A, 2A e 3A), percebendo neles um movimento aparente, encontrando neles

uma estética psicológica, possuída de uma empatia que formava o estilo de suas pinturas (WARBURG, 2010).

Pelos seus estudos e conceitos<sup>8</sup>, Warburg, desenvolveu a ideia de que as imagens têm um poder emocional que permanece registrado na subjetividade podendo ressurgir pelo tempo e história por causa de seu enraizamento nas emoções.

Ele se enraíza em experiências e comoções muito intensas, que penetram na subjetividade e permanecem armazenadas, podendo afluir posteriormente, que se associaram a gestos e movimentos corporais, ou seja, a formas de expressão humana, que por sua vez foram utilizadas nas formas de arte (inclusive na arte aplicada, chegando até a propaganda) como uma espécie de índice pictórico e/ou plástico para a expressão de fortes comoções e abalos. (WARBURG, 2010, p. 6)

Durante toda sua vida, coletou uma infinidade de imagens e documentos dando os primeiros passos para a criação do Instituto Warburg na cidade de Hamburgo — Alemanha, em 1921, juntamente com Fritz Saxl (1890-948). Neste primeiro momento do Instituto, Warburg apresentou o inacabado *Atlas Mnemosyne* (fig.5) contendo 63 painéis de 170 por 140 centímetros.

**Figura 5** Atlas Mnemosyne



Fonte: (Atlas Mnemosyne, 2019)

Considerada sua obra mais significativa, o *Atlas Mnemosyne* proporcionou à Warburg ser mundialmente conhecido como o pai da iconologia moderna. (SAMAIN, 2011). Devido ao regime nazista, o instituto e sua biblioteca foram transferidos em 1933

<sup>8</sup> Ver: <https://warburg.library.cornell.edu/>

para Londres<sup>9</sup>. Tal atlas e os seus conceitos ajudam a construir uma metodologia iconológica associativa em relação às produções iconográficas no cenário evangélico *gospel* brasileiro.<sup>10</sup>

Além dos conceitos warburgianos da fórmula da emoção e da sobrevivência das imagens, as análises também ocorrem através da metodologia a partir de Erwin Panofsky (1955) — discípulo de Warburg — um dos teóricos que aprofundou esse conceito da iconologia, termo esse de origem grega *eikon* (imagem) e *logia* (discurso). A iconologia panofskyana é composta por três etapas: a descrição pré-iconográfica, a iconografia (descrição e interpretação das imagens representadas nas obras de arte e pela análise iconológica, conforme quadro a seguir:

Tabela 1 Quadro Panofskyano

<b>Objeto da Interpretação</b>	<b>Ato da Interpretação</b>	<b>Equipamentos para a Interpretação</b>	<b>Princípios Corretivos de Interpretação (<i>História da Tradição</i>)</b>
I. <i>Tema primário ou natural</i> — (A) fatural, (B) expressional — constituindo o mundo dos motivos artísticos	<i>Descrição pré-iconográfica</i> (e análise <u>pseudoformal</u> ).	<i>Experiência prática</i> (familiaridade com <i>objetos e eventos</i> )	História do <i>estilo</i> (compreensão da maneira pela qual, sob diferentes condições históricas, <i>objetos e eventos</i> foram expressos pelas <i>formas</i> ).
II. <i>Tema secundário ou convencional</i> , constituindo o mundo das imagens, estórias e alegorias	<i>Análise Iconográfica</i>	<i>Conhecimento de fontes literárias</i> (familiaridade com <i>temas e conceitos</i> específicos)	História dos <i>tipos</i> (compreensão da maneira pela qual, sob diferentes condições históricas, <i>temas</i> ou <i>conceitos</i> foram expressos por <i>objetos e eventos</i> ).
III. <i>Significado intrínseco ou conteúdo</i> , constituindo o mundo dos valores simbólicos	<i>Interpretação iconológica</i> .	<i>Intuição sintética</i> (familiaridade com as <i>tendências essenciais da mente humana</i> ), condicionada pela psicologia pessoal e <u><i>Weltanschauung</i></u> .	História dos <i>sintomas culturais</i> ou "símbolos" (compreensão da maneira pela qual, sob diferentes condições históricas, <i>tendências essenciais da mente humana</i> foram expressas por <i>temas e conceitos</i> específicos).

Fonte: (PANOFSKY, 1955, p. 64, 65)

<sup>9</sup> Ver: <https://warburg.sas.ac.uk/>

<sup>10</sup> Warburg desenvolve seus conceitos a partir da relação das imagens do *Quattrocento* com a Antiguidade. A utilização de seu método não implica necessariamente uma análise iconológica fiel ao seu período, pois o objeto apresentado nesta pesquisa não compreende o período histórico de Warburg. O uso de suas ideias e conceitos é no sentido de desenvolver uma adaptação de sua abordagem, procurando criar uma relação entre as imagens evangélicas *gospel* e as referências e traslados de imagens da música evangélica estadunidense, como a importação de fórmulas de emoção, imagens possuídas de uma carga emocional, pertencentes ao âmbito secular brasileiro.

Desta forma, esses elementos teóricos visam identificar e mapear os caminhos que as imagens evangélicas percorrem no *gospel*, os aspectos emocionais, a *estética psicológica* (WARBURG, 2010) que proporcionam força as imagens e associações e incorporações iconográficas em relação ao *gospel*.

### 1.1 A permanência no isolamento sociocultural do evangélicos nos anos 70-80

A terminologia *evangélicos* foi escolhida para pautar esta pesquisa no intuito de acolher debaixo deste guarda-chuva religioso, diversas denominações tanto pertencentes ao protestantismo histórico missionário (Protestantismo Histórico de Missão), como denominações pentecostais e neopentecostais. Isso permite uma ampla amostra da cultura visual evangélica e particularmente do *gospel* que, através do mercado e da mídia evangélica, viabilizou e ampliou as produções visuais dentro deste cenário, proporcionando uma desterritorialização denominacional como afirma Cunha (2007):

Dizer que a cultura *gospel* é desterritorializada significa afirmar que ela não tem um território cultural demarcado —está presente em todas as denominações do campo evangélico e também no católico-romano, e os transpõe, pois, essa expressão cultura religiosa é vivenciada mesmo por pessoas que não possuem vínculo religioso. Ela é desterritorializada porque “flutua livremente” ao ser mediada pelo mercado, pela mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados. (CUNHA, 2007, p. 190)<sup>11</sup>

#### 1.1.1 A problemática do imaginário teológico: os dois caminhos

Como visto anteriormente, as imagens sobrevivem pela sua força emocional no tempo e ressuscitam na história cultural. Por se tratar de um processo que perpassa séculos, a delimitação dos traslados imagéticos no cenário evangélico brasileiro partem do Protestantismo Histórico de Missão.

Antônio Mendonça (1995) apontou sobre uma prática religiosa protestante que durante décadas se baseou na intelectualidade e na prédica (MENDONÇA, 1995), destacando o binômio fé e razão que, aliado a uma teologia escapista e puritana, rejeitava qualquer associação “mundana”.

---

<sup>11</sup> Cabe apresentar que neste conceito de Cunha (que trabalhou com algumas artes *gospel* como a música) apresento uma ampliação ao campo das artes como elemento de flutuação e mediação, pois através deste campo artístico que esses processos tem se desenvolvido mais intensamente, ampliando o leque de artes *gospel* como a arquitetura, pintura, dança, teatro, literatura, música e cinema, como também da inserção destas artes no cotidiano religioso e a penetração massiva em áreas anteriormente pouco exploradas pelo mercado evangélico, como poderá ser observado no capítulo 2 desta tese.

Por essa prática se manter durante décadas no protestantismo brasileiro, isso contribuiu para um arrefecimento social, cultural e religioso. Paralelamente, as manifestações emocionais eram expressões, doravante reguladas e limitadas e em alguns casos rechaçadas dentro dos templos protestantes, como, por exemplo, o caso do bater palmas durante o culto.

O processo de construção de uma cultura de negação do catolicismo e de racionalização e interiorização da fé por meio da conversão levou os primeiros evangélicos a optarem pela recusa das tradições e práticas litúrgicas herdadas da história do cristianismo, que inclui o repúdio ao uso da imagem como mediação material e simbólica na vida das igrejas. A linguagem dos gestos, dos símbolos e das imagens litúrgicas passou a ser associada ao catolicismo e, por isso, descartada. O privilégio estava reservado para a palavra falada. (CUNHA, 2007, p. 41)

Mendonça em outro momento afirma que a “[...] mentalidade protestante é isolacionista e anticultural, antipolítica e passiva sob o ponto de vista religioso [...] A mensagem protestante torna-se, assim, cada vez mais inviável. Outras mensagens a ultrapassam” (MENDONÇA, 1990, p. 143). Estas não são as únicas causas para esta virada icônica no meio evangélico contemporâneo. Mendonça apontou que o protestantismo que chegou ao Brasil no início do século XX, tinha como proposta inicial ocupar espaços deixados pelo catolicismo romano, e que devido às preocupações elitistas e a rigidez teológica acabou não obtendo êxito (MENDONÇA, 1995). Jacqueline Dolghe (2007) confirma essa tese ao afirmar que

Os resultados das teologias foram, inevitavelmente, a consolidação de um protestantismo que não reconhece a cultura local em que está inserido e não se faz notar socialmente. Em outras, palavras, tornou-se um gueto, um local diferenciado e desconhecido da sociedade. (DOLGHIE, 2007, p. 137)

A afirmação de Mendonça não se relaciona diretamente com as questões iconográficas de sua época, entretanto, na contemporaneidade evangélica embebida no *gospel*, a lacuna iconográfica deixada pelo Protestantismo Histórico de Missão, tem aberto espaço para o crescimento das denominações neopentecostais, do recrudescimento das imagens *gospel*, das dinâmicas do consumo e de ocupação dos espaços artísticos.

O desenvolvimento e inserção na modernidade e no consumo pelos evangélicos não é uma postura nova. Weber em *A ética protestante e o espírito do capitalismo* apontou a predileção protestante pelo materialismo, que intitulou de “alegria com o mundo” (WEBER, 2004, p. 35). Rubem Alves (1982) também foi nessa direção ao

afirmar que o *espírito* do protestantismo é o responsável por essas transformações na contemporaneidade: “o Protestantismo se entende como o espírito da liberdade, da democracia, da modernidade e do progresso” (ALVES, 1982, p. 81.).

Por outro lado, o Protestantismo Histórico de Missão e as teologias escapistas atuaram iconograficamente na construção de uma parede imaginária-teológica que pudesse separar igreja e mundo. Algumas<sup>12</sup> representações imagéticas foram trasladadas através dos missionários estadunidenses, percorrendo caminhos até chegarem ao Brasil, influenciando a resignificação da produção iconográfica e do imaginário evangélico a partir da metade do século XX.

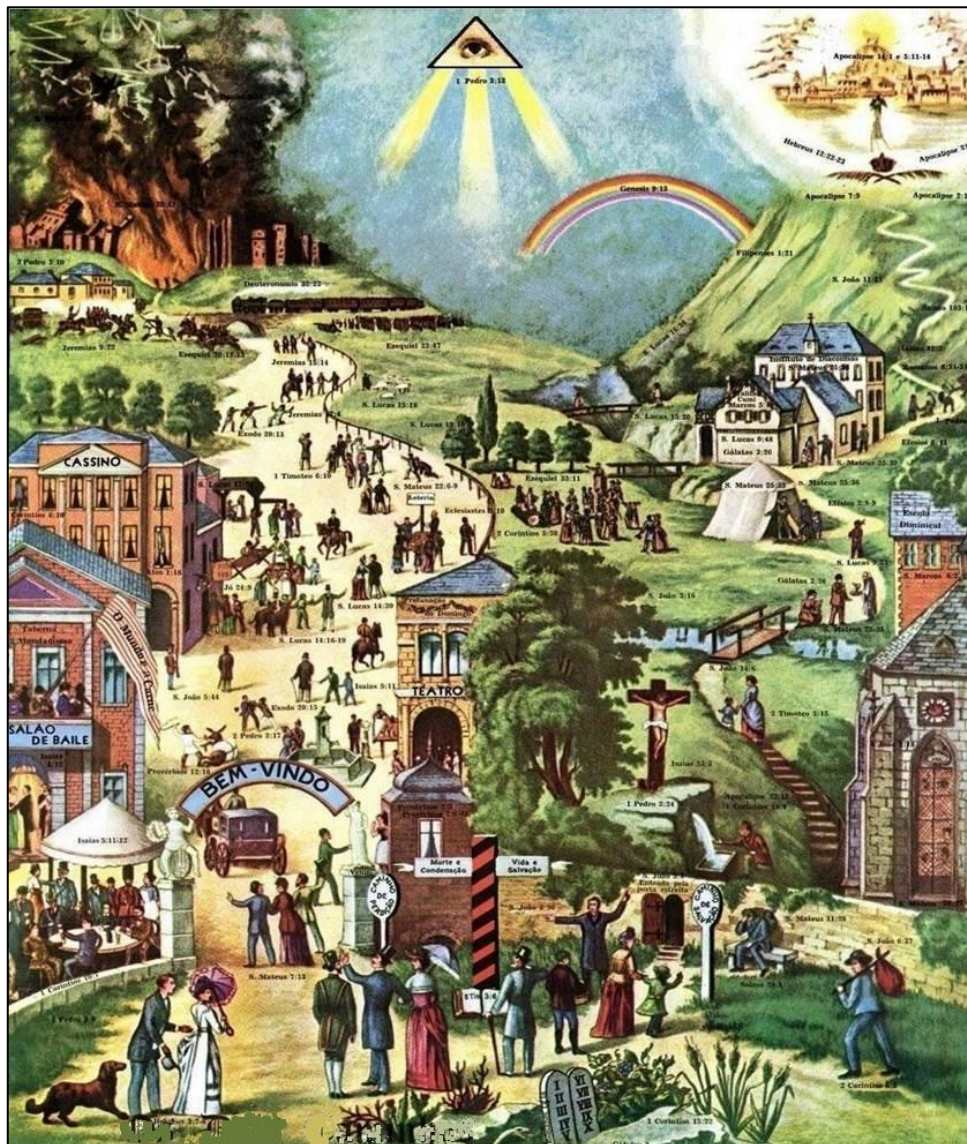
Uma das gravuras mais emblemáticas que fez parte das residências evangélicas no Brasil e que influenciou, com profundidade, o isolamento sociocultural do Protestantismo Histórico de Missão foi o quadro denominado de “Os dois Caminho”<sup>13</sup>. Diversos autores entre eles, Douglas Monteiro (1975), Rubem Alves (1982), Leonildo Campos (2014) e Helmut Renders (2016), se debruçaram nas análises iconológicas e teológicas sobre esta gravura surgida na primeira metade do século XX no Brasil.

---

<sup>12</sup> Neste caso, não se pretende realizar um reducionismo da cultura visual evangélica brasileira, mas abordar imagens que possuam uma fórmula de *emoção*, ou seja, uma força emocional que alimentaram e alimentam as produções imagéticas da batalha espiritual no meio *gospel*. Com isso, a seleção por determinadas imagens no decorrer da pesquisa não está atrelada a tão somente apresentar um material iconográfico evangélico, mas trabalhar na dupla dinâmica entre a imagem e sua relevância no imaginário religioso cristão evangélico no Brasil.

<sup>13</sup> Para mais informações sobre o surgimento da gravura e análises iconológicas ver os trabalhos de Campos (2014) e Renders (2016).

**Figura 6** Gravura: Os Dois Caminhos - Charlotte Reihlen – Edição Brasileira - 1932



Fonte: (Os Dois Caminhos, 2008)

Leonildo Campos (2014) aborda que a gravura “Os dois caminhos” (fig.6) que circulou pela Europa,

É um verdadeiro mapa, uma espécie de janela aberta para o interior do imaginário e da cosmovisão do protestantismo pietista e puritano, implantado no Brasil a partir da metade do século XX” (CAMPOS, 2014, p. 341).

Em sua observação, Campos descreve que é curioso como os protestantes reformados calvinistas que favoreceram a palavra escrita, a oralidade e a rejeição às imagens via atitudes iconoclastas, tenham permitido a incorporação de gravuras em suas casas e ainda as utilizarem como mecanismos pedagógico e de evangelização na divulgação de suas doutrinas.

Estas representações exerceram uma forte influência no imaginário religioso, pois a vida cristã era limitada à vida na igreja e na guarda do domingo. Entre outras práticas, pregavam a abstinência alcoólica, ao fumo e eram contrários a qualquer participação em atividades que envolvessem o corpo, tais como danças, festas religiosas ou populares além de cinemas e música. Silva (2010) descreve alguns elementos relevantes na análise entre o caminho largo e o caminho estreito.

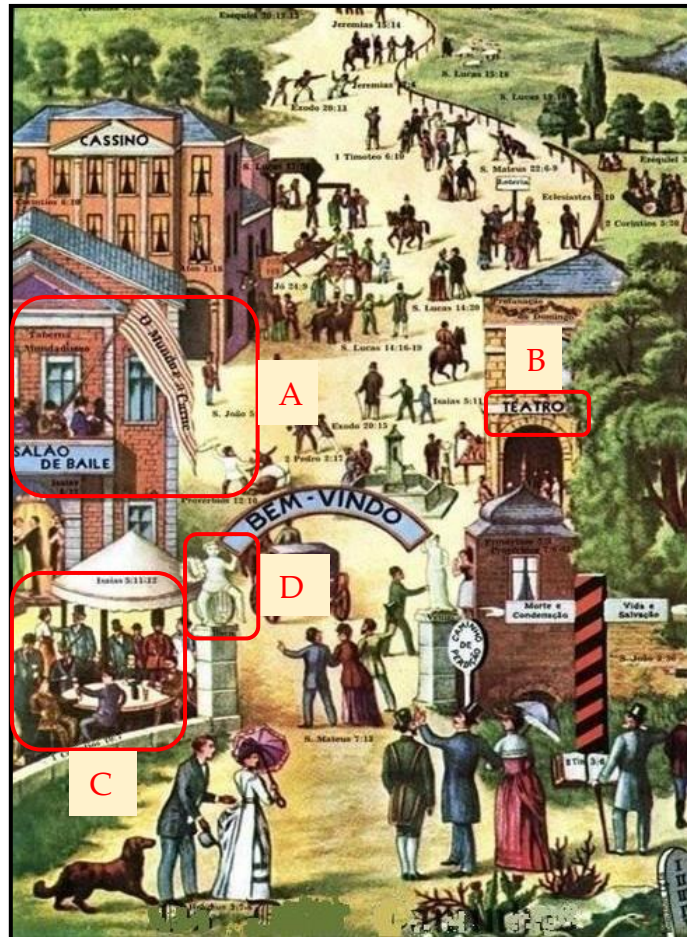
O quadro chamado de “Os Dois caminhos” ou “O Caminho Largo e o Caminho Estreito”. Na construção imagética do “dois caminhos”, logo na entrada do caminho largo encontra-se a deusa romana Vênus, a deusa do amor e da beleza, juntamente com o deus Baco representando o vinho e o prazer na busca por uma vida hedonista guiada pelos instintos humanos[...]. Mais adiante no caminho, os elementos associados à vida social como o teatro, as salas de concerto musical e os salões de jogos, elementos estes que compunham práticas relacionadas à diversão, também eram considerados profanos, impensáveis de pertencerem à prática usual de seus fiéis. As roupas daqueles que seguem o caminho largo são elegantes, de classes abastadas, possuidoras de riquezas na vida; em contrapartida os seguidores do caminho estreito se vestem de forma simples, desprendidos dos recursos estéticos e da moda do “mundo”. O caminho que conduzia à perdição é constantemente representado pela contemporaneidade e pela urbanização culminando num final de chamas e destruição. Em contrapartida, o caminho cristão denota uma associação ao mundo rural, bucólico, sem qualquer tipo de participação em atividades da vida social relacionada a práticas “mundanas” do outro caminho. O percurso é pautado na vida devocional de oração, reflexão bíblica e no altruísmo, obtendo ao final da caminhada a recompensa: chegar à “cidade celestial”. Em todo o tempo observando os dois caminhos está o “olho que tudo vê”, representando a trindade que observa a todos. (SILVA, 2010, p. 23-24)

Rubem Alves também apontou que esta representação é uma das poucas expressões visuais no meio protestante, com grande expressão simbólica na formação ética, moral e religiosa dos cristãos deste período. O imaginário produzido pela gravura, perdura com força nos meios eclesiais das igrejas pertencentes tanto ao Protestantismo Histórico de Missão como nas igrejas pentecostais e neopentecostais, entretanto com certa flexibilidade, como apontou Magali Cunha (2007).

Esse dualismo entre sagrado e profano, representado na gravura, divide a questão entre o caminho que leva à salvação e o caminho que leva às chamas da perdição. As práticas intituladas “mundanas”, como o teatro, os salões de baile, as festas, os instrumentos musicais proibidos (guitarra elétrica, contrabaixo elétrico, bateria,

percussão, ou qualquer instrumento oriundo da *serpente*<sup>14</sup>) permearam durante boa parte das décadas de 1950-1980, antes do surgimento *gospel* nos anos 90.

**Figura 7** Os Dois Caminhos - Recorte Ampliado



Fonte: (Os Dois Caminhos, 2008)

Observando em detalhes a gravura, se percebe três aspectos que na prática evangélica eram estritamente condenáveis: os bailes (Fig. 7A), que expõe uma bandeira dizendo “o mundo e a carne”; o teatro (Fig. 7B), visto como negativo, sendo uma das causas da “profanação do domingo” e do erotismo despertado entre homens e mulheres na porta de entrada; e os bares (Fig. 7C) onde pessoas bebem e se confraternizam ao lado da estátua de Dionísio (fig. 7D), o deus do vinho (CAMPOS, 2014).

Neste aspecto, como parte do prática evangélica, as imagens corroboraram não somente reforçando as teologias puritanas vigentes na tradição protestante no início do século XX no Brasil, como também contribuindo para a construção social, como afirmou

<sup>14</sup> Warburg apresenta uma comparação entre a serpente e a energia elétrica (WARBURG, 2004). Tal discussão será retomada no capítulo 3.

David Morgan: “Cultura visual refere-se às imagens e objetos que empregam formas particulares de ver e, portanto, contribuem para a construção social, intelectual e perceptual da realidade;<sup>15</sup>” (MORGAN, 2005, p. 27, **tradução minha**).

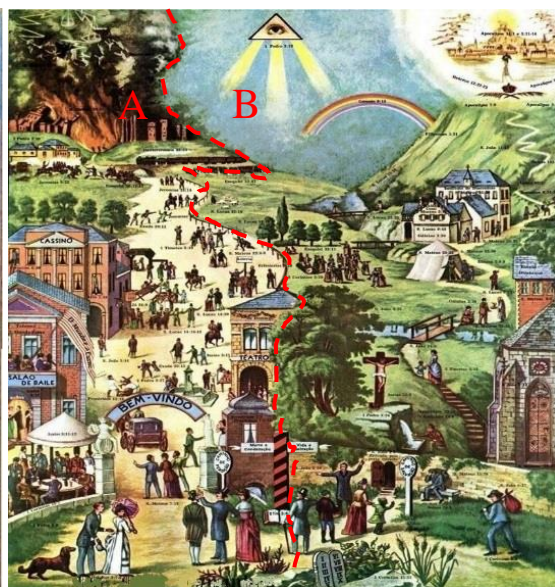
A representação imagética em um LP do cantor evangélico Luiz de Carvalho, intitulado “O Rei está Voltando”, lançado em 1978, encarna esta construção teológica de isolamento sociocultural, se utilizando da força presente na gravura “Os dois caminhos”, de sua *páthos*, carregadas de energia de emoção, de força psicológica, que reforçam este construção social.

Figura 8 LP O Rei Está Voltando - Luiz de Carvalho -1978



Fonte: (Hinos Evangelicos, 2016)

Figura 9 Gravura Os Dois Caminhos



Fonte: (Os Dois Caminhos, 2008)

A análise pré-iconológica (PANOFSKY, 1955) das duas imagens (fig.8 e 9) se concentra especificamente no aspecto dicotômico entre os temas teológico e geográfico. No âmbito teológico retratado na figura 9, a divisão se dá entre o caminho da perdição (fig. 9A - lado esquerdo) e da salvação (fig. 9B - lado direito). Inicialmente a parte A da figura 8 (a volta de Jesus) é o tema principal, ocupando majoritariamente todo o desenho, enquanto a parte B (a cidade em chamas) tem um pequeno espaço de exibição.

De forma análoga, a figura 8 segue uma estrutura trasladada tanto do aspecto iconográfico como do imaginário teológico da gravura “Os dois caminhos”. Isto é perceptível a partir da construção da imagem onde se vê a salvação — através da volta

<sup>15</sup> Do original: Visual culture refers to the images and objects that deploy particular ways of seeing and therefore contribute to the social, intellectual, and perceptual construction of reality;

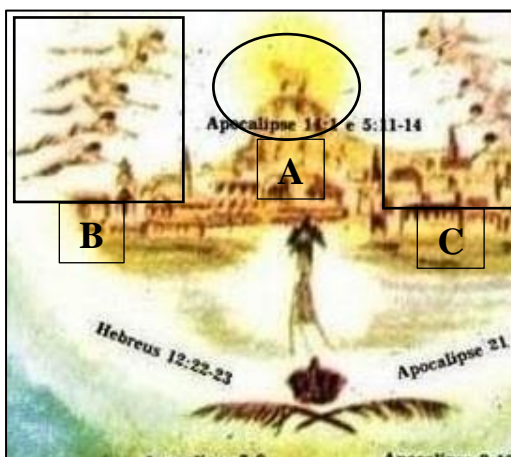
de Cristo (fig.8A) e a perdição — a cidade em chamas (fig.8B) observando que, primeiramente, em ambas as figuras há a destruição em chamas daqueles que não aceitaram (fig. 8B) ou não caminharam pelo caminho cristão (fig.9A). Em segundo lugar, ambos os que aceitaram ou caminharam são alertados da presença de Jesus (fig. 10) e do cordeiro (fig. 11) pelos anjos que tocam as trombetas (fig.10 e 11B e 11C).

**Figura 10** O Rei está voltando - Recorte Ampliado



Fonte: (Hinos Evangelicos, 2016)

**Figura 11** Os Dois Caminhos - Recorte Ampliado



Fonte: (Os Dois Caminhos, 2008)

Em relação ao aspecto geográfico, conforme aborda Silva (2010), há na figura 8 uma distinção entre a cidade e o campo, sendo assim, a cidade representa a modernidade, a evolução, as transformações sociais e culturais se tornando uma ameaça para a fé cristã-evangélica e conseqüentemente para a salvação dos fiéis.

A cidade modernizada, a promotora do mal, com sua grande concentração de edifícios é consumida pelas chamas enquanto os fiéis ao Cristo aguardam sua redenção nas montanhas. No campo é que Deus habitava na concepção da capa; os anjos voltam para buscar aqueles e aquelas que estão distantes do mundo e das práticas mundanas que distanciam e desvirtuam os crentes (SILVA, 2010, p. 28)

Dentro da análise iconológica, esse dualismo presente entre o rural e a cidade, habitação de Deus e habitação do mal, exibido na capa do LP, é percebido também na produção literária da composição da letra da canção de mesmo nome do LP – O Rei está voltando, o que corrobora para a análise destas duas figuras.

#### O Rei está voltando (Glenn M. Alderfer)

O Rei está voltando, o Rei está voltando  
A trombeta está soando, o meu nome a chamar

O **mercado** está vazio, seu **trabalho** já parou  
 O **martelo** dos obreiros, seu barulho já cessou  
 Os **ceifeiros** lá no **campo**, terminaram seu labor  
 Toda Terra está em suspense, é a volta do Senhor

O Rei está voltando, o Rei está voltando  
 A trombeta está soando, o meu nome a chamar  
 Sim o Rei está voltando, o Rei está voltando  
 Aleluias Ele vem me buscar

Os vagões de **trens** vazios, passam ruas e quarteirões  
**Aviões** sem seus pilotos, voam para destruição  
 A **cidade** está deserta, sua agitação parou  
 Sai a última notícia, Jesus Cristo já voltou

Fonte: (Hinos Evangelicos, 2016)

A letra da canção “O Rei está voltando” (**grifo meu**), serviu como inspiração para o desenvolvimento da capa do LP (fig.8). Nela se destaca as palavras *mercado*, *trabalho*, *cidade*, *trens* e *aviões*, que apontam para a modernidade (mercado e trabalho), o desenvolvimento (cidade) e as transformações tecnológicas (trens e aviões). Já no aspecto rural, o único trabalho citado é do *ceifeiro*, contudo a palavra utilizada é *labor*, que em sua etimologia latina está relacionada ao trabalho como fadiga e sofrimento (SARAIVA, 2006), em contraponto com o conceito moderno do espírito capitalista protestante e da absorção “na vida mundana dos negócios” (WEBER, 2004, p. 35).

Desta forma, o traslado das representações visuais para uma teologia dicotômica, proporcionou a manutenção da construção social e intelectual (MORGAN, 2005) evangélica e da visão dualista entre igreja e mundo, sacro e profano, vida no mundo e vida em Deus, que de certa forma, reforçou o puritanismo evangélico e o distanciamento artístico e cultural promulgado por suas lideranças.

Para não serem contaminados e corrompidos pelas coisas, paixões e interesses do mundo, os líderes pentecostais procuram imprimir na conduta dos fiéis, desde a conversão, normas e tabus comportamentais, valores morais, usos e costumes de santificação. (MARIANO, 1999, p. 190)

A *fórmula de emoção* presente na capa do LP (fig.8) e na gravura (fig.9) demonstra o traslado das imagens oriundas da Europa e Estados Unidos, como sua força emocional, que imprimiram rastros e formas, solidificando teologias pelo viés do dualismo entre o caminho largo e o caminho estreito presentes em ambas imagens. Essa gravura sobreviveu (*Nachleben*) por mais de 400 anos desde a aparição da primeira

versão feita por *Hieronymus Wierix* do “Caminho estreito e o caminho largo” no ano de 1600 na cidade de Antuérpia (RENDERS, 2016).<sup>16</sup>

Outro elemento importante que marca as representações iconográficas é o uso da demonização de imagens através de *fórmulas de emoção* aterrorizantes que atuam psicologicamente nas emoções das pessoas por intermédio do medo.

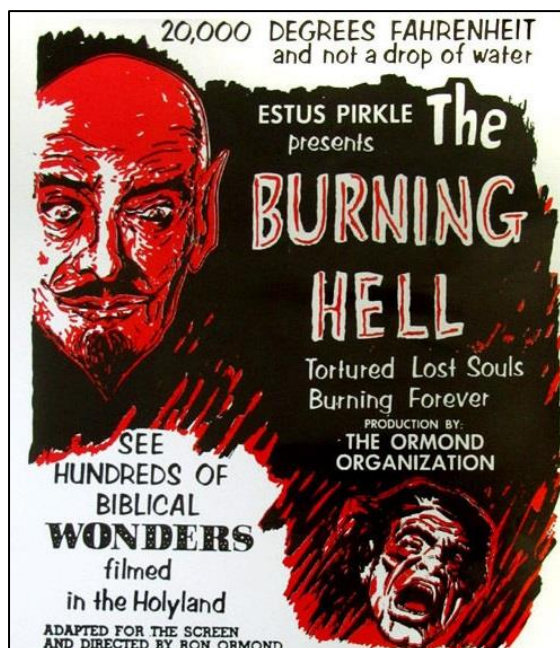
Cabe ressaltar, que essas fórmulas, como apontou Warburg, não estão atreladas às imagens somente pelos aspectos estéticos, mas pelos motivos oriundos da antiguidade, que neste caso, são: anjos, destruição através do fogo e trombetas que ressurgem. Estes elementos podem ser observados nas chamas consumindo os perdidos no caminho da perdição e daqueles que ficaram na cidade (fig.9 e 8).

Estas fórmulas de emoção (*Páthos*) remontam os mitos, as tradições (orais e escritas), os símbolos, os artefatos e as produções iconográficas que sobreviveram e se modificaram, perpassando as representações do período medieval do apocalipse, do Diabo e do inferno (fig.12).

**Figura 12** O Último Julgamento – Anônimo – Séc. XIV **Figura 13** Filme *Burning Hell* – EUA - 1974



Fonte: (GRAF, 2015, p. 70)



Fonte: (Burning Hell, 1974)

Já no contexto evangélico no Brasil, as representações iconográficas do medo que aportaram seguiram fórmulas e modelos estadunidense através do puritanismo — como um “modo de ser, de ver os homens e as coisas sob o prisma da fé religiosa”

<sup>16</sup> Ver: Anexo II.

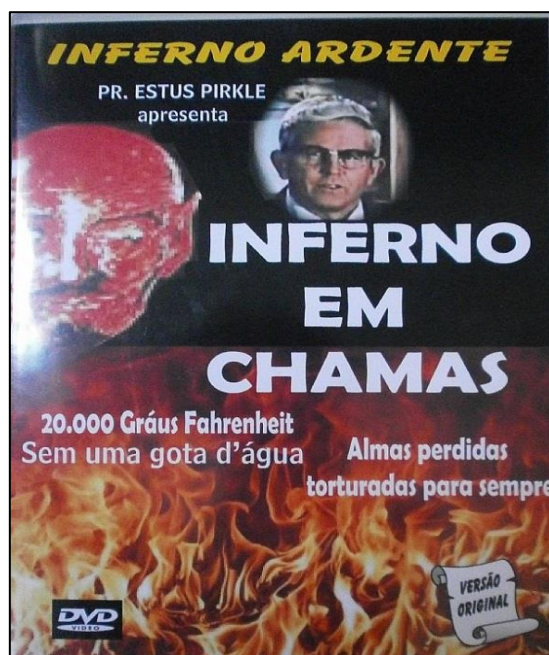
(MENDONÇA, 1995, p. 37), como por doutrinas pietistas que enfatizavam, através do terror e de imagens de medo, as consequências da desobediência dos preceitos cristãos, do pecado e da morte fora de Cristo (MENDONÇA, 1995).

O filme estadunidense intitulado *Burning Hell* de 1974 (fig.13), apresenta esta influência na composição do imaginário evangélico brasileiro. O filme é catalogado no *IMDb* (*Internet Movie Database*) nos gêneros de documentário/horror descrevendo como é o inferno e quais são as consequências daqueles que não obedecerem a Bíblia e não “aceitarem” o chamado de Jesus como salvador. Sua iconografia é descrita a partir de imagens teológicas e de textos retirados dos relatos bíblicos com forte influência da cultura visual medieval, contendo cenas gravadas em Jerusalém e nos Estados Unidos.

A construção iconográfica do Diabo, segue a imagem medieval, onde sua representação é massivamente reproduzida e distribuída, conforme destaca Graf (2015) “Satanás atinge o mais alto grau de seu desenvolvimento e de seu poder na Idade Média, naquele problemático e infeliz período em que o cristianismo se mostra mais vigoroso”. (GRAF, 2015, p. 29, **tradução minha**)<sup>17</sup>.

No Brasil, o filme foi traduzido como *Inferno em Chamas*, sendo amplamente reproduzido em igrejas pertencentes a grupos pentecostais e do Protestantismo Histórico de Missão.

**Figura 14** Versão Brasileira - O Inferno em Chamas



Fonte: (O Inferno em Chamas, 1974)

<sup>17</sup> Do original: Satan reaches the highest degree of his development and of his power in the Middle Ages, in that troubled and unhappy period wherein Christianity shows itself most vigorous.

O traslado imagético estadunidense do cartaz do filme é presente na capa do DVD da versão brasileira, onde se observa a figura do Diabo (fig.13 lado esquerdo e fig.14), juntamente com as frases: “20.000 Gráus [sic] Fahrenheit sem uma gota d’água” e “Almas perdidas, torturadas para sempre”. Os evangélicos da década de 1970 utilizaram a figura construída na idade média do Diabo (fig.12), pertencente ao imaginário, textos e símbolos bíblicos e as utilizou iconograficamente em suas produções visuais e cinematográficas.

A utilização do medo através de imagens aterrorizantes tem o intuito de surtir reações emocionais simultâneas em ambas as pessoas que as observam, sejam cristãs ou não. No caso do documentário *Inferno em Chamas*, as cenas e imagens de terror tinham o intuito de produzir o medo de ir para o inferno nas pessoas não cristãs; já nos cristãos, o medo ir para o inferno por não caminharem nas doutrinas cristãs.

Esses elementos da batalha entre o bem e o mal permeou as imagens evangélicas brasileira com muita carga emocional. O livro escrito por *John Bunyan*, intitulado “O Peregrino”<sup>18</sup>, publicado inicialmente em 1678, e que já foi traduzido em mais de 200 idiomas, ganhou sua representação iconográfica pela gravura de “Os dois caminhos” (MENDONÇA, 1995).

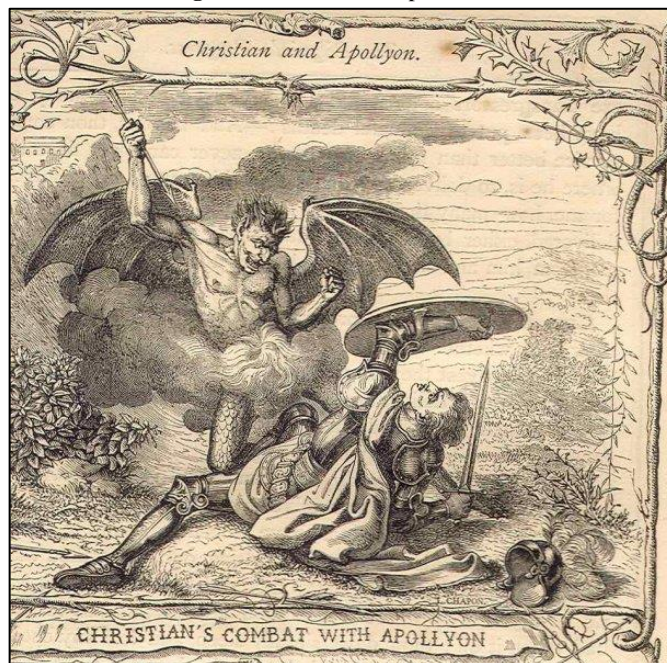
John Bunyan era pregador leigo. Foi preso por 12 anos e condenado, por demonstrar uma religiosidade desprendida dos controles institucionais do governo e da Igreja Inglesa. No cárcere, teve sonhos que foram transformados no livro (CAMPOS, 2014), “O Peregrino”, que descreve o caminhar do cristão até a cidade celestial. Nesta jornada, o personagem enfrenta tentações, desafios e inclusive batalhas com o próprio demônio (fig.15): “No Vale da Humilhação, porém, o caminho se tornou difícil para Cristão. Pouco andara ainda quando divisou um demônio asqueroso vindo pelo campo em sua direção. Seu nome era Apoliom” (BUNYAN, 2013, p. 9).

Na figura 15 intitulada “Combate do cristão com Apoliom” apresentada na edição inglesa de 1850, se observa as representações do mal na figura de um demônio segundo a concepção medieval, e do cristão representado com a indumentária de um cavaleiro medieval do séc. XV (STEELE, 2005), portando armadura, escudo, espada e capacete (caído no chão)

---

<sup>18</sup> Título original em inglês: *The Pilgrim's Progress from This World, to That Which Is to Come* – 1678.

**Figura 15** O Cristão e Apoliom<sup>19</sup>



Fonte: (Wiktionary, 2007)

O livro se tornou uma referência na literatura cristã-evangélica mundial e exerceu fortes influências na construção teológica evangélica brasileira, facilitando a incorporação para a recém lançada teologia da batalha espiritual<sup>20</sup> que chegou no Brasil a partir dos anos 90.

A estreita influência entre a gravura “Os dois caminhos” e o livro “O Peregrino” já foi apresentada por Leonildo Campos (2014), que afirma que não somente os versículos bíblicos que aparecem na gravura, mas os tipos criados pelo artista seguem uma proposta de peregrinação que se opõe ao envolvimento social. (CAMPOS, 2014).

Além da influência e contribuições do texto de Bunyan na produção da artista Charlotte Reihlen (produtora da gravura “Os dois caminhos”) e de todas as reproduções iconográficas decorrentes da *sobrevivência* da gravura, o livro “O peregrino”<sup>21</sup> com sua construção alegórica e simbólica de uma batalha entre o bem e o mal, possibilitou o traslado de imagens também para outros segmentos teológicos como veremos adiante, no âmbito da batalha espiritual, da prosperidade e da cura interior<sup>22</sup>.

<sup>19</sup> Texto da figura: “Combate do cristão com Apoliom”.

<sup>20</sup> A Teologia da Prosperidade faz uma interpretação bíblica abordando que o cristão tem direito de reivindicar bens materiais e prosperidade financeira. Esse tema será abordado no capítulo 3.

<sup>21</sup> Do original inglês: The pilgrim’s progress from this world, to that which is to come - 1678.

<sup>22</sup> O propósito não é de mapear todas as imagens que influenciaram este período, mas destacar imagens que por sua carga emocional, permearam as pregações, cânticos, filmes, teologias e, conseqüentemente, o modo de vida evangélico no Brasil.

## 1.2 Os traslados imagéticos estadunidenses na arquitetura, música, dança e pintura.

### 1.2.1 Arquitetura

Cabe apresentar como parte do isolamento sociocultural dos anos 70 e 80, as artes que permaneceram reguladas do ponto de vista artístico, em relação às transformações sociais e culturais constantes como consequência da modernidade no cenário evangélico.

Uma primeira arte que se destaca é a arquitetura dos templos. A arquitetura como arte é uma temática que envolve os seres humanos religiosos desde os tempos antigos através de suas construções imponentes em formas e formatos diversos.

Para a arquitetura, a preocupação onde habitam os seres humanos se configura como um dos aspectos mais importantes (ZEVI, 1978), observando que esta arte dialoga com o espaço e o que se constrói é diretamente ligado àquilo que se vê.

Nas últimas três décadas, semelhantemente ao que tem acontecido nas áreas da comunicação, teologia e cultura visual, há uma preocupação filosófico-estética na arquitetura em relação ao movimento e direcionamento do olhar que hoje, embebido nas técnicas e estratégias publicitárias, tem influenciado e transformado o mundo contemporâneo colocando em discussão seu papel. O que se percebe na arquitetura, como em outras artes, é uma avalanche de imagens que preocupa estudiosos e teóricos sobre o caminho das artes.

A predileção pelos olhos nunca foi tão evidente na arte da arquitetura como nos últimos 30 anos, nos quais tem predominado um tipo de obra que busca imagens visuais surpreendentes e memoráveis. Em vez de uma experiência plástica e espacial embasada na existência humana, a arquitetura tem adotado a estratégia psicológica da publicidade e da persuasão instantânea; as edificações se tornaram produtos visuais desconectados da profundidade existencial e da sinceridade. (PALLASMAA, 2011, p. 29).

Paralelamente às discussões da arquitetura não religiosa, com o crescimento do pentecostalismo e do neopentecostalismo a partir da década de 1980 e o surgimento de novos espaços religiosos em galpões, garagens, salões, cinemas, casas de espetáculos entre outros, são raros os modelos arquitetônicos de templos e catedrais, que hoje — de maneira mais tímida que no século passado — habitam as construções dos templos religiosos das denominações pertencentes ao Protestantismo Histórico de Missão no Brasil (CUNHA, 2007), tais como as igrejas Presbiteriana, Metodista, Batista e

Episcopal, tendo como objetivo principal, alinhar dentro do seu espaço suas atividades religiosas.

**Figura 16** Catedral Presbiteriana – RJ



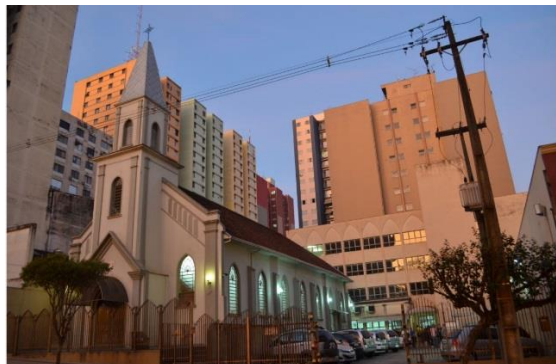
Fonte: (Catedral Presbiteriana RJ, 2003)

**Figura 17** Vista Interna da Catedral Presbiteriana - RJ



Fonte: (Catedral Presbiteriana\_2, 2015)

**Figura 18** Igreja Metodista em Londrina - PR



Fonte: (MetodistaLondrina, 2019)

**Figura 19** Vista Interna Igreja Metodista em Londrina



Fonte: (MetodistaLondrina, 2019)

No recorte iconográfico, se observa duas igrejas protestantes sendo as figuras 16 e 17, a Catedral Presbiteriana do Rio de Janeiro (1934) e as figuras 18 e 19, a Igreja Metodista Central de Londrina (1941), sendo ambas caracterizadas por sua arquitetura em estilo neogótico. Para Abumanssur (2004) “Os estilos neoclássico e neogótico foram as principais fontes de inspiração para as comunidades protestantes. Embora sejam poucas (no Brasil raras) as igrejas que buscaram seguir *in totum* um dos estilos.” (ABUMANSUR, 2004, p. 113).

Neste caso, a catedral e a igreja foram projetadas em sua arquitetura interna, numa disposição que contemplava as práticas litúrgicas de instrumentos musicais como o órgão e o piano e também de cantoras/es e corais, com capacidade de até 800 pessoas sentadas<sup>23</sup>. Segundo o arquiteto Eliseu Genari (2015), as igrejas atuam segundo suas necessidades cúlticas.

As igrejas, de um modo geral, foram projetadas e construídas conforme suas doutrinas e tradições das práticas dos cultos e da utilização de instrumentos musicais nas liturgias, o que explica a variedade de características tipológicas de suas edificações. (GENARI, 2015, p. 9)

Tais práticas fazem parte do referencial evangélico baseado nos modelos arquitetônicos europeu e estadunidense. Os aspectos estéticos e arquitetônicos juntamente com a liturgia fizeram parte de um modelo trasladado para o Brasil, “o culto que se implantou no país foi fielmente um reflexo da teologia missionária, ajudando a consolidá-la [...] ideologicamente construída sobre o Destino Manifesto” (DOLGHIE, 2007, p. 138).

A partir da década de 1960, houve o crescimento das organizações paraeclesísticas que propunham um novo modelo de igreja, contemplando um descolamento das formas (tanto arquitetônicas como estéticas) e das liturgias das igrejas pertencentes ao Protestantismo Histórico de Missão.

Com isso, se desencadeou uma abertura maior para as manifestações artísticas, expressões corporais e musicais no cenário evangélico. Tais transformações comportamentais nos grupos paraeclesísticos, reverberavam a influência mundial do movimento *hippie*<sup>24</sup>, que pregava a liberdade do corpo e sexual, num movimento de contracultura, diante dos padrões instituídos pela sociedade estadunidense, afetando diretamente as instituições familiares, de ensino e as igrejas cristãs.

Já na década de 1980, influenciadas pelos movimentos de crescimento de igrejas estadunidense, as transformações instauradas nos espaços religiosos brasileiros se caracterizaram pela busca por locais maiores e alternativos aos templos. Do ponto de vista iconográfico, as apropriações pelas igrejas evangélicas de cinemas e teatros

---

<sup>23</sup> Esses números não representam a média de capacidade da maioria dos templos destas denominações que giram em torno de 100 a 300 lugares. No caso específico da catedral citada, por se tratar de Templo-Sede da cidade e/ou estado, foi projetada para comportar um número maior de pessoas para atender as demandas das programações regionais e nacionais.

<sup>24</sup> Um dos pontos altos do movimento *hippie*, foi o Festival de Woodstock que aconteceu entre os dias 15 e 18 de agosto de 1969, na cidade de *Woodstock – New York*. Marcado como um movimento contracultura, criticou a sociedade e o *status quo* tradicional das famílias estadunidenses no que tangia aos modelos familiares, estéticos, musicais e econômicos.

desativados, casas de shows, galpões e salões corroboraram para mudanças significativas nas características arquitetônicas e estéticas destes novos espaços religiosos<sup>25</sup> destinados às programações evangélicas.

A preocupação das igrejas evangélicas de lugares multifuncionais que abarcassem o uso de equipamentos de som, luzes, como também do aparato tecnológico para gravações audiovisuais e transmissões dos cultos *on-line*, (telas de *led* e monitores gigantes), fomentou uma mudança arquitetônica, estética e conseqüentemente visual. Este processo passou a reestruturar e remodelar os espaços religiosos evangélicos tanto internamente como externamente. Isso visou ficarem mais atraentes para o público cristão (SUDA, 2014). A incorporação destes novos paradigmas de espaços religiosos aconteceu através do traslado das imagens e das construções sociais estadunidenses surgidas através do movimento conhecido como *megachurches*.

O uso por evangélicos de casas de espetáculos e esportes para a realização de seus cultos e eventos, surge no verão de 1957 por intermédio do evangelista Billy Graham, ao utilizar a famosa casa *Madison Square Garden* em *New York* para a realização de um encontro de avivamento. Para Kilde, o avanço do Movimento de Crescimento de Igrejas (*Church Growth Movement*) nas décadas de 1970 e 1980, foi o estopim para um *boom* de construções de igrejas evangélicas que adentraram o século XXI. Como pioneira nos Estados Unidos, a *Willow Creek Community Church* (fig.20) localizada em *South Barrington, Illinois*, foi uma das primeiras igrejas estadunidenses a serem chamadas de *Megachurch*. (KILDE, 2008).

---

<sup>25</sup> Esta pesquisa não pretende aprofundar a análise e a discussão sobre as questões arquitetônicas. A abordagem de elementos arquitetônicos e estéticos é a partir da expansão visual que perpassa por alguns grupos religiosos. Neste sentido, adotaremos os termos ‘espaço religioso’ para algumas denominações específicas neopentecostais que serão abordadas neste capítulo e ‘templo’ para denominações pertencentes ao Protestantismo Histórico de Missão. Cabe ressaltar que o conceito de ‘templo’ é abandonado por alguns grupos neopentecostais e pertencentes ao PHM. Segundo o arquiteto Eliseu, há um distanciamento proposital para descaracterizar os espaços religiosos do conceito de templo (GENARI, 2015). Algumas igrejas adotam termos como: salão, auditório, *Hall* (como é o caso da Igreja Apostólica Renascer em Cristo, com a nova sede intitulada de *Renascer Hall*) no intuito de ‘contemporaneizar’ e atualizar os espaços religiosos, tornando-os mais atrativos do ponto de vista estético-emocional e visual. A respeito do tema da arquitetura dos templos protestantes e pentecostais, recomenda-se o texto *As moradas de Deus* de Edin Sued Abumanssur.

**Figura 20** Willow Creek Community Church



Fonte: (American Magazine, 2014)

Seu fundador, o pastor Bill Hybels, observou “que muitos estavam desconfortáveis com as construções cristãs tradicionais, suas imagens e suas práticas litúrgicas” (KILDE, 2008, p. 193, **tradução minha**)<sup>26</sup>. Essas *megachurches* caracterizam-se por igrejas que saíram da tradição protestante indo para espaços religiosos com capacidade para milhares de pessoas (Fig.20), possuem um antiformalismo e um antihistoricismo, dentro do espaço religioso são equipadas com sistemas de áudio e vídeo de última geração, proporcionando transmissão ao vivo *on-line*. Também ampliaram a oferta de serviços dentro e fora dos espaços religiosos, oferecendo neles uma variedade de opções de programas como: esportes, livrarias, restaurantes, cafés, espaços de convivência ( no intuito de corresponder às necessidades dos frequentadores, visando alcançar uma importância cultural mais ampla) (EAGLE, 2015).

Os projetos arquitetônicos evangélicos brasileiro têm refletido e acompanhado a dinâmica tecnológica e estetizante dos modelos das *Megachurches*, buscando atrair o olhar do seu público apresentando ampliações estilístico-artísticas e estéticas na construção e na adequação de espaços para cultos e programações religiosas. A partir de um redirecionamento visual e mercadológico, os espaços religiosos no *gospel*, ressignificou suas fachadas e estruturas arquitetônicas e ampliou o espaço e opções de produtos a serem oferecidos dentro desses espaços.

<sup>26</sup> Do original: Many were not comfortable with traditional Christian buildings, imagery, and services.

### 1.2.2 Música

A arte musical evangélica<sup>27</sup> chega ao Brasil através do protestantismo. Segundo Henriqueta Braga, realizou-se o primeiro culto no Brasil em 10 de março de 1557 e “onde também, pela primeira vez, ecoaram neste país os *Salmos* musicados em execução congregacional” (BRAGA, 1961, p. 41). Jacqueline Dolghie (2007) afirma que a música executada no início do protestantismo no Brasil baseava-se em boa parte, da influência musical protestante da Europa.

Muito provavelmente, os cultos da primeira tentativa de inserção protestante no país entoavam o saltério genebrino de Calvino. Na segunda tentativa de fixação no Brasil, entre 1630 a 1645, os protestantes que aqui chegaram eram holandeses, e por isso, a música cáltica repousava nas duas tradições protestantes: a luterana e a calvinista. O mesmo repertório desta segunda tentativa deve ter acompanhado o protestantismo de imigração. Nos três casos, a reprodução musical baseava-se na salmodia e na hinódia do protestantismo europeu. (DOLGHIE, 2007, p. 154)

A música caracterizava-se através de cantos congregacionais, canto coral e solistas, acompanhados de instrumentos musicais como o órgão e o piano. A música protestante se consolidou com os demais grupos protestantes que chegariam ao Brasil a partir do século XIX, destacando nesse período o surgimento do primeiro hinário protestante lançado no Brasil: o *Salmos e Hinos*. (VICENTINI, 2007)

Os primeiros registros fonográficos da música sacra evangélica no Brasil, se dão a partir de 1912 com a gravação do Coral da Igreja Evangélica Fluminense, inaugurando com isso, os primeiros passos junto às gravadoras internacionais que chegavam ao país como a estadunidense *RCA Victor* e a alemã *Odeon* (BRAGA, 1961).

Com o surgimento do disco de vinil em 1940, as produções musicais de *Long-Plays* ganham maior força e crescimento no período entre as décadas de 1950-60 (onde as gravadoras datam as primeiras gravações musicais evangélicas em *Long-Plays* no Brasil), como foi observado na pesquisa de mestrado realizada pelo autor desta tese:

A música evangélica brasileira tem seu início a partir da década de 50. É nesse período que surgem os primeiros cantores, cantoras e grupos de música evangélica que influenciados pelo *gospel* estadunidense, iniciaram seus trabalhos paralelamente à hinódia protestante tradicional. A renovação musical deste período começa a alterar o modo de cantar nas igrejas e promove o surgimento dos primeiros

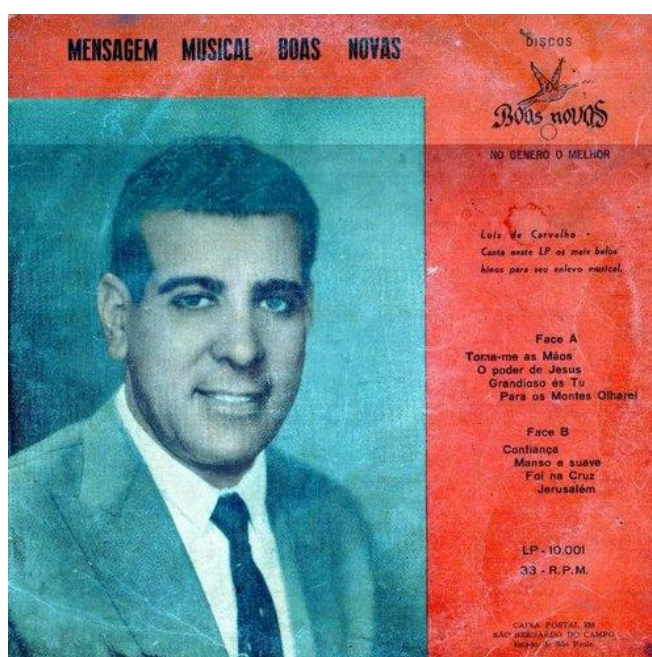
---

<sup>27</sup> A dissertação de mestrado de João Marcos da Silva aborda a ressignificação da imagem na música evangélica a partir dos anos 50 até a chamada *explosão gospel* da década de 90. Ver: (SILVA, 2010).

materiais fonográficos, juntamente com a produção de imagens para as capas dos recém-chegados LPs (Long Plays). (SILVA, 2010, p. 25)

Com a chegada da chamada *fase elétrica* (VICENTINI, 2007) e o surgimento do LP e do rádio, acontece no Brasil uma primeira revolução no processo produtivo, de divulgação e mercadológico da música secular e que paralelamente alcançou a produção evangélica no Brasil. Com isso, muitos corais, cantoras e cantores evangélicos passaram a produzir material fonográfico, divulgando no rádio a partir de 1938 (FAJARDO, 2011) e através da comercialização de seus discos em igrejas e escolas .

**Figura 21** Luiz de Carvalho – LP Boas Novas 1958



Fonte: (Boas Novas, 2009)

Nos anos 60, nomes como Feliciano Amaral<sup>28</sup> (que produziu o primeiro LP evangélico no Brasil em 1948) e Luiz de Carvalho (fig.21) (cantor profissional oriundo da música secular, que entoava boleros e samba-canção antes da conversão) corroboraram para o crescimento do número de artistas musicais, na produção de LP e da propagação da música evangélica nas igrejas pentecostais e do Protestantismo Histórico de Missão. (SILVA, 2010). Neste período surge um “bolsão de produção” evangélico na região central, perto do Glicério, a conhecida rua Conde de Sarzedas, pois ali se instalaram gravadoras, livrarias e outros ramos ligados ao setor religioso

<sup>28</sup> Em 2009, aos 89 anos de idade, Feliciano Amaral entrou para o *Guinness Book* como o cantor evangélico mais velho em atividade no mundo. (SILVA, 2010, p. 25)

protestante” (VICENTINI, 2007, p. 139) corroborando para o desenvolvimento do mercado musical com a chegada de gravadoras internacionais no Brasil.

Posteriormente, em 1969, em um cenário político mundial mais estável, surgiu a EMI, resultante da incorporação da Odeon pela antiga EMI. Nove anos depois, em 1978, a união da antiga Polydor com a Phonogram deu origem a PolyGram. Ao longo dos anos 80 e 90, verifica-se também o surgimento de novas empresas fonográficas através de fusões: A BMG-Ariola – fruto da junção das empresas, Ariola, Bestelsmann e RCA, em 1987 –; a Sony Music – resultante da fusão da CBS Discos com a Sony Corp., em 1987; e Warner Music – Time Warner/WEA, Toshiba e Continental -, em 1993. (DE PAULA, 2008, p. 31)

O período dos anos 70 no âmbito musical foi marcado pelo surgimento das organizações paraeclesiais. Caracterizavam-se com os dinâmicas de acampamentos, retiros espirituais, congressos, missões em cidades (como o caso do grupo musical Vencedores por Cristo) e reuniões de estudo. Este momento foi marcado através da ruptura “com as questões fundamentais que compunham a estética tradicional e identitária que associava-os aos antigos costumes ético-morais do protestantismo brasileiro” (SILVA, 2010, p. 32), e com o descolamento de práticas que anteriormente eram condenadas pelas igrejas do Protestantismo Histórico de Missão e pentecostais, como o uso de instrumentos musicais contemporâneos como a guitarra e o contra-baixo (pertencentes à *fase elétrica* ).

**Figura 22** Tropicália



Fonte: (Tropicália, 2019)

**Figura 23** Se eu fosse contar -LP-1973



Fonte: (O Crente, 2008)

Movimentos político-musicais no mundo como *Woodstock* nos Estados Unidos e a *Tropicália* no Brasil influenciaram para que imagens seculares e sua *fórmula de emoção* (fig.22) fossem trasladadas desses acontecimentos para o cenário evangélico (fig.23)

influenciando-o. Nina Rosas (2015), apontou que os Estados Unidos exportavam o seu modelo para todo o mundo, e este, conseqüentemente, foi importado pelos movimentos brasileiros de renovação evangélica.

Praticamente até 1990, via-se um fluxo musical quase unilateral que partia dos EUA e se propagava pelo mundo [...] Na mesma década em que o movimento de contracultura alcançou o auge, a geração *baby boomer* (os nascidos entre 1946 e 1964) viu surgir o *Jesus Movement* (1967-1973) – um “despertamento” protestante conservador que ocasionou conversões dramáticas, como a de muitos jovens, intolerantes às religiões, mas que buscavam soluções para problemas sociais como as guerras e o racismo. (ROSAS, 2015, p. 151)

Em contrapartida ao processo de secularização em andamento no meio musical evangélico, as igrejas no Brasil mimeticamente às igrejas estadunidenses, passaram a combater as transformações musicais através da demonização dos ritmos e instrumentos que eram utilizados. Nisso, o amedrontamento eclesiástico causado pela mídia, artes e avivamento causou nas igrejas pertencentes ao Protestantismo Histórico de Missão, um trancamento e repressão, ocasionando a saída de muitos jovens para igrejas mais ‘avivadas’. (BELLOTTI, 2010)

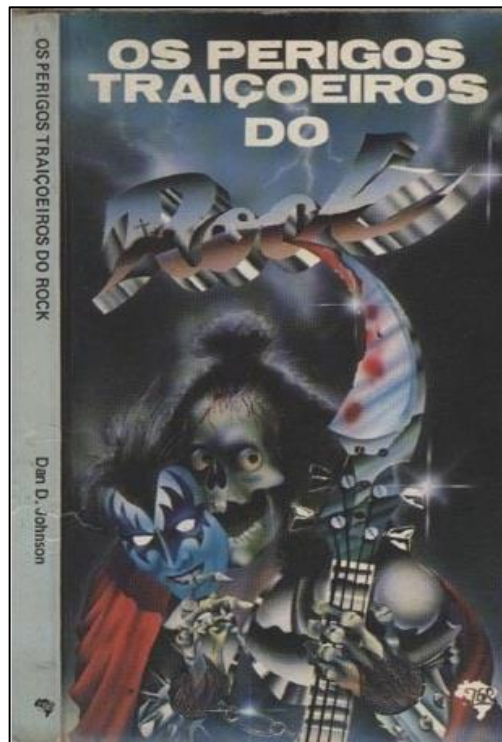
Esse processo de repressão musical se inicia com o *rock and roll* na década de 70, ganhando força no Brasil na literatura evangélica a partir dos anos 80. A luta no combate à ‘música profana’ na música cristã contemporânea virou um contra golpe das instituições religiosas evangélicas em relação às ‘influências mundanas’ oriundas dos Estados Unidos e particularmente pela *serpente elétrica* presente nas guitarras distorcidas.

Um dos pontos altos dessa disputa aparece no combate massivo (oriundo dos Estados Unidos e que repercutiu no Brasil) em relação à banda de rock estadunidense *Kiss*. A banda se apresentava nos *shows* com forte produção imagética. Com rostos pintados (no caso de *Gene Simons*, contrabaixista da banda, ele próprio intitulou sua figura como a de um demônio), cuspiam fogo ou sangue pela boca, além de explosões no palco e muita pirotecnia em seus *shows*. O mesmo *páthos* aterrorizante e do medo [ver figura 12] foi utilizado para amedrontar iconograficamente os ‘crentes’ que ouvissem suas músicas. A associação que faziam perpassava por termos como: ‘Culto ao demônio’, ‘Adoradores do Diabo’, ‘música satânica’ e ‘inspiração demoníaca’. (SILVA, 2010).<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> No período, houve uma polêmica evangélica sobre o significado no nome *Kiss*. Uma atribuição comum foi a interpretação de *Knights In Satan's Service* (Cavaleiros do Serviço Satânico). Nota do autor.

**Figura 24** Livro: Os Perigos Traiçoeiros do *Rock*



Fonte: (JOHNSON, 1988)

Livros como “*What about christian rock*” de Dan Peters (1986) que considerava o *rock* como uma forma de música satânica e o livro de Dan Johnson intitulado “Os Perigos Traiçoeiros do Rock”, que apresentava em sua capa, uma caveira com um contrabaixo, tendo na ponta uma foice com sangue (fig.24). Essa imagem visava alimentar a mentalidade da juventude evangélica de que os ritmos contemporâneos eram uma ameaça ao povo cristão.

Qualquer cristão que permita qualquer disco de rock ou country em sua casa está convidando os poderes das trevas. Se envolvendo com esta influência satânica, o controle da mente e do espírito é possível. Qualquer um que escute esta sujeira está abertamente entrando em comunhão com espíritos malignos. Toda a música rock (e provavelmente toda, ou pelo menos a maioria da música country) que está sendo tocada nas rádios hoje em dia é de inspiração demoníaca. (PETERS e MERRIL, 1986 apud BAGGIO, 1997, p.115)

A partir de 1987, com o chegada do CD (*compact disc*) no Brasil, se percebe uma segunda revolução no processo midiático e mercadológico no cenário brasileiro através do processamento digital da música, o que posteriormente evoluiu para a propagação de formatos mais recentes como o MP3. Na música evangélica, a repercussão foi expressiva e alavancou a produção e a venda de CD e DVD fomentando a *explosão gospel* da

década de 90 (CUNHA, 2007) e proporcionando um crescimento significativo no mercado musical e também na produção imagética através das capas de CD e DVD. Com isso, o duo áudio e imagem e o crescimento das empresas de CD, proporcionaram uma penetração massiva das produções *gospel* no cenário evangélico.

### 1.2.3 Dança

A dança dentro das artes cênicas se caracteriza com a utilização das expressões e emoções através do movimento, construída na relação entre o ser e o mundo percebido por seus sentidos. Apesar do caráter subjetivo das percepções humanas, a dança representa uma dessas formas universais de expressão através do corpo. Nesse sentido, a dança se transformou num mecanismo de expressão nas tradições dos mais diversos tipos de povos e culturas.

Um dos caminhos em que a dança se manifesta é através do contexto sagrado em seus rituais em homenagem a Deus (no âmbito judaico-cristão) e deuses (como nos povos da Mesopotâmia, Egito e Grécia) entre outros. Posteriormente, na Idade Média a dança foi execrada e condenada pela Igreja Católica Apostólica de Roma por considerarem lasciva e diabólica (CALDEIRA, 2008) .

Com isso, a dicotomia corpo-espírito passa a ganhar força no pensamento ocidental (apesar da dança fazer parte da cultura judaico-cristã) e durante a era medieval, promovendo no corpo uma cultura de perseguição e rechaço por parte da religião cristã. Entretanto a Igreja Católica Apostólica Romana não conseguiu interferir nas danças dos camponeses o que posteriormente resultou na incorporação destas danças e festas populares no meio da igreja.

Com o período renascentista e o intenso movimento de renovação, a dança se popularizou e passou a fazer parte da vida social e cultural por intermédio das festas de nascimento, casamento e aniversário da nobreza. (LANGENDONCK e RENGEL, 2006). Paralelamente, no ambiente da reforma protestante, a dança acompanhava os movimentos renascentistas com certo cuidado em relação às funções que ocuparia na vida dos religiosos, mantendo, sobretudo, resquícios do pensamento medieval em relação ao corpo.

Para o principal reformador, Martinho Lutero, a dança poderia ser usada como veículo de aproximação e cortejo para a busca de um futuro marido ou esposa.

Danças são instituídas para que a cortesia possa ser aprendida na companhia, na amizade e no conhecimento a ser contraído entre homens jovens e meninas. Aqui o seu intercurso pode ser observado como uma ocasião honrosa, para que depois de ter observado uma menina, possa deixá-la ir com mais segurança e facilidade. O papa condenou anteriormente danças porque ele era um inimigo do casamento. Mas desde que todas as coisas sejam feitas decentemente! Que homens e senhoras honrosas sejam convidados a ver que tudo é apropriado. Eu mesmo frequentava algumas vezes, mas se fosse mais jovem eu giraria menos vertiginosamente. (RUPP e DREWERY, 1970, p. 144 **tradução minha**)<sup>30</sup>

Já a dança no contexto evangélico brasileiro dos anos 70 era rechaçada pelas lideranças das igrejas do Protestantismo Histórico de Missão e Pentecostais. Essa arte também gerou muitas polêmicas e resistências por conta da utilização do corpo como forma de expressão. Movimentos precursores que contribuíram para a dinamização da dança no cenário evangélico brasileiro foram surgir no início da década de 80, oriundos de movimentos evangélicos paraeclesíasticos que se descolavam das igrejas protestantes consideradas ‘tradicionalistas’, onde a prática musical restringia-se ao uso de instrumentos musicais como o órgão e o piano e a dança era censurada.

Neste cenário, se destaca o ‘culto do tio Cássio’ (posteriormente fundou a Igreja Cristo Salva), que foi um dos movimentos que proporcionava aos jovens uma liberdade de expressão musical e corporal através de danças embaladas no ritmo do *rock*.

**Figura 25** Logo da Igreja Cristo Salva



Fonte: (Igreja Cristo Salva, 2017)

---

<sup>30</sup> Do original: Dances are instituted that courtesy may be learned in company and friendship and acquaintance be contracted between young men and girls. Here their intercourse may be watched and occasion of honourable meeting given, so that having tried a girl we can afterwards let her go about more safely and easily. The Pope formerly condemned dances because he was an enemy of marriage. But let all things be done decently! Let honourable men and matrons be invited to see that everything is proper. I myself would attend them sometimes, but the youth would whirl less giddily if I did.

No site da Igreja, o discurso enfatiza esta característica, “a Cristo Salva foi a primeira igreja no Brasil a admitir abertamente a guitarra e a bateria como instrumentos de louvor” (Igreja Cristo Salva, 2017), apesar de outros grupos como os Vencedores por Cristo, que já utilizavam estes tipos de instrumentos no início da década de 70. Os cultos aconteciam inicialmente na própria casa do tio Cassio e da tia Noely.

O formato dos cultos se caracterizava com um ambiente bem à vontade, onde as pessoas se acomodavam no chão ou sentadas em almofadas: “Aqueles jovens, na maioria hippies, não eram tão bem acolhidos nas igrejas da época por causa de suas roupas e aparência física” (Igreja Cristo Salva, 2017). O grupo tinha um estilo ‘descolado’ e alternativo em relação aos formato dos cultos protestantes pertencentes ao Protestantismo Histórico de Missão. No âmbito visual, o logotipo criado retratava esse descolamento dos modelos tradicionais, desaparecendo símbolos cristãos e utilizando de cor forte como o vermelho (fig. 25).

Estevam Hernandez e Sonia Hernandez frequentaram o “tio Cassio” e importando o modelo, fundaram a Igreja Evangélica Renascer em Cristo em 1986, trabalhando também com juventude. Após receberem a doação do cinema Riviera de um empresário, membro da igreja, o espaço interno foi preparado para acolher e chamar a atenção do público jovem, dando espaço para a ‘liberdade no Espírito’ permitindo livremente as manifestações artísticas da música e dança durante os cultos chamados “Evangelismo” às segundas-feiras na rua Lins de Vasconcelos, na Vila Mariana em São Paulo.

O espaço onde havia a antiga tela de projeção de filmes, passou a ser o palco das bandas. Jogos de luzes foram colocados e as cadeiras foram retiradas, deixando o espaço livre para se sentar no chão e também para dançar durante as apresentações das bandas de *rock* como o *Katsbarnéa* e a banda Resgate, a banda Actos 2 (que depois por motivos jurídicos passou a se chamar de Banda *Kadoshi*) de *Black Music*, e a banda *Trôad* de pop/jazz.

Os cultos evangelísticos às segundas-feiras chegaram a comportar milhares de jovens de diversas denominações tanto pertencentes ao Protestantismo Histórico de Missão como de igrejas pentecostais e pessoas não cristãs.

**Figura 26** Culto de Jovens Igreja Renascer em Cristo

Fonte: (Igreja Renascer em Cristo, 2016)

**Figura 27** Show III SOS da Vida-1993

Fonte: (Igreja Renascer em Cristo, 2016)

Acima, nas figuras 26 e 27 se apresentam dois momentos das programações que a Igreja Renascer em Cristo realizava com o público jovem. A figura 26 trata do culto de evangelismo realizado pela igreja às segundas-feiras na antiga sede na Avenida Lins de Vasconcellos, no bairro da Vila Mariana em São Paulo, onde o público permanecia em pé e durante a apresentação das bandas os jovens dançavam e pulavam dentro dos mais variados estilos musicais como *pop rock*, *metal*, *funk*, *jazz*.

Após o crescimento musical que isso proporcionou, outros ritmos musicais e de dança surgiam nos palcos da IARC como o pagode, o *country*/sertanejo, o samba e *axé gospel* e suas respectivas danças. Na figura 27, a imagem é do III SOS da Vida, show realizado em 1993 que reuniu milhares de jovens que também ouviam, cantavam, dançavam e pulavam ao som das bandas *gospel* de sucesso da época. Bandas de *metal* cristão estadunidense como o *Bride*, chegaram a participar destes eventos.

Neste sentido, as expressões artísticas como a música e a dança estimuladas por estes movimentos, corroboraram na inserção e a liberalização tanto do crescimento musical dentro e fora das igrejas evangélicas como também da dança *gospel*, abrindo caminho para o que posteriormente surgiu no meio evangélico, dos grupos de louvor e adoração intitulados de *dança de adoração*<sup>31</sup>.

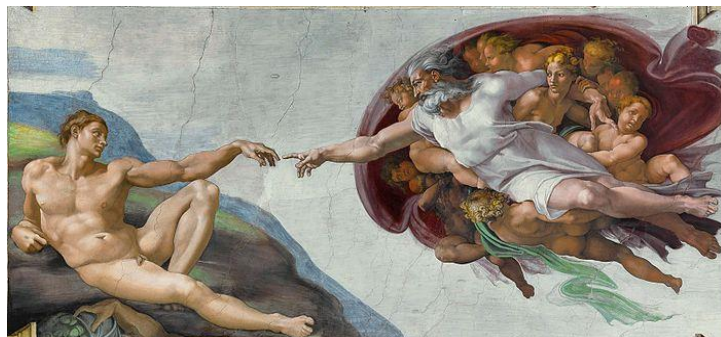
<sup>31</sup> Tema que será abordado no capítulo 2.

### 1.2.4 O iconoclasmo<sup>32</sup> na pintura evangélica anterior ao *gospel*.

Uma segunda arte que foi influenciada com o isolamento sociocultural foi a pintura, sendo parte do repositório das artes mais antigas no âmbito religioso cristão. Neste caso, não se pretende fazer uma repetição da história da pintura no cristianismo e nem tão pouco do meio evangélico, contudo, alguns momentos da história cristã, são relevantes e necessários de serem abordados como pontos de base para a compreensão dos aspectos teológicos, doutrinários, iconográficos e imaginários que permeiam o pensamento evangélico brasileiro.

As primeiras expressões artísticas em forma de mosaicos e pinturas datam a partir do III século do cristianismo primitivo (BURCKHARDT, 2006), porém é na idade média que a pintura ganhou contornos e formas alcançando maior expressividade dentro dos templos, mosteiros e espaços religiosos, através de vitrais, afrescos e pinturas de retábulos (altares), corroborando neste período para uma fase de alta produção dos artistas cristãos pertencentes até então, ao mundo católico tanto do ocidente (fig.28) como no oriente (fig.29).

**Figura 28** A criação de Adão — Michelangelo - 1508-1515



Fonte: (Criação de Adão, 2018)

**Figura 29** Hodegétria — Século XI



Fonte: (Hodegétria, 2018)

Com a reforma protestante no séc. XVI, as pinturas em paredes, altares e esculturas passaram a ser evitadas pelos protestantes (MORGAN, 1999). Karlstadt, Ulrico, Zuínglio e Calvino, “contribuíram para destituir o poder que as imagens haviam assumido ao longo da história da Igreja” (KLEIN, 2006, p. 67). Um dos fatos marcantes deste período foram as ações iconoclastas que aconteceram por volta de 1524, onde o conselho da

<sup>32</sup> Iconoclasmo é um termo para designar a rejeição da possibilidade da representação do divino por objetos ou imagens. Segundo Abumanssur, “A iconoclastia tem por base a ideia de que qualquer figura feita por mãos humanas é uma blasfêmia e a teologia que informa essa ideia é fundamentalmente apofática, ou seja, Deus só poder ser determinado pela negação, nunca pela afirmação. E se não há determinações positivas de Deus não há também como atribuir-lhe uma imagem” (ABUMANSUR, 2000, p. 178)

cidade de Zurique liderado por Zuínglio, convocou alguns pedreiros, carpinteiros e um arquiteto que trancassem as portas das igrejas e fizessem um trabalho de limpeza dos templos através da raspagem dos murais, queima de pinturas e imagens como a destruição de estátuas, e em seguida, pintaram as paredes de branco para não deixarem vestígios.

Apesar da não utilização e da não prestação de culto às imagens, não havia consenso entre os reformadores. O próprio Lutero não era simpatizante dos iconoclastas e manteve uma posição mais aberta às representações pictóricas, pois para ele, as pinturas e as imagens tinham uma função de ‘memória ou testemunha’, apesar de que por toda a sua trajetória religiosa, foi a palavra que obteve um *status maior*. (KLEIN, 2006).

**Figura 30** Quadro Lei e Graça – Cranach – 1532



Fonte: (Red Brick Parsonage, 2017)

**Figura 31** Lutero



Fonte: (Metropolitan Museum, 2018)

Isso foi perceptível na vida do reformador. Por volta de 1529, Lucas Cranach (1472-1553 Weimar), um artista e amigo pessoal Lutero, produziu uma encomenda para ele. Tratava-se de uma pintura em painel intitulada “Lei e Graça” (fig.30), onde se apresenta um painel que é dividido ao meio por uma árvore, tendo no lado esquerdo a expulsão de Adão e Eva do paraíso (representação da lei) e do lado direito a crucificação de Jesus Cristo (representação da graça). Cranach produziu diversas outras obras a pedido de Lutero, entre elas a pintura do seu próprio retrato (fig.31).

De certa forma, isto expressa o interesse e ao mesmo tempo a preocupação de Lutero com os rumos que a arte estava enfrentando mediante a intolerância religiosa da época. Em virtude disso, Lutero adota uma postura mais tolerante em relação às imagens ao perceber que surgiam dois grupos distintos de produções artísticas: as artes religiosas (controladas pelo clero) e as artes profanas<sup>33</sup> produzidas pelo povo (fora dos muros

<sup>33</sup> do latim *profanus*: que não é consagrado, não sagrado (SARAIVA, 2006).

eclesiásticos) e não ligada diretamente a algum grupo religioso específico. Para Hans Belting: “O grande reformador foi bem capaz de distinguir entre matéria de religião e matéria da arte.” (BELTING, 1994, p. 470 **tradução minha**)<sup>34</sup>. Esta problemática perduraria até o renascimento, pois a partir daí as artes passaram a transpor os portões da igreja com mais intensidade.

Já no fim do século XIX e início do século XX, o que se viu neste cenário protestante foi uma profunda influência pelo puritanismo europeu, que partilhando das ideias calvinistas e iconoclastas, corroborou para a perpetuação do processo de resistência às imagens e pinturas pelos grupos protestantes pertencentes ao Protestantismo Histórico de Missão que desembarcaram no Brasil.

Com isso, o que se observou foi a construção de uma cultura religiosa evangélica com sérios problemas em relação às representações artísticas dentro dos espaços religiosos, dos templos e também fora deles: “os reformadores tinham objeções particularmente contra formas de religião populares, canções, danças, imagética, jogos, festas sazonais e, mais especificamente o Carnaval.” (CUNHA, 2007, p. 38).

Estas concepções formaram a tradição protestante brasileira com base no *destino manifesto* estadunidense tendo como crença e objetivo, de serem o povo escolhido de Deus para estabelecer e realizar espiritualmente os projetos designados pelo divino, descartando e rejeitando aspectos culturais, além de um forte anticatolicismo (CUNHA, 2007).

Com as produções artísticas (como a pintura<sup>35</sup>) que adentraram seus muros, houve um processo de ‘diabolização’ por grupos evangélicos do início do século XX até hoje, caracterizado pela rejeição à produção artística contemporânea ecoando na própria construção social evangélica e teológica. Para Renders, estas atitudes iconoclastas tratam de forma negativa as representações dentro do contexto religioso artístico.

Dentro desse amplo campo das representações acontecem os mútuos questionamentos criticando o caráter fundamentalista ou idólatra do outro. [...] essa compreensão de que a representação é carregada de poder explica por que as pessoas não conseguem simplesmente ignorar a representação preferencial do outro, apesar de elas mesmas não terem acesso àquele meio específico – por não terem sido iniciadas. Mesmo

<sup>34</sup> Do original: The great Reformer was thus well able to distinguish between matters of religion and matters of art.

<sup>35</sup> Notoriamente, a pintura se fez presente em algumas igrejas evangélicas nos anos 70 e 80 pertencentes ao Protestantismo Histórico de Missão, na figura de vitrais, pinturas ou gravuras. O que se está abordando são as dinâmicas e forças teológicas que neste período combateram a pintura como uma expressão artística ilegítima na maioria dos templos evangélicos, por estarem associadas ao catolicismo romano (CUNHA, 2007). Não se pretende um reducionismo da pintura ou das demais artes no sentido de que não havia essas expressões, mas de que essas manifestações eram rechaçadas por boa parte dos evangélicos desse período.

assim, “respondem”, no caso, de forma negativa. Isso dá origem à diabolização da representação do divino do outro, o que leva, conseqüentemente, aos atos iconoclastas, atos que levam à destruição da outra estranha representação. (RENDERS, 2008, p. 97-98)

Neste sentido, as representações artísticas religiosas no meio evangélico são rechaçadas, aliadas à um pensamento anticatólico, encontrando divergências teológicas entre protestantes e católicos apostólicos romanos, fomentando a perpetuação do ‘espírito iconoclasta’ por parte das denominações pertencentes ao Protestantismo Histórico de Missão. Isso se estendeu às denominações pentecostais que surgiram no início do século XX, com a chegada da Congregação Cristã (1910) e da Assembleia de Deus (1911) e posteriormente nas denominações neopentecostais, como a da Igreja de Nova Vida em 1960 (MARIANO, 1999).

### **1.3 O surgimento da iconografia *gospel* e seu *páthos* no cenário evangélico brasileiro.**

Cabe neste momento fazer uma diferenciação, para esclarecer ao leitor o processo de traslado do termo *gospel* estadunidense e seu significado, em relação à incorporação do mesmo termo posteriormente pela Igreja Apostólica Renascer em Cristo na realidade brasileira. O sentido da palavra *gospel* está relacionado à música *gospel* estadunidense apesar do termo ser “comumente utilizado para classificar a música religiosa moderna ou a Música Contemporânea da Igreja (*Contemporary Church Music/ CCM*)” (CUNHA, 2007, p. 27).

Suas origens<sup>36</sup> remontam à migração de afro americanos do Sul para a cidade de Chicago.

A música *gospel* foi uma resposta artística para a Grande Migração, um dos mais significativos episódios culturais na história americana no século XX. Milhares e milhares de afro americanos do Sul que migraram para Chicago no início e no meio do século XX. [...] Em termos acadêmicos, a música *gospel* se refere como uma atuação estética e um tipo de composição musical sacra. A música *gospel* é originária dos ritmos da África Ocidental. Emotiva e com improviso; as letras e melodias são descomplicadas oriundas de canções espirituais, de renovação e canções de acampamentos, como também de hinos batistas. (MAROVICH, **tradução minha**, 2015, p. 2-3)

---

<sup>36</sup> Para mais informações sobre a música protestante nos Estados Unidos e o surgimento do *gospel* estadunidense ver: (ROSAS, 2015), (CUNHA, 2007) e (DOLGHIE, 2007).

Apesar do *gospel* ter outro significado nos Estados Unidos, o termo foi cunhado e registrado<sup>37</sup> como marca no mercado brasileiro por Estevam Hernandes Filho, fundador da Igreja Apostólica Renascer em Cristo e Antônio Carlos Abbud em 1989, posteriormente com a saída de Abbud, hoje a marca está registrada nos seguintes segmentos: *Gospel Records* Industrial Ltda, Editora e Livraria Renascer Ltda e Fundação Renascer. Segundo o INPI, outras empresas se interessaram pelo registro da marca como a Editora Sepal, Bom Pastor Produções Artísticas e Phonográficas Ltda, Atos de Comunicação, *Gospel Vídeo* e *Game* Ltda e Renascer Comércio de Estamparia Ltda; ambas sem qualquer vínculo com a Igreja Apostólica Renascer em Cristo e não obtendo êxito nas solicitações.

Em sua carreira antes do ministério religioso, Estevam trabalhou como executivo nas empresas Itaotec e Xerox do Brasil (fig.32), sendo nesta última, ocupando o cargo de gerente geral de *marketing*. Em seu site pessoal, ele dá detalhes sobre sua trajetória profissional onde afirma que, “Trabalhou como executivo em multinacional da área de tecnologia por cerca de 20 anos [...] abrindo mão da bem-sucedida carreira, dedicou-se exclusivamente ao ministério (APÓSTOLO ESTEVAM, 2017).

Para Leda Matayoshi (1999), a comunicação da Igreja Apostólica Renascer em Cristo, pautada na musicalidade ou num discurso jovem, se encaixa perfeitamente na receptividade do seu público abrindo assim uma vantagem mercadológica sobre os concorrentes que ainda não trabalhavam com produtos multimídia, livros, programas de rádio e TV.

Desta forma, a autora concluiu que a marca Renascer em Cristo, propôs uma adesão rápida e segura às inovações tecnológicas do mundo moderno além de proporcionar uma liberação das formas de culto ao sagrado e gerando uma segmentação clara e tratamento diferenciado tanto na comunicação como na gestão de seus mecanismos de comunicação de massa. (MATAYOSHI, 2000).

---

<sup>37</sup> INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial). Ver Anexo I.

**Figura 32** Hernandez na Xerox e Itautec



Fonte: (MIX GOSPEL NEWS, 2014)

**Figura 33** Logo da gravadora *Gospel Records*



Fonte: (Gospel Records, 1990)

Com isso, o *páthos* da imagem trasladada e apropriada dos Estados Unidos por Estevam Hernandez (fig.33), ou seja, a força emocional, carregada de carga psíquica e religiosa, que atrelada à história da música afro Americana evangélica, à cultura estadunidense (que exerce influência econômica, ideológica e iconográfica no Brasil) possibilita que esta imagem adquira no segmento evangélico a representação de um símbolo de mercado.

Passando por uma ressignificação no sentido mercadológico e do *marketing* religioso; sua construção iconográfica não passou exclusivamente pelo significado teológico ou ‘espiritual’ da palavra *gospel*: do inglês, evangelho que do grego εὐαγγέλιον significa boas novas, evangelho. (GINGRICH e DANKER, 1983), mas no sentido de se tornar uma representação visual que gerasse uma marca voltada para o mercado religioso (fig.33).

Por outro lado, este termo e imagem da cultura evangélica estadunidense, recebe uma ressignificação, ou seja, no sentido iconológico warburgiano é chamado de *Engrama*, uma “atribuição de sentido energeticamente inverso” (WARBURG, 2010, p. 6), sendo que, a força do *páthos gospel* estadunidense que representava um tipo de música religiosa é ressignificado por Estevam adquirindo o *status* de marca de mercado, sendo atribuída a uma infinidade de produtos confeccionados pela IARC e posteriormente ressignificado e mimeticamente incorporado no mercado evangélico brasileiro.

**Figura 34** Logo Central Gospel



Fonte: (Editora Central Gospel, 1999)

Apesar dos problemas relacionados à direitos de propriedade de imagem e da marca *gospel*, no âmbito do mercado religioso existem uma significativa variedade de empresas e segmentos que a utilizam como é o caso da Editora Central *Gospel* (fig.34), surgida no ano de 1999. A Editora pertencente ao pastor Silas Malafaia, presidente da Igreja Assembleia de Deus Vitória em Cristo (ADVEC) fundada em 2010 no Rio de Janeiro.

A Central Gospel foi criada em 1999 para apoiar o ministério do pastor Silas Malafaia, conhecido internacionalmente como Associação Vitória em Cristo. Ao exercer com excelência sua missão de abençoar vidas por meio de literaturas, a empresa conquistou seu espaço e tornou-se uma referência no mercado editorial evangélico. (Editora Central Gospel, 1999)

A Central *Gospel* é uma das marcas evangélicas que a partir da década de 1990, se inseriu no mercado *gospel* num momento de maior visibilidade dos evangélicos caminhando para o desenvolvimento e aperfeiçoamento técnico de suas produções musicais e do ingresso no mercado religioso e posteriormente no secular, utilizando-se das recém chegadas mídias como o CD e o DVD, atrelou a isso, as artes comerciais um grande veículo de circulação imagética.

Desse modo, com o avanço artístico dentro do cenário evangélico a partir dos anos 90, houve o aumento do interesse pelas artes e por sua força de mercado, que passou a despertar lideranças evangélicas no sentido de otimizar sua utilização como forma de crescimento da “comunicação do evangelho” como afirmou Karina Bellotti (2003).

A igreja protestante nesses meados do século XX está despertando para o poder da linguagem das artes. Música e drama, pintura e cinema não somente influenciam emoções e mentes/elas podem se tornar portadoras da Palavra de Deus [...] a Igreja permaneceu por muito tempo surda para o entendimento da sociedade. Tiramos poucas

vantagens das possibilidades da arte. A Igreja, para melhor servir à sociedade comunicar a Palavra de Deus, deve tirar vantagem de todos os meios de comunicação. (IRWIN, 2003 apud BELLOTTI, 2010 p.79)

A transformação da iconografia *gospel* numa marca foi um dos primeiros movimentos realizados pela Igreja Apostólica Renascer em Cristo no intuito de consolidar a marca *gospel*. As consequências disso são perceptíveis na incorporação do *páthos gospel* nas demais produções que se seguiram na área do audiovisual com a *Gospel Records* e na literária com a Editora e Livraria Renascer. Posteriormente, o filho mais velho de Estevam Hernandez e Sônia Hernandez, Tid Hernandez, criou um bar evangélico com o nome *Gospel Rock Café*, que era um casa destinada a ser ponto de encontro de jovens cristãos onde poderiam encontrar música *gospel* e lanches e bebidas não alcoólicas, localizado próximo à sede da Igreja. (SIEPIERSKI, 2001). Com isso, esse início da marca *gospel*, transformaria as interações entre mídia e mercado religioso proporcionando uma simbiose dos imaginários religiosos e dos imaginários midiáticos.

O sistema de consumo religioso foi influenciado na produção das imagens de arte comercial em ícones, logotipos, imagens em geral para o mercado. Como o próprio Estevam afirmou “sempre entendi que precisávamos romper as barreiras do mundo com qualidade, e Deus nos deu essa estratégia através da música”. (SIEPIERSKI, 2001, p. 86). Isso não parou na música, mas na busca por qualidade nas imagens vistas nas produções visuais de artistas *gospel* que alavancaram a propagação de imagens nos anos 90. As consequências do poder dessas imagens (FREEDBERG, 1989) e do *páthos* do ponto de vista iconográfico, gerou um fortalecimento dos mecanismos mercadológicos.

Do ponto de vista artístico dos anos 90, as transformações imagéticas aconteceram mais intensamente na área musical e literária. Eventos como o Troféu Talento em 1995 (fig.35) e a Feira Expocristã surgida em 2002 (fig.36), impulsionaram a produção iconográfica de maneira que, cada vez mais a estética e a qualidade sonora foram itens valorizados em suas produções.

Figura 35 Troféu Talento 2009



Fonte: (TALENTO, 2009)

Figura 36 Expocristã 2008



Fonte: (EXPOCRISTA, 2008)

Do ponto de vista das imagens, estes são marcos sociológicos e iconográficos na história cultural do *gospel* brasileiro. A partir desses eventos, as gravadoras seculares como a Som Livre em 2009 e a Sony Music em 2010, passaram a inserir as músicas *gospel* em seus gêneros musicais. Com isso, todo o cenário artístico passou a ser enxergado como um mercado em potencial, abrindo espaço para outros tipos de arte e abrangendo um espaço artístico cada vez maior nos espaços públicos seculares. Na sequência, se observará com detalhes as transformações artísticas no âmbito *gospel* e os cenários que foram ressignificados para se adaptarem a contemporaneidade e aos requisitos de busca por “excelência”.

## CAPÍTULO 2

### *As artes no gospel.*

Nas últimas duas décadas, o cenário evangélico tem passado por ampliações em relação às produções artísticas a partir da explosão *gospel*. As manifestações artísticas ganharam contornos e expressões significativas dentro e fora dos espaços religiosos. Suas expressões aparecem através das mudanças no estilo arquitetônico das igrejas, nas produções de esculturas, objetos e artefatos; em pinturas de espaços religiosos e públicos; nas produções de música *gospel*; nas artes cênicas através de danças cristãs também conhecidas como de louvor e adoração, encenações de grupos teatrais (dentro e fora dos espaços religiosos), na expressiva produção de literatura cristã e nas produções nacionais e internacionais que circulam dentro do cinema evangélico brasileiro.

O uso destas expressões artísticas no meio evangélico é caracterizado com fins de servir aos momentos cúlticos, atos evangelísticos dentro e fora dos templos, espaços religiosos, retiros espirituais, shows *gospel*, apresentações em feiras de produtos evangélicos, entre outras programações e apresentações. A principal temática utilizada pelos evangélicos para essas expressões artísticas está relacionada com a manifestação de louvor e adoração a Deus e a utilização das artes para fins evangelísticos.

Neste sentido, este capítulo visa apresentar um olhar mais aprofundado sobre o crescimento destas manifestações que tem se apresentado nos grupos evangélicos no Brasil, e conseqüentemente as implicações e ressignificações visuais impactando o olhar e a produção imagética destes grupos. O *Manifesto das Sete Artes* de Ricciotto Canudo (CANUDO, 2016) serve como paradigma e inspiração para esta investigação no intuito de identificar e apresentar um recorte iconográfico sobre as transformações artísticas que surgiram no meio evangélico. As sete artes modernas – arquitetura, escultura, pintura, música, artes cênicas (dança, teatro), poesia e cinema – apontadas por Ricciotto, servem de referência para analisar as demandas artísticas que estão ocorrendo neste contexto, ao mesmo tempo que proporcionam uma ampliação na análise dos fenômenos artísticos no cenário evangélico, incorporando outras artes contemporâneas. Cabe ressaltar que neste capítulo, os apontamentos serão direcionados na investigação e levantamento destas artes

no contexto evangélico tendo como objetivo, a partir de uma análise associativa, traçar um panorama de imagens exógenas, ou seja, as imagens exteriores (BELTING, 2007), identificando nestes grupos imagéticos os processos de incorporação dentro de um panorama do crescimento e da amplificação destas artes.

Neste sentido, não se pretende fazer um relato histórico dos antecedentes artísticos seculares ou cristãos, mas situar o leitor e a leitora no intuito de que sejam perceptíveis as nuances e processos que envolvem as transformações artísticas, influências estéticas e mudanças paradigmáticas dentro do cenário evangélico mundial e brasileiro e dos paradigmas utilizados pelas artes *gospel* na implementação e desenvolvimento artístico na contemporaneidade. Para isso, o texto não seguirá linearmente uma linha cronológica histórica, mas se utilizará de momentos históricos relevantes e representativos do ponto de vista visual e icônico para a pesquisa.

## **2.1 A arquitetura: o caso da Igreja Apostólica Renascer em Cristo.**

Neste sentido, observa-se que os projetos arquitetônicos evangélicos brasileiro, têm refletido e acompanhando a dinâmica tecnológica e estetizante, buscando atrair o olhar do seu público apresentando ampliações estilístico-artísticas e estéticas na construção e na adequação de espaços para cultos e programações religiosas, a partir de um redirecionamento visual e mercadológico, ressignificando suas fachadas e estruturas arquitetônicas, como ampliando o espaço e opções de produtos a serem oferecidos dentro dos espaços religiosos. No cenário brasileiro, a Igreja Apostólica Renascer em Cristo (IARC) foi uma das pioneiras no modelo das *megachurches* em São Paulo reverberando os efeitos destas transformações nas igrejas do Protestantismo Histórico de Missão e ampliando este paradigma através de suas igrejas por todo o Brasil e pelo mundo.

Fundada em 1986 por Estevam Hernandes Filho e Sônia Hernandes, além da igreja o casal detém a marca de mercado *gospel* desde 1989<sup>38</sup>. São responsáveis pela criação e comercialização de diversos produtos como CD, DVD, livros, roupas, perfumaria<sup>39</sup> e organizações como a *Gospel Records*, *Revista Gospel*, *TV Gospel* e da casa noturna com música ao vivo chamada *Gospel Rock Café*, entre outros produtos. A primeira sede

---

<sup>38</sup> Ver: Anexo 1.

<sup>39</sup> Como foi o caso da parceria com a empresa de cosméticos *Claude Bergère*, fornecedora dos óleos utilizados para a unção durante os cultos. Além disso, os produtos eram comercializados tanto nas lojas *Renascer* como também nas igrejas por meio de franquias e representantes.

localizada no bairro da Vila Mariana – São Paulo – foi o antigo cine Riviera (Fig. 37), que passou por adaptações no espaço interno (Fig. 39) para a realização de cultos evangelísticos e shows de bandas *gospel* voltados para o público jovem.

Com o avanço da música *gospel* proporcionada pela IARC e sua influência no cenário evangélico, em muitas igrejas neopentecostais e algumas do Protestantismo Histórico de Missão, a música passou a assumir um papel prioritário no aspecto cúllico, chegando a ocupar relativamente boa parte do tempo das programações cúlticas, o que fomentou conseqüentemente, a ampliação e adequação de diversos espaços religiosos para o uso de instrumentos musicais e grupos vocais. (GEIER, 2012).

**Figura 37** Fachada IARC – Anos 1990



Fonte: (Igospel, 2010)

**Figura 38** Fachada IARC – Sede - 2000



Fonte: (Último Segundo, 2012)

**Figura 39** IARC -Vista Interna- Anos1990



Fonte: (Foursquare, 2018)

**Figura 40** IARC -Vista Interna - Anos 2000



Fonte: (Foursquare, 2018)

Para um olhar mais significativo sobre essas transformações e adequações, se observa nas imagens 37, 38, 39 e 40, as fachadas e os espaços internos de dois períodos da IARC. Nas figuras 37 e 39 se vê as primeiras transformações internas e externas na década de 1990, que visavam além de um lugar mais amplo para instrumentos musicais, luzes e aumento da capacidade de público (algumas programações e cultos de

evangelismo chegavam a ter mais de quatro mil pessoas), descaracterizar as semelhanças arquitetônicas e estéticas em relação às denominações protestantes pertencentes, em sua maioria, ao Protestantismo Histórico de Missão, no intuito de dissociar e distanciar dos paradigmas estéticos, litúrgicos e visuais destas igrejas para, se aproximarem dos paradigmas estadunidenses das *megachurches*.

A aquisição ou locação de salas de cinema e teatro falidas estabelecem-se quase como uma regra nessas igrejas, que ganham visibilidade em regiões centrais de intenso movimento e, além disso, já podem contar com uma estrutura pronta, projetada para abrigar grandes espetáculos. Nesse sentido a estrutura horizontal desses espaços casa-se perfeitamente com a proposta estética de novo espetáculo religioso. (KLEIN, 2006, p. 207)

A partir dos anos 2000, a IARC deu início a uma ressignificação das partes interna e externa do espaço religioso (fig.38 e 40), tornando o ambiente mais aconchegante e familiar, (em contrapartida aos cultos evangelísticos voltados ao público jovem), ampliando o alcance para as famílias, entre elas, muitas oriundas de igrejas pentecostais e do Protestantismo Histórico de Missão que se identificaram com o ‘jeito de ser Renascer’<sup>40</sup>. Com essa busca por diversidade de público, o nome adotado para os cultos dominicais da igreja passou para “celebração da família”<sup>41</sup>.

Este processo de implementação estética interna apresenta três elementos importantes para o processo artístico de um espaço (no sentido arquitetônico) religioso: iluminação (luz natural ou artificial), decoração<sup>42</sup> (móveis, objetos, artefatos e imagens religiosas) e pintura<sup>43</sup> (afrescos, quadros, e cores utilizadas e seus significados litúrgicos).

Primeiramente, a luz possui um papel significativo no processo arquitetônico dos templos e espaços religiosos como afirma Le Corbusier “a luz é a chave. A luz ilumina as formas. E estas formas tomam um poder emotivo através das proporções, através da interação de relações deslumbrantes e inesperadas.” (LE CORBUSIER, 2009 apud GAMBOIAS, 2013). No caso dos templos pertencentes ao Protestantismo Histórico de Missão, a luz tinha uma função voltada para a iluminação do espaço religioso. A preocupação principal estética e espiritual era com o bem estar dos participantes em relação à experiência sensorial e mística. A arquitetura do espaço, com os objetos e símbolos religiosos, pinturas, cores e texturas expressadas através das artes.

<sup>40</sup> Expressão utilizada pela membresia da IARC.

<sup>41</sup> Ver: <http://www.renascercristo.com.br/horarios/#.WxK4w-4vx9M>

<sup>42</sup> Este tema será abordado no item 2.1.2

<sup>43</sup> Este tema será abordado no item 2.1.3.

**Figura 41** Vitral Catedral Presbiteriana RJ



Fonte: (Tripadvisor, 2016)

A luz é usualmente natural (fig.41) com grandes vitrais compostos de pinturas temáticas oriundas de passagens bíblicas, elementos da natureza representadas por árvores e frutos e símbolos litúrgicos como o pão, vinho, a mesa da comunhão [ou ceia do Senhor] e a Bíblia <sup>44</sup>, sendo complementada com luz artificial de lâmpadas que tinham a função de reforçar a luminosidade durante o dia e de iluminar o ambiente a noite.

Nas configurações modernas dos espaços religiosos *gospel*, a luz passou por modificações na sua utilização sendo amplificada e ressignificada em sua função, diferentemente da utilização dos templos protestantes do Protestantismo Histórico de Missão. Com as aquisições de cinemas, galpões e teatros para transformá-los em espaços religiosos, juntamente com a influencia das *megachurches* e da modernização e traslado visual dos paradigmas seculares das casas de *shows*, espetáculos e teatros, a luz passou a ser o elemento principal na dinâmica religiosa desta nova empreitada evangélica.

Com a iluminação artificial de lâmpadas halógenas e de led, os espaços religiosos e o cultos evangélicos passaram a deslocar a centralidade teológica que anteriormente era destinada aos templos, objetos, ornamentos e símbolos litúrgicos, no sentido de uma direção teocêntrica para um redirecionamento teológico de cunho antropológico onde o indivíduo para a ser o foco tanto do aspecto iluminante, como no sentido teológico. Atualmente, a iluminação no meio *gospel* é levada a sério, como se observa em sua utilização na IARC, cumprindo o papel de jogar luz sobre os artistas e pastores, de forma mimética as que os artistas seculares e ícones são iluminados num show, com a mesma

<sup>44</sup> O texto escrito no vitral é “A tua palavra é uma lâmpada para os meus pés e uma luz para meu caminho”.

dinâmica que numa galeria de arte as obras devem ser destacadas, sendo visualmente notório os mecanismos da espetacularização dos espaços religiosos numa ótica do capitalismo artista onde “a estética entrou, assim, na era do hiperconsumo de massa” (SERROY e LIPOVETSKY, 2015, p. 63), destacando a importância que a luz ocupa nos espaços religiosos contemporâneos. Afinal, como afirma Klein (2006), “Constituir-se como imagem exige uma iluminação do corpo (seja dos *spots* de luz dos templos ou da televisão)” (KLEIN, 2006, p. 198), como pode ser notado nos espaços religiosos da IARC (fig.42), também conhecidos como Espaço Renascer, descolando do imaginário de templo religioso.

**Figura 42** Apóstolo Estevam Hernandes



Fonte: (Gospel Geral, 2016)

No aspecto bíblico-teológico, Estevam Hernandes justifica suas transformações arquitetônicas, estéticas, teológicas e comerciais em seus discursos, enfatizando que se deveria abrir mão do “antigo/conservador” para o “novo/contemporâneo”, comparando as práticas dos pastores no Brasil com as práticas dos fariseus descritas nos evangelhos. Para Hernandes, os pastores e líderes das igrejas do Protestantismo Histórico de Missão possuíam uma religiosidade<sup>45</sup>, segundo ele, uma prática enraizada em valores retrógrados e ultrapassados do ponto de vista da *práxis* cristã, como por exemplo, o vestuário, a liturgia consideradas “engessadas” dos cultos das igrejas pertencentes ao Protestantismo

---

<sup>45</sup> A palavra *religiosidade* utilizada inúmeras vezes por Estevam Hernandes em seus sermões está associada com textos dos evangelhos onde Jesus fazia críticas aos fariseus da época, “Mas ai de vós, escribas e fariseus, hipócritas! pois que fechais aos homens o reino dos céus; e nem vós entraís nem deixais entrar aos que estão entrando” Mateus 23.13. Conforme o próprio apóstolo afirma em seu blog: “Os religiosos querem, a todo custo, impedir a obra de Deus. Eles não se importam com as vidas perdidas, mas com seu próprio ego” (APÓSTOLO ESTEVAM, 2016)

Histórico de Missão, a proibição de instrumentos musicais como a bateria, guitarra elétrica, contrabaixo, percussão e a rejeição de ritmos musicais *pop* estadunidenses como também de ritmos brasileiros. em sua essência, como afirma: “Consciente da religiosidade que assolava a nação, [Estevam] abriu as portas da Igreja para outras formas de manifestação artística. Sua atuação nos meios de comunicação revolucionou a mídia evangélica”. (APÓSTOLO ESTEVAM, 2016).

Neste sentido, a mudança no estilo arquitetônico-estético da igreja como em outras áreas artísticas, procurou produzir uma referência e um imaginário de um local ‘descolado’ em relação aos templos protestantes, (diante de uma insatisfação religiosa por parte da juventude evangélica dos anos 80) (CUNHA, 2007), das imagens e imaginários dos templos formais, indo em direção a um espaço antiformalismo, contudo híbrido, ou seja, que transite entre o espaço religioso no sentido do discurso, das expressões e manifestações cúltricas e secular em relação à arquitetura, vestuário, música, linguagem e mercado (no caso da IARC, havia uma loja de produtos evangélicos no *hall* de entrada do espaço religioso), mesclando secular e religioso. Essa dualidade é percebida também por Siepinski (2001).

É possível identificar o edifício a pelo menos dois quarteirões de distância, através de um painel do tamanho da sua fachada. [...] não há nada que a identifique com a imagem tradicional de uma igreja – construção imponente e recuada, com escadas, e com grandes portas pesadas de madeira sempre fechadas. Ao contrário, as portas de entrada, em número de quatro, são de vidro espelhado azul, bem amplas, que se abrem automaticamente acionada por sensores. (SIEPIERSKI, 2001, p. 70-71)

Após o desabamento do teto da igreja sede em 2009 (fig.43), atrelado aos problemas com a justiça estadunidense e brasileira, endividamento financeiro, fechamento de igrejas e evasão de lideranças e membros, a igreja se mudou temporariamente para o bairro da Barra Funda em São Paulo. Mais tarde, em outubro de 2010 — num local menor que a antiga sede da Vila Mariana — realizaram a inauguração do seu mais novo espaço chamado de *Renascença Hall*, situado no bairro da Mooca também em São Paulo (Fig.44 e 45).

Figura 43 Desabamento IARC — 2009



Fonte: (Globo, 2009)

Figura 44 Fachada IARC — 2012



Fonte: (Foursquare, 2018)

Figura 45 IARC — Vista Interna - 2012



Fonte: (Foursquare, 2018)

Tanto no caso da IARC como em tantas outras denominações que surgem a cada dia no cenário religioso brasileiro, a visualidade, seja pelos aspectos arquitetônicos ou estéticos dos espaços religiosos evangélicos influenciados pelo *gospel*, fomentam este paradigma de distanciamento em relação ao formato e estética dos templos protestantes, ganhando força e se tornando presente nestas novas identidades visuais evangélicas, particularmente no que tange às fachadas e espaços internos destas igrejas. Uma infinidade de igrejas surge a cada dia alterando o campo religioso e demonstrando a dificuldade em mapeá-lo, entretanto, cabe destacar as igrejas “alternativas” como: Projeto 242<sup>46</sup>, Brasa Church<sup>47</sup>, Crash Church<sup>48</sup>, Igreja United<sup>49</sup>, Igreja No Cinema<sup>50</sup>, Onda Dura<sup>51</sup>, Nossa Igreja Brasileira<sup>52</sup>, entre outras.

Figura 46 Nossa Igreja Brasileira



Fonte: (Nossa Igreja Brasileira, 2018)

Figura 47 Projeto 242



Fonte: (Projeto 242, 2018)

Além de se descolar dos modelos tradicionais, a incorporação de locais como cinemas, teatros, restaurantes [Nossa Igreja Brasileira (fig. 46)], bares [Projeto 242 (Fig.

<sup>46</sup> <http://www.projeto242.com/new/>

<sup>47</sup> <http://www.brasachurch.com/>

<sup>48</sup> <http://www.crashchurch.com.br/>

<sup>49</sup> <http://www.igrejaunited.com/>

<sup>50</sup> <http://igrejanocinema.com/>

<sup>51</sup> <https://ondadura.com.br/>

<sup>52</sup> <https://nossaigrejabrasileira.wordpress.com/>

47)], casas de shows e galpões industriais como espaços religiosos, remeteram o cenário imagético evangélico a uma pluralidade arquitetônica e estética em relação às igrejas pertencentes ao Protestantismo Histórico de Missão e às pentecostais como também uma horizontalização do espaço religioso, onde a única expressão de verticalidade é “a imagem do pastor ou padre sobre o palco, regendo o espetáculo diante da multidão (KLEIN, 2006, p. 207)

Claramente, estas características não correspondem a todas igrejas evangélicas, entretanto, neste modelo de *megachurches*, cito além da Igreja Apostólica Renascer em Cristo, a Igreja Bola de Neve<sup>53</sup>, que já possui quatrocentos e quatro igrejas pelo Brasil e pelo mundo; Bíblica da Paz<sup>54</sup>, com oito igrejas no estado de São Paulo; Monte Sião<sup>55</sup>, que possui dois *campus*<sup>56</sup> sendo um no bairro do Morumbi e outro no Butantã; a Igreja Batista da Lagoinha<sup>57</sup> que possui treze igrejas no estado de Minas Gerais e mais recentemente uma igreja nos Estados Unidos (*Before The Throne Church*) conduzida pela pastora Ana Paula Valadão e seu marido, o pastor Gustavo Bessa, a Igreja *Hillsong Church*<sup>58</sup> situada no bairro da Vila Olímpia em São Paulo, que abriu as portas em São Paulo em 2016, com espaço para cinco mil pessoas, entre outras que adotaram essas mudanças como parte de uma nova identidade visual neste cenário, transformando e estetizando os espaços religiosos nos moldes contemporâneos, no intuito de adequação às necessidades sociais (consumo, bem estar, lazer e entretenimento) e demandas religiosas (soluções de problemas físicos, emocionais e financeiros através da espiritualidade), corroborando para um ambiente que não se caracterize como um espaço voltado somente à espiritualidade.

As igrejas protestantes parecem almejar dar um passo à frente diante das demais religiões, isto é, esta reformulação visa adequar o movimento aos apelos do homem moderno, aproximando-se dos indivíduos e de seus anseios e integrando-os ao movimento. (SANTOS e BRAZ, 2009, p. 9)

Nisto, se percebe que as ressignificações arquitetônicas, estéticas e simbólicas são profundamente exploradas para a implementação visual no *marketing* religioso

<sup>53</sup> <http://www.boladeneve.com/>

<sup>54</sup> <https://www.biblicadapaz.org.br/>

<sup>55</sup> <http://mtsiao.com.br/>

<sup>56</sup> Palavra trasladada do vocabulário universitário estadunidense. Igreja caracterizada por um discurso contemporâneo descolado dos modelos tradicionais do PHM, construída num perfil visual voltado para o público jovem. A substituição da palavra templo por *Campus*, denota a inserção de termos seculares e o interesse por este perfil de público.

<sup>57</sup> <https://www.lagoinha.com>

<sup>58</sup> <https://hillsong.com/pt/saopaulo/>

destas igrejas evangélicas, ao usarem espaços imbuídos de carga simbólica e incorporadas no imaginário secular, e agora ressignificados para o imaginário evangélico<sup>59</sup>.

## **2.2 A escultura e objetos religiosos *gospel*.**

Durante o processo de pesquisa a escultura é a arte que é menos explorada nos grupos evangélicos. Esta produção esbarra numa antiga problemática que se inicia a partir da proibição na Torá conforme Êxodo 20.4-5, “Não farás para ti imagem de escultura, nem semelhança alguma do que há em cima nos céus, nem embaixo na terra, nem nas águas debaixo da terra. Não as adorarás, nem lhes darás culto;” (BIBLIA, 2013), perpassando pelos primórdios da cristandade, pelo cisma entre o catolicismo apostólico romano e o protestantismo, onde além da iconoclastia<sup>60</sup>, divergências teológicas e eclesiológicas pautavam a ruptura; (BESANÇON, 1997) e no meio evangélico atual, na qual a questão da representação por meio de imagens e/ou esculturas, ainda é tratada de forma iconoclasta. Para Renders, esta forma “descreve uma atitude de radical rejeição a qualquer tipo de relação entre representante/ representação e representado” (RENDERS, 2008, p. 93), ou seja, para algumas igrejas evangélicas brasileiras, a utilização de representações visuais ainda é um problema. Entretanto, na contemporaneidade evangélica este assunto tem ganhado outras configurações e contornos em relação ao consumo e devoração de imagens (BAITELLO, 2005).

Em relação a este tema, a abordagem não se limita apenas às esculturas, mas visa ampliar o olhar para outros objetos religiosos importados de outras tradições religiosas, que por se tratar de produções artísticas, são relevantes do ponto de vista iconográfico e simbólico dentro do contexto *gospel*.

Com a “ressurreição” dos artefatos e das imagens judaicas no meio evangélico, as instituições religiosas e o mercado evangélico têm se utilizado por intermédio da incorporação e do uso destes objetos nas práticas cúlticas como aponta Magali Cunha

---

<sup>59</sup> Não se pretende ampliar esta discussão por não ser o escopo da pesquisa, contudo vale destacar a discussão de Abumanssur em seu último capítulo sobre “a ideia de um não-lugar e o templo como um não-lugar”. Para Abumanssur, a ideia de um não-lugar está relacionado à volatilização do espaço sagrado, citando o exemplo dos cultos evangélicos televisivos, já o templo como não-lugar perpassa pelo deslocamento da sacralidade do templo para os momentos celebrativos, sendo o templo de menor relevância para os participantes dos cultos, sendo irrelevante para a paisagem urbana. Ver: (ABUMANSUR, 2004, p. 179-186)

<sup>60</sup> Ver nota 33 sobre iconoclasmo.

(2014). Com o crescimento destas práticas judaizantes no contexto dos cultos e eventos evangélicos e da utilização dos objetos religiosos do judaísmo como *menorah*, *shofar*, azeite, bandeira de Israel, este cenário tem se apropriado da força simbólica, teológica e iconográfica que estas representações possuem no contexto judaico-cristão.

A partir do traslado destas imagens (WARBURG, 2010) e representações judaicas para o contexto religioso brasileiro, as apropriações artísticas e iconográficas por estes grupos ganham outros contornos, mostrando a relevância e preocupação por parte destes grupos de estarem inseridos dentro de uma cultura visual que atenda às demandas por sensação, por espetáculo, entretenimento e por um mercado inserido no contexto do capitalismo artista (SERROY e LIPOVETSKY, 2015).

Com o crescimento do uso da internet pelos evangélicos, a discussão sobre o uso de esculturas e representações no ambiente *online* através de sites de notícias evangélicas, blogs e redes sociais ganham cada vez mais comentários e discussões acirradas sobre o tema. A visão artística a respeito do uso de esculturas, objetos e artefatos religiosos, é pauta de polêmicas e de muitas controvérsias em função da associação ao conceito de idolatria (reação iconoclasta), defendida pela maioria dos grupos evangélicos. As esculturas e objetos oriundos ou que espelhem mimetismos com a tradição católica romana são rechaçadas e o argumento apologético para esses embates permanece sendo o texto bíblico do livro do Êxodo 20.4, que diz: “Não farás para ti imagem de escultura, nem alguma semelhança do que há em cima nos céus, nem em baixo na terra, nem nas águas debaixo da terra” (BIBLIA, 2013).

Com o avanço do mercado *gospel* nas últimas três décadas, tem crescido a importação de objetos e símbolos religiosos. Um número significativo de objetos religiosos pertencentes ao judaísmo tem sido trasladado e incorporado pelos evangélicos nos púlpitos, paredes, altares de igrejas e principalmente, nas prateleiras de lojas evangélicas.

Com a potencialização das práticas de culto relacionadas ao Antigo Testamento, igrejas passam a fazer uso do *shophar* (chifre de carneiro utilizado em cultos do antigo Judaísmo), mesas do altar cristão passam a ser decoradas com *menorahs* (candelabros - suportes para velas utilizadas na Tenda ou no Templo judaicos), altares passam a conter arcas e tronos como elementos que o compõem e miniaturas destes objetos do Antigo Testamento são distribuídas como símbolos de bênçãos em algumas igrejas. (CUNHA, 2014, p. 6)

Devido à relação histórico-cultural, bíblica e teológica entre o cristianismo e o judaísmo, a incorporação destes elementos juntamente com sua força simbólica e

representatividade, ganhou visibilidade dentro das teologias triunfalistas no meio evangélico, tornando o judaísmo a religião preferida para essas importações que hoje permeiam o processo de produção artística evangélica e de seu mercado.

**Figura 48** Artefatos Judaicos



Fonte: Arquivo Pessoal

**Figura 49** Objetos religiosos



Fonte: Arquivo Pessoal

**Figura 50** Coroa com cálices



Fonte: Arquivo Pessoal

Em 2009, a observação de campo para a pesquisa de mestrado deste pesquisador (SILVA, 2010) na feira Expocristã, se percebeu uma representativa quantidade de apropriações artísticas de objetos judaicos. Iconograficamente, os relatos encontrados na bíblia cristã evangélica, particularmente no Antigo Testamento, apresentam uma variedade de objetos e artefatos pertencentes ao judaísmo antigo que fazem parte do imaginário cristão, tais como: réplicas de arcas da aliança, pias batismais (fig.48), cálices, *menorahs*<sup>61</sup>, esculturas, imagens de leões, anéis, castiçais e *souvenires* com o nome da “cidade santa” de Jerusalém (fig. 49), coroas com *menorahs* douradas tendo uma estrela de Davi ao centro, (fig.50) e bandeiras de Israel. Tais objetos possuem uma força teológica, imagética e simbólica possibilitando que essas representações, objetos e imagens religiosas pertencentes à tradição do Antigo Testamento utilizadas no movimento *gospel* contemporâneo, lograssem visibilidade neste cenário como aponta Cunha:

Este fenômeno se revela intensificado e potencializado no final da primeira década dos anos 2000 como um movimento de apropriação de símbolos/imagens/expressões/signos referentes ao Antigo Testamento bíblico e ao contexto judaico antigo [...] (1) na ênfase à monarquia, ao templo judaico, a ações de guerra e domínio expressas no movimento musical *gospel*[...] (2) na utilização de imagens bíblicas na língua hebraica[...] (3) na introdução de figuras, instrumentos musicais e símbolos judaicos e do Judaísmo nas práticas de culto e na ornamentação dos espaços cúlticos [...] (CUNHA, 2014, p. 2-3)

<sup>61</sup> Castiçal de sete pontas oriundo da tradição judaica.

Estas composições entre imagens do mundo bíblico e seus imaginários, trasladadas de relatos textuais, teológicos e míticos (figuras 17,18 e 19) têm o poder de evocar identificação, sentimentos e emoções que corroboram para uma ressignificação visual destas imagens no cenário evangélico pelo viés religioso, como imaginários religiosos, representação visual por intermédio de imagens, esculturas e objetos pertencentes ao judaísmo primitivo, e também pelo viés comercial, como a venda de réplicas de objetos religiosos, imagens estampadas nos mais variados formatos visuais e visitas a templos e lugares considerados sagrados pelos cristãos evangélicos, gerando um processo retroalimentativo entre ambos.

O uso de imagens e dos imaginários evangélicos relacionados ao mundo bíblico do Antigo Testamento tem reverberado na contemporaneidade por intermédio da emoção numa sociedade cada vez mais excitada (TÜRCKE, 2010), alcançando contornos culturais cada vez mais significativos.

**Figura 51** *Menorah*



Fonte: (Igospel, 2013)

**Figura 52** *Shofar*



Fonte: (Shofar, 2013)

**Figura 53** Leão de Judá



Fonte: (Visão Profética, 2011)

Dentro desse contexto a emoção ganha maior ênfase, objetos da tradição judaica passaram a habitar os altares e espaços religiosos de diversas denominações evangélicas no Brasil. Dentre eles destacam-se: a *Menorah* — conhecida como candelabro de 7 pontas (fig.51); o *Shofar*: instrumento musical feito de chifre de carneiro utilizado pelo judaísmo antigo em festas, guerras e rituais cúlticos (fig.52); as imagens e esculturas de leões (fig.53) — representando uma atribuição utilizada ao Leão da Tribo de Judá que pela tradição cristã representa a figura de Jesus Cristo. A figura do leão é citada no texto bíblico do livro de Apocalipse capítulo 5.5 que diz “ Todavia, um dos anciãos me disse: Não choreis; eis que o Leão da tribo de Judá, a Raiz de Davi, venceu para abrir o livro e os seus sete selos” (BIBLIA, 2013). Outro objeto que ganha representação é a arca da aliança, que é um objeto construído pelo povo hebreu para momentos ritualísticos, que ,

segundo a tradição judaica, Deus ordenou a Moisés que fizesse uma arca para que através deste objeto, manifestasse a presença divina ao povo conforme descrito no livro do Gênesis 25.10 “Também farão uma arca de madeira de acácia [...] De ouro puro a cobrirás; por dentro e por fora a cobrirás e farás sobre ela uma bordadura de ouro ao redor.” (BIBLIA, 2013); e a bandeira de Israel<sup>62</sup> (fig.22) que é utilizada pelos evangélicos nos altares dos templos, em reuniões públicas, cartazes, sites e imagens produzidas para os mais diversos fins de uso, possuindo como representação visual, simbólica e de poder, a associação judaico-cristã de que aqueles que seguem a Cristo, passam a ser considerados pertencentes ao povo escolhido por Deus e conseqüentemente são parte da cidadania celeste.

### 2.2.1 O caso da Igreja Universal do Reino de Deus: O templo de Salomão.

A busca por objetos e instrumentos religiosos e suas representações visuais e simbólicas, proporcionaram um crescimento nas produções artísticas, um aumento na indústria de produtos religiosos e a implementação e surgimento de novos espaços religiosos para cultos e paralelamente ao turismo religioso. Neste sentido, um caso atualmente significativo do ponto de vista evangélico, iconográfico e mercadológico no que diz respeito ao uso de objetos, símbolos e vestuário judaicos é o templo de Salomão construído pela Igreja Universal do Reino de Deus (IURD).

Pertencente à categoria das igrejas neopentecostais (MARIANO, 1999; MARIANO, 1999) e (CAMPOS, 1999), a IURD investiu massivamente em meados de 2010, na construção de um novo templo situado à avenida Celso Garcia, 605 no bairro do Brás em São Paulo. De acordo com o site da IURD, todo o projeto da obra foi pensado e desenvolvido para ser uma experiência sensível e religiosa aos olhos do participante/visitante. Neste sentido, o templo de Salomão e suas estrutura corresponde e seduz pois há presente neste empreendimento as três dimensões apresentadas por Viladesau (1999), quando afirma que uma teologia estética deve considerar “Deus, religião e teologia em relação ao conhecimento sensível (sensação, imaginação e sentimento), a beleza e as artes” (VILADESAU, 1999, p. 10 **tradução minha**)<sup>63</sup>.

---

<sup>62</sup> Em alguns casos ela aparece ao lado da bandeira brasileira, mas em sua maioria encontrada por este pesquisador, a bandeira de Israel está sozinha nos altares.

<sup>63</sup> Do original: God, religion, and theology in relation to sensible knowledge (sensation, imagination, and feeling), the beautiful, and the arts.

Com capacidade para 10 mil pessoas sentadas sua inauguração foi em 31 de julho de 2014, contando com a presença de autoridades da época, como a presidenta da república Dilma Rousseff, o vice-presidente Michel Temer, o governador de São Paulo Geraldo Alckmin, o prefeito Fernando Haddad e o ex-prefeito Gilberto Kassab, entre outros (fig.54) (Folha, 2014). A forte representatividade de líderes políticos na inauguração, demonstra as relações de poder que permeiam o substrato político-religioso dos evangélicos no Brasil, e particularmente as que envolvem a IURD.

**Figura 54** Culto de Inauguração do Templo de Salomão



Fonte: (Revista Isto É, 2014)

A relação entre religião e política não é nova e faz parte de um vasto campo de pesquisa acadêmica que não é o foco específico deste tema, entretanto, pelo ponto de vista iconográfico e de poder, a presença do “rei” (que neste caso é *rainha*, a Presidenta Dilma Rousseff representando a nação brasileira), aponta para aquilo que *Vincent of Beauvais* chamou de *corpus reipublicae mysticum*, na qual afirma que a presença física do rei é detentora de duas esferas de poder: o republicano e o místico, em virtude da força da presença físico-imagética e as implicações sociopolíticas que esta presença implica (KANTOROWICZ, 1997). Para Kantorovich (1997), a apropriação de *Beauvais* do conceito *corpus ecclesiae mysticum* utilizado pela igreja católica apostólica romana “foi um caso claro de tomar emprestado os ricos conceitos eclesiásticos e de transferi-los para o meio secular, alguns dos valores sobrenaturais e transcendentais normalmente

possuídos pela Igreja” (KANTOROWICZ, 1997, p. 208, **tradução minha**)<sup>64</sup>. De certa forma, na figura 85, o duo religião e política transitam em esferas semelhantes do ponto de vista iconográfico e teológico. Ambas as imagens da “rainha” e do “sacerdote” religioso, implicam em representações de poder que são legitimadas por sua presença (física), ambas possuidoras de dinâmicas e especificidades, contudo estas representações visuais (nas imagens produzidas e reproduzidas na mídia de uma forma geral) e físicas (na presença das autoridades tanto do lado político como religioso), fortalecem o imaginário místico pertencente à cristandade medieval, resignificando e legitimando o poder-corpo (FOUCAULT, 2015).

A notícia da construção do templo, dentro do aspecto iconográfico e simbólico, repercutiu nas mais diversas formas e expressões. A inauguração do templo foi noticiada pela mídia brasileira e internacional nos mais diversos canais de comunicação.<sup>65</sup> Alguns jornais destacaram a magnitude da obra em relação a outros monumentos brasileiros, como o caso do jornal britânico *The Guardian* que apresentava o título “Templo de Salomão no Brasil coloca o Cristo Redentor na sombra”<sup>66</sup>. No artigo, o jornal descreve os valores gastos no empreendimento, as dimensões e a capacidade do templo, além de uma entrevista com o pastor Edir Macedo – fundador da IURD. Já no jornal estadunidense *The New York Times* a chamada para a notícia dizia “Templo no Brasil apela para um surto de evangélicos” (**tradução minha**)<sup>67</sup> descrevendo a construção sendo duas vezes maior que o Cristo Redentor no Rio de Janeiro, destacando a capacidade do espaço religioso para comportar 10.000 pessoas e o valor gasto na construção que girou em torno dos 300 milhões de dólares.

A fonte de inspiração para a construção do Templo está nos elementos que compõem e se originam na Palavra de Deus, a Bíblia Sagrada. Os símbolos bíblicos nos remetem a reviver a fé e o temor dos grandes

---

<sup>64</sup> Do original: This was a clear case of borrowing from the wealth of ecclesiastical notions and of transferring to the secular commonweal some of the super-natural and transcendental values normally owned by the Church.

<sup>65</sup> Ver: Rede Record: <http://recordtv.r7.com/hoje-em-dia/videos/templo-de-salomao-e-inaugurado-com-a-presenca-das-principais-autoridades-do-pais-14102018>

Palácio do Planalto: [http://www2.planalto.gov.br/vice-presidencia/vice-presidente/noticias/noticias-do-vice/2014/vice-presidente-participa-de-inauguracao-do-templo-de-salomao-em-sp/14611757167\\_51d1ed3d33\\_b.jpg/view](http://www2.planalto.gov.br/vice-presidencia/vice-presidente/noticias/noticias-do-vice/2014/vice-presidente-participa-de-inauguracao-do-templo-de-salomao-em-sp/14611757167_51d1ed3d33_b.jpg/view)

Programa Silvio Santos: <https://www.youtube.com/watch?v=MGYZiEUQuHc>

Rede Globo: <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2014/07/templo-de-salomao-e-inaugurado-em-sao-paulo.html>

<sup>66</sup> Do original: *Solomon's Temple in Brazil would put Christ the Redeemer in the shade*. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2010/jul/21/solomon-temple-brazil-christ-redeemer>

<sup>67</sup> Disponível em: <https://www.nytimes.com/2014/07/25/world/americas/temple-in-brazil-appeals-to-a-surge-in-evangelicals.html>

homens de Deus do passado, que creram e obedeceram ao Deus de Israel, o Deus da Bíblia. (Universal, 2018)

**Figura 55** Templo de Salomão localizado no bairro do Brás em São Paulo — IURD



Fonte: (Universal, 2014)

A construção realizada por Macedo, além do templo (fig.55) procurou com isso trasladar o imaginário e as sensações pertencentes ao ambiente judaico-cristão para dentro do espaço religioso no bairro do Brás, utilizando uma cosmovisão bíblico-teológica do Antigo Testamento, através de inserções de elementos significativos e simbólicos como as tamareiras plantadas na entrada do templo, a implantação de um jardim de oliveiras (em alusão ao Jardim das Oliveiras situado na cidade de Jerusalém em Israel). Nesta tríade de sensação, imaginação e sentimento religioso, o participante/visitante se sente envolvido neste ambiente que forma, além da experiência estética, uma conexão com os relatos bíblicos, particularmente com os valores simbólicos e imaginários presente nas imagens, ornamentos e objetos do campo religioso específico judaico-cristão. De forma direta, o que se experimenta é parte do “consumo transestético, remetendo à nova relação hedonista com o consumo orientada para o ‘sentir’, tendo em vista emoções e ‘experiências renovadas’” (SERROY e LIPOVETSKY, 2015, p. 62).

A IURD resgatou os preceitos judaicos que aparecem nos livros da Lei (Pentateuco), em relação ao acesso dos lugares considerados sagrados dentro do templo de Salomão: 1. O acesso do templo era restrito para algumas camadas sociais e setorizado o acesso por alas; 2. Objetos sagrados como a arca da aliança, só poderiam ser transportados por membros da família de Levi (de onde se origina a expressão *levitas*

difundida nos meios neopentecostais); 3. O Santo dos Santos considerada a área mais sagrada e local da presença de Deus (onde o acesso era restrito e permitido somente ao sumo sacerdote). A IURD adotou o mesmo procedimento para o acesso a algumas áreas do templo de Salomão. No site da IURD, ao clicar no *link* visitas e em seguida clicar em regras, se encontram determinadas regras de conduta dentro do templo. Três ícones se destacam com os títulos: *vestimentas*, *revista* (segurança), *aparelhos eletrônicos e alimentos*. A justificativa é colocada abaixo do título onde se descreve que,

O objetivo do Templo é proporcionar a todos os visitantes uma experiência única e espiritual com o Altíssimo, como se estivessem na Terra Santa. Para que todos desfrutem dessa experiência, é fundamental que estejam imbuídos de reverência para com o Eterno e Sua Casa. Por isso, pedimos a sua cuidadosa observação aos pontos a seguir, como demonstração de respeito a Deus e aos outros visitantes. (Universal, 2014)

Conhecida como uma das obras mais caras do cenário evangélico brasileiro, seu custo chegou aos R\$ 680 milhões, com algumas peculiaridades relacionadas aos objetos religiosos que foram colocados dentro do templo e nas dependências do espaço religioso. Seu projeto arquitetônico e sua iconografia foram minuciosamente organizados dentro das especificações contidas nos textos bíblicos. Pesquisas arqueológicas existentes serviram de fonte além de uma equipe de arquitetos da IURD que visitaram Jerusalém. Para Edir Macedo, a Bíblia foi a principal fonte de inspiração para a construção do Templo de Salomão. Segundo o próprio site da IURD,

O templo de Salomão foi uma inspiração que o bispo Edir Macedo teve durante uma viagem em peregrinação a Israel, na qual ele expressou o desejo de que todas as pessoas pudessem pisar no chão e tocar nas pedras que testemunharam os eventos descritos na Bíblia. Adentrar o local é uma viagem histórica rumo ao Templo construído por Salomão [...] são realizadas reuniões diariamente, nas quais você poderá colocar sua fé em prática e obter resultados surpreendentes hoje assim como acontecia no passado. (Universal, 2014)

Além do direcionamento ao espiritual que abarca toda a construção, a obra visa despertar a emoção religiosa e a sensação (TÜRCKE, 2010) dos participantes e visitantes<sup>68</sup> que congregam e visitam o templo e os demais espaços, proporcionando uma experiência religiosa carregada de elementos visuais e sensoriais que remetem e envolvem o participante e os visitantes aos costumes, práticas e ritos judaicos relatados

---

<sup>68</sup> Se utilizará a terminologia participante/visitante pelo fato do espaço religioso ser também um espaço de turismo religioso, frequentado pelos participantes da IURD e pelos visitantes que objetivam conhecer as réplicas citadas no A.T.

na bíblia. Como afirma Aumont (2002), “A produção de imagens jamais é gratuita, e, desde sempre, as imagens foram fabricadas para determinados usos, individuais ou coletivos.” (AUMONT, 2002, p. 78), ou seja, ela intenta para um despertar afetivo, religioso e emocional, trabalhando nos modos: simbólico — os símbolos religiosos que dão acesso ao sagrado; epistêmico — trazendo informações visuais sobre o mundo a ser conhecido; estético — agradando o espectador, oferecendo-lhe sensações específicas (AUMONT, 2002). No processo de construção, alguns dados revelam as proporções e os elementos que foram inseridos na obra destacando:

- ✓ 40 mil metros quadrados de pedras vindas de Hebron usadas para a construção e decoração do templo (fig.56).
- ✓ Tamareiras centenárias trazidas de Israel colocadas na esplanada do templo (fig.57);
- ✓ Doze oliveiras importadas do Uruguai para reprodução do Monte das Oliveiras (fig.58);
- ✓ As cadeiras foram trazidas da Espanha;
- ✓ 100 metros quadrados de vitrais dourados instalados acima do altar (fig.59);
- ✓ No jardim bíblico há uma reprodução do tabernáculo inspirada na descrição bíblica no livro do Êxodo 25.9 atribuindo a construção a Moisés; (fig.60)
- ✓ O memorial foi construído a partir dos relatos bíblicos sobre a história das doze tribos de Israel, sendo sustentado por doze colunas em sua estrutura. Na parte interna do memorial há um museu com diversos objetos reproduzidos também a partir de relatos bíblicos, com um valor simbólico e emocional relevante para este segmento religioso como: as tábuas da lei de Moisés, a *Menorah* (candelabro de sete pontas), a mesa dos pães da proposição, a arca da aliança e objetos construídos com base nos relatos bíblicos como as tábuas da lei, pias batismais; (fig.61)
- ✓ O templo possui 56 metros de altura, 126 metros de comprimento e 104 metros de largura.<sup>69</sup>

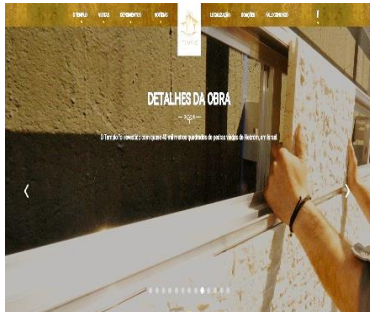
O poder dos artefatos religiosos utilizados por Macedo em seu templo, parte não de uma compreensão mágica de um poder em si, mas conforme aponta Renders, da

---

<sup>69</sup> Cf. (Universal, 2014)

“compreensão de um poder cedido e construído em suas relações sociais pelo próprio ser humano a partir de uma iniciação, por ritos, gestos e imagens.” (RENDERS, 2015, p. 9).

**Figura 56** Pedras de Hebron



Fonte: (Universal, 2014)

**Figura 57** Tâmaras



Fonte: (Universal, 2014)

**Figura 58** Jardim Bíblico



Fonte: (Universal, 2014)

**Figura 59** Vitral atrás do altar



Fonte: (Universal, 2014)

**Figura 60** Tabernáculo



Fonte: (Universal, 2014)

**Figura 61** Memorial



Fonte: (Universal, 2014)

Ao utilizar as pedras de Hebron, tâmaras, oliveiras, cadeiras, tais objetos são procurados pelos evangélicos por um lado, no sentido da representação ritualística por evocar a “grandeza” e o “poder” divino ali representados pela magnitude da construção, e por outro lado, como um objeto de espetacularização e entretenimento diante de uma sociedade iconofágica (BAITELLO, 2005) voltada ao consumo de imagens. Cabe neste momento a pergunta sobre uma transição do iconoclasmo para uma iconofilia<sup>70</sup> evangélica. Se essa transição ocorre, quais são as razões para que isso aconteça? Para isso, uma distinção teórica entre iconoclasmo, iconofilia e iconolatria colabora para essa compreensão, com base nos conceitos utilizados por Renders (2008) que aponta que,

A iconofilia descreve a relação entre representação do divino e o ser humano como algo positivo, a expressão iconolatria trata de uma

<sup>70</sup> Iconofilia é descrita como “uma mística da presença, entre representação e representado, que providencia uma relação entre o representado e o sujeito humano sem pretensões de anular o sujeito humano e sem confundir o divino com o ser humano”, já Iconolatria, “descreve a confusão entre representante/representação e representado, que leva a união mística com Deus mediante a contemplação;” (RENDERS, 2008, p. 93)

relação distorcida em que o ser humano confunde a representação com o representado. Já o iconoclasmo rejeita a possibilidade da representação do divino por certo objeto, etc. (RENDERS, 2008, p. 91)

Na verdade, chama a atenção o fato de que a posição iconoclasta nem sempre foi majoritária no cristianismo, desde a igreja primitiva passando pelo período medieval, houve entre as igrejas ocidentais e orientais diversas controvérsias entre tendências iconófilas e iconoclastas. (BESANÇON, 1997) e (RENDERS, 2008), demonstrando que, do ponto de vista teológico e histórico, essa questão ainda é fruto de controvérsias e não obtém certa clareza no que diz respeito à sua conceituação. Para o público evangélico contemporâneo, a questão ainda divide opiniões sobre o templo de Salomão. Segundo o site *Gospel Mais*, para alguns líderes evangélicos,

‘Adorar’ a simbologia do Antigo Testamento é um retrocesso da fé cristã [...] Deus não está em templos feitos por mãos humanas, mas habita em pessoas através do seu Espírito [...] a obra abrigará a tumba da família Macedo [...] os judeus consideram a construção do Templo de Salomão como ‘uma usurpação à fé alheia’ (CHAGAS, 2014)

Neste aspecto, é notória a exploração pela IURD, com base no duo fé e mercado, dessas representações, objetos sacros e práticas ritualísticas de origem não somente protestante, mas católica, umbandista, candomblecista, espírita como é o caso do uso da cor branca em sessões de descarrego, do uso do sal, do azeite, dos passes espirituais, etc., aquilo que é descrito como a mercantilização do sagrado, que ganhou força a partir do protestantismo. (CAMPOS, 1999).

### **2.3 A pintura *gospel***

Até meados da década de 1980, a pintura se manifestava de forma tímida na arte evangélica brasileira. Apesar das pinturas em templos não ser algo recente nas denominações do Protestantismo Histórico de Missão, a pintura aparecia nos altares, vitrais e em algumas dependências das igrejas.

Já no cenário artístico evangélico contemporâneo, com o crescimento das igrejas neopentecostais como a IARC em São Paulo, da Igreja Batista da Lagoinha (IBL) em Belo Horizonte, da expansão do movimento e do mercado *gospel*, a pintura, como também as outras demais artes que são abordadas nesta pesquisa, passaram a ganhar maior expressividade nos espaços religiosos e nos templos.

Figura 62 Pintura em altar de Igreja



Fonte: (Jackson Coelho, 2017)

Figura 63 Altar Assembleia de Deus



Fonte: (Fatima Correa, 2017)

Com temáticas relacionadas a natureza (plantas e animais — fig.62), símbolos religiosos — como a Bíblia, cruz, pomba (fig.63 que representa o Espírito Santo na tradição cristã), narrativas bíblicas e textos bíblicos, a pintura passa a ser ressignificada, ganhando espaço dentro e fora dos espaços religiosos evangélicos.

Dentro do cenário artístico evangélico contemporâneo, observa-se que a produção artística tem transposto os limites dos templos e espaços religiosos. Com isso, a arte cristã evangélica passou a se destacar não somente nos espaços religiosos, como também passou a ocupar os espaços públicos das cidades. Desta forma, destaca-se dois tipos de pintura evangélica: a arte privada (dentro dos espaços religiosos evangélicos e templos) e da arte pública (expressa nas ruas, praças e paredes residenciais e comerciais). No caso da arte privada, a influência de igrejas neopentecostais como a IARC<sup>71</sup>, a Bola de Neve Church (BDN)<sup>72</sup>, Igreja Monte Sião (IMS)<sup>73</sup>, HillSong SP (HS)<sup>74</sup> voltadas para o público jovem, corroboraram para a implementação da pintura tanto privada quanto pública. Para citar uma dessas denominações, abordou-se a Bola de Neve Church<sup>75</sup>.

A Bola de Neve Church (BDN)<sup>76</sup> é liderada pelo apóstolo Rinaldo Seixas Pereira (Rina). Formado em *Marketing*, oriundo da IARC, foi diácono, líder do ministério de

<sup>71</sup> Ver: <http://www.renascerecristo.com.br/>

<sup>72</sup> Ver: <http://boladeneve.com/>

<sup>73</sup> Ver: <http://mtsiao.com.br/>

<sup>74</sup> Ver: <https://hillsong.com/pt/saopaulo/>

<sup>75</sup> A BDN não é o objeto específico deste item, mas utiliza-se desta denominação como influenciadora pelo discurso jovem, ‘descolado’ dos modelos tradicionais protestantes no quesito de vestuário, práticas de esportes radicais e da absorção de diversas tribos culturais, entre elas dos *skatistas* e grafiteiros.

<sup>76</sup> A abreviação utilizada (BDN) é a mesma criada por (MARANHÃO Fº, 2013) em *A grande onda vai pegar: Marketing, espetáculo e ciberespaço na Bola de Neve Church*.

evangelismo e posteriormente a deixou para fundar sua própria igreja, conforme justifica em seu blog pessoal: “seguindo a orientação do Senhor e com a concordância do Apóstolo Estevam Hernandes, fundou a Bola de Neve *Church*, em 2000”. (Bola de Neve, 2017).

**Figura 64** Igreja BDN



Fonte: (Evangélico na Sociedade, 2014)

**Figura 65** Púlpito da BDN



Fonte: (Derpilândia, 2012)

**Figura 66** Fachada Bola de Neve - GRU



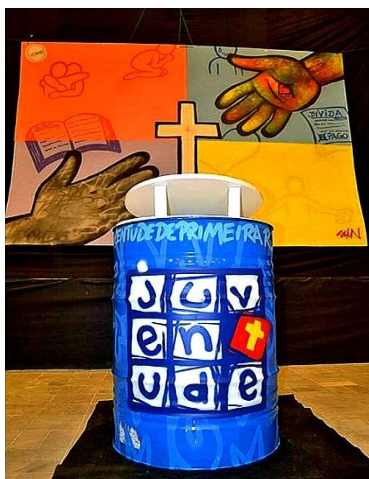
Fonte: (Foursquare, 2018)

Desde seu surgimento, a BDN explora os elementos visuais na comunicação da igreja, incluindo a pintura. Incorporando esportes radicais e tribos culturais como o *surf*, o *skate*, *bodyboarding*, *paraglider* (como pode ser visto na fig. 64 da fachada da BDN) e grafiteiros, a BDN teve grande repercussão na juventude evangélica brasileira. Criou a imagem que marca a sua identidade visual desde sua fundação: a apropriação de uma prancha de *surf* como púlpito e que também é utilizada na fachada da igreja (fig.65), que se tornou uma inserção imagético-simbólica nas mais de 50 igrejas espalhadas pelo Brasil e em diversos países. Atrelado ao uso do idioma inglês, *Bola de Neve church/ In Jesus we trust*, a BDN tem o intuito de despertar identificações com movimentos de juventude, consumo e moda dos paradigmas estadunidenses com a utilização de anglicismos, como afirma Eduardo Meinberg “ Os anglicismos são uma forma da BDN se aproximar de seu público, acostumado com o linguajar característico de games, sites, roupas de marca, etc.” (MARANHÃO Fº, 2013, p. 232). A BDN juntamente com a IARC, também são igrejas que estão debaixo do guarda-chuva das igrejas que se apropriaram de locais anteriormente destinados a *shows* e espetáculos (fig.66), transformando seus espaços internos através de pinturas contemporâneas através de um estilo de pintura artística que tem se destacado no meio evangélico e tem fomentado essa expansão, que é o grafite. Veremos a seguir como essas mudanças e inserções neste tipo de arte, reflete diretamente nas artes evangélicas contemporâneas fora dos espaços religiosos através da utilização dos espaços públicos.

### 2.3.1 O caso do grafiteiro Léo Shun.

O grafite (do italiano, *Graffiti*), que significa fazer frases ou desenhos em muros ou paredes de locais públicos. A origem do grafite moderno remonta os movimentos de contracultura da década de 1960, passando pela contestação ideológica e política, juntamente com os movimentos de afirmação identitária. Inicialmente, na Europa, o grafite surgiu como manifestação política que posteriormente se espalhou pela América. Já nos Estados Unidos, ele é utilizado como expressão de afirmação das comunidades negra e latina. Posteriormente, a cultura *Hip-Hop* incorporou o grafite ao movimento, se constituindo uma forma de divulgação de encontros, festas e eventos destes grupos e comunidades. (LAZZARIN, 2007).

**Figura 67** Púlpito grafitado



Fonte: (Gospel Prime, 2018)

**Figura 68** Grafite durante culto



Fonte: (Gospel Prime, 2018)

**Figura 69** Logotipo Léo Shun



Fonte: (Facebook, 2018)

Leonardo, conhecido no meio do grafite como Léo Shun, era pichador. Converteu-se em 2002 e em 2003 conheceu o Grafite. Sua marca visual é a figura de um cachorro (fig.69), que foi criada em homenagem a seu falecido cachorro. Após sua conversão, teve o propósito de passar a mensagem evangélica através da arte grafitando púlpitos (fig.67) e pintando telas durante cultos (fig.68). Com o objetivo de chamar a atenção de pichadores, fez por vários lugares do Rio de Janeiro uma ‘pichação’ do cachorro pela cidade, mas com um diferencial em relação às pichações dos espaços públicos; a utilização legal dos espaços mediante autorização dos proprietários e donos. Desta forma, chamou a atenção de pichadores que começaram a se interessar pelo seu estilo de vida e passaram a pedir ajuda para Léo, no intuito de abandonarem a prática da pichação

(considerada ilegal por ser sem autorização) e passando a serem grafiteiros (grafitarem locais de forma legal e com autorização) conforme descreve:

Vários pichadores têm migrado da pichação para o grafite [...] as vezes a gente se prende tanto a tá louvando a Deus, adorando a Deus dentro de uma igreja, dentro de uma congregação e se esquece um pouco das comunidades, das ruas... sabe... dos lugares onde realmente precisa da presença de Deus. (Thiago Pires, 2011).

Figura 70 Grafite em parede de rua – Léo Shun



Fonte: (Missão Gospel, 2013)

Figura 71 Grafite Evangelístico



Fonte: (Gospel Mais, 2018)

Neste contexto, Léo Shun utiliza o grafite como mecanismo de evangelização nas ruas e nos muros (fig.70). A linguagem visual é criativa usando figuras como a lâmpada, o plugue que sinaliza o encaixe num coração que possui uma tomada. De forma metafórica e humor a mensagem é disseminada com fins de atingir o público jovem em geral. Há também encontros como o *Mutirão de grafite evangelista* (fig.71) realizado no Rio de Janeiro que têm por finalidade promover a arte e evangelizar os simpatizantes do grafite para se aproximarem do evangelho “com o objetivo de fortalecer a cultura cristã protestante e as suas interações” (Missão Gospel, 2013).

Apesar da presença de líderes religiosos dentro do grafite, como os pastores grafiteiros Antônio Duque de Souza Neto, o *Tota* e Anderson Hope (o *Hope*) que são pertencentes a igrejas pentecostais (Jornal Estadão, 2014), a sua prática como diversas outras manifestações artísticas, encontra dificuldades com o preconceito das igrejas evangélicas. Uma das causas é a má fama da pichação. Isso segundo Léo Shun, tem sido um motivo de resistência por parte das igrejas em relação a pintura do grafite: “No começo houve uma certa resistência do pastor, mas eu tive apoio de um membro que ajudou bastante e conseguiu um espaço dentro da igreja para realizar a oficina” (Gospel Mais, 2018). Posteriormente, Léo também realizou um grafite dentro de uma igreja como

uma forma de “expressão de adoração a Deus”. Neste sentido, se percebe que o grafite se apresenta como uma nova forma de arte no meio evangélico — diferentemente da pichação (que não é autorizada) — traçando uma ponte entre os espaços público e privado destas manifestações, rompendo com tabus religiosos em relação à geografia artística evangélica.

## 2.4 A música *gospel*

Semelhantemente à pintura, a arte musical evangélica chega ao Brasil através do protestantismo. Segundo Henriqueta Braga, realizou-se o primeiro culto no Brasil em 10 de março de 1557 e “onde também, pela primeira vez, ecoaram neste país os *Salmos* musicados em execução congregacional” (BRAGA, 1961, p. 41). Dolghie vai apresentar que a música executada no início do protestantismo no Brasil baseava-se em boa parte da influência musical protestante da Europa.

Muito provavelmente, os cultos da primeira tentativa de inserção protestante no país entoavam o saltério genebrino de Calvino. Na segunda tentativa de fixação no Brasil, entre 1630 a 1645, os protestantes que aqui chegaram eram holandeses, e por isso, a música cáltica repousava nas duas tradições protestantes: a luterana e a calvinista. O mesmo repertório desta segunda tentativa deve ter acompanhado o protestantismo de imigração. Nos três casos, a reprodução musical baseava-se na salmodia e na hinódia do protestantismo europeu. (DOLGHIE, 2007, p. 154)

A música caracterizava-se através de cantos congregacionais, canto coral e solistas, acompanhados de instrumentos musicais como o órgão e o piano. Posteriormente, a música protestante se consolidou com os demais grupos protestantes que chegariam ao Brasil a partir do século XIX, destacando nesse período o surgimento do primeiro hinário protestante lançado no Brasil: o *Salmos e Hinos*. (VICENTINI, 2007)

Mais tarde, os primeiros registros fonográficos da música sacra evangélica no Brasil, se dão a partir de 1912 com a gravação do Coral da Igreja Evangélica Fluminense, inaugurando as gravações de música sacra no Brasil e com isso, iniciando os primeiros passos junto às gravadoras internacionais que chegavam ao Brasil como a estadunidense *RCA Victor* e a alemã *Odeon* (BRAGA, 1961).

Com o surgimento do disco de vinil em 1940, as produções musicais de *Long-Plays* ganham maior força e crescimento no período entre as décadas de 1950-60, de onde surgem os primeiros registros de gravações musicais evangélicas em *Long-Plays*

no Brasil, como foi observado na pesquisa de mestrado realizada pelo autor desta tese destaca que,

A música evangélica brasileira tem seu início a partir da década de 50. É nesse período que surgem os primeiros cantores, cantoras e grupos de música evangélica que influenciados pelo *gospel* estadunidense, iniciaram seus trabalhos paralelamente à hinódia protestante tradicional. A renovação musical deste período começa a alterar o modo de cantar nas igrejas e promove o surgimento dos primeiros materiais fonográficos, juntamente com a produção de imagens para as capas dos recém-chegados LPs (Long Plays). (SILVA, 2010, p. 25)

Com a chegada da chamada *fase elétrica* (VICENTINI, 2007) e o surgimento do LP e do rádio, pode-se afirmar que acontece no Brasil uma primeira revolução no processo produtivo, de divulgação e mercadológico da música secular e que paralelamente alcançou a produção evangélica no Brasil. Com isso, muitos corais, cantoras e cantores evangélicos passaram a produzir material fonográfico e divulgarem no rádio a partir de 1938 (FAJARDO, 2011) e através da comercialização de seus discos em igrejas, escolas e institutos. Posteriormente, com o crescimento do número de artistas musicais, da produção de LP e das igrejas pentecostais, surge na década de 60 um “bolsão de produção” evangélico na região central, perto do glicério, a conhecida rua Conde de Sarzedas, pois ali se instalaram gravadoras, livrarias e outros ramos ligados ao setor religioso protestante” (VICENTINI, 2007, p. 139) corroborando para o desenvolvimento do mercado musical e das lojas evangélicas.

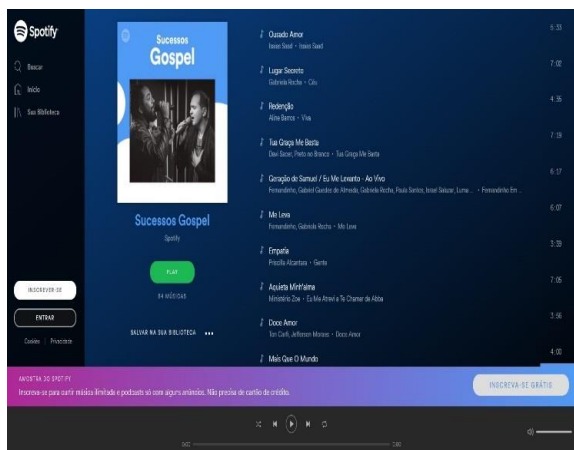
Num segundo momento, com o chegada do CD (*compact disc*) no Brasil em 1987, percebe-se uma segunda revolução no processo midiático e mercadológico no cenário brasileiro através do processamento digital da música, o que posteriormente contribuiria para a propagação de formatos mais recentes como o MP3. Na música evangélica, a repercussão foi expressiva e alavancou a produção e a venda de CD e DVD fomentando a *explosão gospel* da década de 80 (CUNHA, 2007) e proporcionando um crescimento significativo no mercado musical e também na produção imagética através das capas de CD e DVD. Com isso, o duo áudio e imagem e o crescimento das empresas de CD, proporcionou uma penetração massiva das produções *gospel*.

Nas últimas duas décadas, a arte musical obteve um considerável crescimento no contexto evangélico a partir do movimento desencadeado na década de 80. Com a liberalização e sacralização de uma gama de ritmos que surgiram no contexto *gospel*, isto proporcionou uma crescimento na busca de instrumentos musicais e equipamentos de áudio por bandas e grupos musicais, que passaram a transformar às práticas cúlticas com

cada vez instrumentos nos altares das igrejas. Com isso, um crescimento no mercado musical brasileiro, chamou a atenção de grandes empresas do ramo de equipamentos de áudio e instrumentos musicais que hoje atuam em parceria com diversos artistas e igrejas evangélicas por intermédio de patrocínios de eventos, cessão de equipamentos (*endorsers*)<sup>77</sup>.

Outro fator relevante para a arte musical vem por intermédio das novas tecnologias como o *streaming*<sup>78</sup> e formas de se produzir e ouvir música na contemporaneidade. Com a chegada da era digital e da distribuição de música *online*, a arte musical passa por diversas transformações e adequações com a tecnologia como: celulares, *Ipods*, *tablets* e *smartphones*. No âmbito das novas mídias, a utilização de plataformas de *streaming* de divulgação de músicas *online*, transformou a forma de se consumir música no *gospel*. Plataformas como o *Spotify* (fig. 72) e o *Deezer* (fig.73), como também, a *Apple Music* e o recém lançado *YouTube Music* tem incorporado uma infinidade de artistas *gospel*, percebendo que com isso, os artistas e as produtoras musicais estão antenadas, investindo cada vez mais nesta direção, se tornando canais de grande escala para reprodução de músicas evangélicas *online*.

Figura 72 Spotify



Fonte: (Spotify, 2017)

Figura 73 Deezer



Fonte: (Expocristã 2017, 2017)

<sup>77</sup> *Endorser* é um conceito que vem do *marketing*, significando que o artista pode receber apoio financeiro e/ou equipamentos para utilização em seus shows, no intuito de divulgação e propaganda da marca que o patrocina.

<sup>78</sup> O *streaming* é uma tecnologia de distribuição digital de fluxo de mídia contínuo através da internet sem a necessidade de baixar o arquivo, tornando mais rápido o acesso ao conteúdo *online*. Atualmente, diversas plataformas como *YouTube*, *Deezer*, *Spotify*, *Itunes* (*Apple*) entre outras, transmitem utilizando essa tecnologia.

Outro aspecto implementado pela música *gospel* nas últimas décadas é a participação junto à gravadoras seculares como a Som Livre e *Sony Music*. A Som Livre, por exemplo, produz diversos artistas seculares, entretanto, a partir do ano de 2009 criou um segmento voltado para a produção e comercialização de música *gospel*, incorporando em seu *cast* de artistas cantores e cantoras do cenário *gospel* como Regis Danese, Andréa Fontes, Rose Nascimento, Pra. Ludmila Ferber, Daniela Araújo e André Valadão que se discutirá a seguir.

#### 2.4.1 O caso do cantor e pastor André Valadão

O pastor André Valadão é um cantor e pastor pertencente à Igreja Batista da Lagoinha, em Belo Horizonte/MG. Irmão da cantora e pastora Ana Paula Valadão, líder e fundadora do Ministério de Louvor Diante do Trono<sup>79</sup> que em 2018 completou vinte anos de criação desde seu surgimento na Lagoinha<sup>80</sup>. Criado em família evangélica pertencente à Igreja Batista, aos 19 anos André foi aos Estados Unidos, estudando em dois seminários teológicos, sendo um deles pertencente ao evangelista *Kenneth Hagin*.

*Hagin* é considerado o líder do movimento da confissão positiva que se difundiu nos Estados Unidos e depois espalhou-se por diversos países, incluindo a América Latina e particularmente o Brasil, trazendo consigo muitos termos comuns aos neopentecostais contemporâneos como tomar posse, reivindicar, profetizar, exigir em nome de Jesus, entre outras oriundas dos livros de *Hagin*. Sua teologia mais difundida em seus livros é a da Confissão Positiva, como afirma Mariano:

O termo Confissão Positiva refere-se literalmente à crença de que os cristãos detêm o poder — prometido nas Escrituras e adquirido pelo sacrifício vicário de Jesus — de trazer à existência, para o bem ou para o mal, o que declaram, decretam, confessam ou determinam com a boca em voz alta. Daí o livro *Há poder em suas palavras* ter se tornado best-seller evangélico nos anos 90. (MARIANO, 1999, p. 152-153)

Juntamente com a Confissão Positiva, *Hagin* trouxe a Teologia da Prosperidade através dos seus livros e de conferências no Brasil alcançando grande impacto no pensamento teológico das igrejas neopentecostais na década de 1980. Na questão do

<sup>79</sup> <http://diantedotrono.com/>

<sup>80</sup> Com o passar do tempo o nome Lagoinha se consolidou no meio evangélico ao se referirem à Igreja Batista da Lagoinha em Belo Horizonte e no Brasil. Com isso aboliram do site as palavras igreja e batista, deixando somente Lagoinha. Ver: <https://www.lagoinha.com/>

cantor André Valadão, suas mensagens em seus sermões, canções e em boa parte de sua produção visual, aborda a questão da prosperidade financeira como se percebe na canção Alegria Que Eu Tenho;

A alegria que eu tenho  
É a alegria de Cristo em mim  
A nova vida que eu tenho  
É a vida de Cristo em mim

Espero e confio no Senhor  
Que com suas promessas me abençoou  
Hoje tomo posse, pela fé  
De tudo que na cruz por mim conquistou

A minha salvação, Jesus já me deu  
A minha paz, Jesus já me deu  
A minha prosperidade, Jesus já me deu  
A minha cura, Jesus já me deu  
A minha vitória, Jesus já me deu  
Já me deu (A Alegria, 2018)

Com uma vasta biografia que consta, diversos prêmios e medalhas como: Medalha da Inconfidência: comenda do governo de Minas Gerais (2011), Grande Colar do Mérito Legislativo da Câmara Municipal de Belo Horizonte (BH), Moção de Louvor e Aplausos da Câmara Municipal do Rio de Janeiro (RJ), Nove troféus talento, dois troféus Promessas e com uma discografia composta por dezesseis CDs e oito DVDs, fez com que André Valadão pertence ao grupo dos cantores da música *gospel* brasileira mais bem-sucedidos financeiramente. Detentor da marca *gospel Fé pra todo lado* (fig.74), além das vendas de CD e DVD, o cantor atua no mercado de moda masculina, feminina e na venda de acessórios para celulares, adesivos, bonés, óculos, relógios e semijoias. (Fé pra todo lado, 2018).

**Figura 74** Logotipo Fé Pra Todo Lado



Fonte: (Fé pra todo lado, 2018)

**Figura 75** Utilização do Logotipo Fé pra todo Lado nos cultos da Igreja Batista da Lagoinha



Fonte: (YouTube, 2015)

Para a construção de sua marca mais famosa no mercado evangélico (fig.75A), Valadão se utilizou de símbolos pertencentes ao cenário bélico encontrado na bíblia, como os armamentos da espada e do escudo que aparecem no texto bíblico no livro de Efésios 6.16-17, onde diz: “abraçando sempre o escudo da fé, com a qual podereis apagar todos os dardos inflamados do Maligno. Tomai também o capacete da salvação e a espada do Espírito e para isto vigiando com toda perseverança e súplica por todos os santos. (BIBLIA, 2013). O uso de sua marca ganha visibilidade tanto no mercado externo à Lagoinha, como dentro de sua comunidade, como é possível perceber na projeção do telão atrás do pastor (fig.75A), na camiseta do seu *backing vocal* (fig.75B) e também na marca d’água utilizada no seu canal do YouTube<sup>81</sup> (fig.75C).

Nos últimos anos, artistas *gospel* como André Valadão, Fernanda Brum, Ana Paula Valadão entre outros, tem investido no campo do *marketing* digital através do desenvolvimento de logomarcas, projetos fotográficos e gráficos (capas de CD e DVD) com empresas de *design* e *marketing* digital profissionais. A *Quartel design*<sup>82</sup>, empresa que atendem clientes como a Caixa Econômica Federal e a *American Airlines* se apresenta como uma empresa que desenvolve projetos “de alto calibre” para os mais diversos segmentos de mercado (Quartel Design, 2018).

<sup>81</sup> Ver: <https://www.youtube.com/user/turneav>

<sup>82</sup> Ver: [www.quarteldesign.com](http://www.quarteldesign.com)

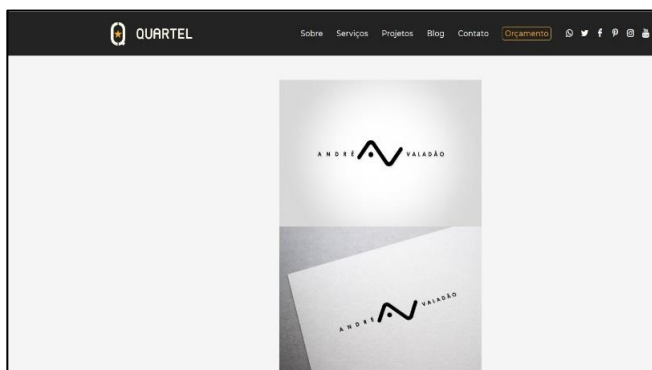
Sendo um *popstar gospel*, André tem presença marcante na *web*, com números significativo de seguidores em suas redes sociais: No *Facebook*, são mais de quatro milhões e oitocentos mil seguidores; no *Instagram* os números passam de um milhão e oitocentos mil seguidores que acompanham suas postagens de fotos e vídeos em sua conta que é movimentada diariamente por algum *post*<sup>83</sup>.

**Figura 76** Cantor André Valadão



Fonte: (Gospel Mais, 2012)

**Figura 77** Logo criado pelo Quartel para André Valadão



Fonte: (Quartel André, 2018)

Os elementos visuais são muito presentes na construção do *marketing* dos cantores e cantoras *gospel* na contemporaneidade e a utilização da imagem (marketing pessoal e fotográfica) (fig.76), tem sido um dos focos da maioria dos artistas *gospel*. Muitos deles tem procurado por agências especializadas como é o caso da *Quartel Design* (fig.77), que tem atuado no mercado secular e evangélico realizando estes gerenciamentos de carreira e produção de identidade visual.

## 2.5 A dança *gospel*: o caso da Igreja Batista da Lagoinha<sup>84</sup>

Há uma variedade de definições e designações a respeito deste tipo de dança evangélica no Brasil: dança cristã, dança de louvor e adoração ou dança *gospel*. Mediante isso, adotarei o termo dança *gospel*<sup>85</sup>. O surgimento deste modelo de dança nos cultos

<sup>83</sup> Anglicismo utilizado na internet para designar uma postagem.

<sup>84</sup> Nesta parte não se pretende abordar especificamente a história da IBL no Brasil, mas o contexto histórico-artístico da dança e as influências que esta igreja exerceu e exerce sobre a formação religiosa e artística na realidade evangélica brasileira. Para maiores detalhes sobre a IBL, destaco os trabalhos de (PEREIRA, 2011) e de (ROSAS, 2015).

<sup>85</sup> Em muitas comunidades há uma dificuldade com o termo “dança” em virtude das expressões corporais dentro dos cultos ou apresentações. Algumas optaram por eufemismos como: ministério de coreografia ou ministério de adoração, como forma de minimizar ou mascarar o problema.

cristãos tem acontecido nos últimos 20 anos. Não há uma data específica ou consenso no surgimento desta dança de adoração no Brasil pós crescimento do movimento *gospel* dos anos 1990.

Segundo Luciana Torres, o embrião do surgimento da dança cristã aconteceu a partir da participação de bailarinos brasileiros, que, através da embaixada cristã internacional de Jerusalém (ICEJ)<sup>86</sup>, participaram dançando na festa dos tabernáculos em Israel, o que posteriormente fomentou o surgimentos e a difusão deste modelo de dança nos cultos evangélicos por todo Brasil. (TORRES, 2007).

Apesar do evento ter sido em Jerusalém, assim como ocorreu com outras artes, a dança também foi importada para as terras brasileiras, influenciada pelos paradigmas de ministérios estadunidenses de *Praise and Worship* (Louvor e Adoração) como o *Hosanna! Music* pertencente ao selo *Integrity Music*<sup>87</sup>. A partir da década de 1990, igrejas como a IARC com o CD *Renascer Praise* (1993), Igreja Bíblica da Paz (IBP) com o CD *Plenitude* de 1995 (contendo versões em língua portuguesa de músicas do *Integrity Music*) em São Paulo e da IBL com o CD *Diante do Trono* (1998) em Belo Horizonte, passaram a trasladar e difundir este paradigma de música e danças durante os cultos.

**Figura 78** DVD *Sing Out – Integrity Music* - 1995



Fonte: (Sing Out, 2011)

**Figura 79** DVD *Diante do Trono I* - 1998



Fonte: (Diante do Trono I, 1998)

A figura 78 é parte de um DVD de celebração de louvor e adoração (*Praise and Worship*) produzido pela *Integrity Music* intitulado *Sing Out With One Voice* (1995), destaca a participação de dançarinas e dançarinos durante as execuções musicais. Na

<sup>86</sup> Criada em 1980 por “cristãos amigos de Israel”, estabeleceram uma embaixada em Jerusalém “como expressão do desejo de cristãos de todas as partes do mundo, de abençoar e consolar a Sião.”

Ver: <https://www.cityisrael.net/copia-icej-brasil> .

<sup>87</sup> Ver: <http://www.integritymusic.com/>

figura 79 se vê o traslado e a reprodução destes paradigmas estadunidense na gravação do CD e DVD produzido pelo ministério de louvor Diante do Trono, pertencente à IBL em Belo Horizonte, sendo possivelmente este, um dos primeiros registros em DVD de um ministério a apresentar dançarinas durante os cultos de forma estruturada (com vestuário, coreografia e sincronismo com as músicas executadas). O registro foi durante a gravação do primeiro CD e DVD do Diante do Trono no ano de 1998 (fig. 79). Se observa a estrutura de iluminação com duas torres, a composição musical utilizada com os naipes de sopros e metais na parte inferior do palco, bateria, teclado, guitarra nos lados esquerdo e direito do palco, o ministro (líder) de louvor e adoração no centro do palco, os vocais de apoio (ou *backing vocals*) na lateral direita e atrás do líder e as dançarinas na parte superior e nas laterais inferiores.

A argumentação bíblico-teológica para a utilização de danças nos cultos e celebrações do DT como de boa parte dos ministérios e grupos de dança evangélicos é a partir dos primeiros relatos bíblicos encontrados nas histórias de Miriã, “A profetisa Miriã, irmã de Arão, tomou um tamborim, e todas as mulheres saíram atrás dela com tamborins e com danças.” (Êxodo 15.20); do Rei Davi, que entrou dançando em Jerusalém em virtude da entrada da arca da aliança em Jerusalém “Davi dançava com todas as suas forças diante do Senhor; e estava cingido de uma estola sacerdotal de linho.” (II Samuel 6,14), apontando que a cultura hebreia ressalta a importância da dança nas celebrações cúlticas e que na realidade evangélica brasileira a dança tem seu papel transformador no que se entende de dança cristã. Dentro da dança evangélica, há uma diversidade de motivos ‘espirituais’ e temas para a dança nos cultos de celebração como a dança profética, de júbilo, de guerra, de intercessão (pastoravivianlazerini, 2017).

Nos ministérios de dança, alguns preceitos e regras devem acompanhar as pessoas e grupos interessados nesta arte. Antes de cada culto/apresentação as dançarinas devem orar, colocando ‘diante de Deus’ as verdadeiras motivações com a dança que será executada, ou seja, toda expressão e movimentos devem ser direcionados para ‘louvor e adoração a Deus’ e não para uma exibição pública ou *show*.

Neste cenário da dança cristã se destaca a dançarina Isabel Coimbra<sup>88</sup>. Formada em educação física é pastora da IBL. É autora do livro “Louvai a Deus com danças” pela Editora Diante do Trono e de “Dança: Movimento em Adoração” ambos em 2003. Fundadora do “Mudança Cia. de Danças e Artes Cênicas<sup>89</sup>” que surgiu em 1989 como

---

<sup>88</sup> Ver: <https://isabelcoimbra.wordpress.com/>

<sup>89</sup> Ver: <https://ciamudanca.wordpress.com/about/>

um ministério da Igreja Batista da Lagoinha, a ‘Mudança’ participou nos primeiros CD e DVD do DT. A parceira da ‘Mudança’ com a IBL permaneceu até 2008. Em 2012 Isabel foi para a França realizar um doutorado sanduíche na *Sorbonne* obtendo o título em 2013 em Estudos Linguísticos com a pesquisa *A Sagração da Primavera: um diálogo entre a semiótica e a dança*. Seus livros sobre dança cristã são amplamente usados e citados em sites e blogs<sup>90</sup> de dança evangélica se tornando referência sobre o assunto. Segundo o site oficial da IBL e também no site da *Mudança*, a partir da divulgação do DVD, muitas igrejas foram despertadas e motivadas para criarem os ministérios de dança em suas igrejas.

Com a gravação do CD *Diante do Trono*, muita coisa começou a mudar no meio evangélico brasileiro, inclusive, trazendo a linguagem da dança para o louvor e a adoração. A dança passou a fazer parte de igrejas em muitas nações; muitos ministérios nasceram no Brasil e no exterior. (Lagoinha Dança, 2017)

A partir do primeiro CD e DVD, com a apresentação de dançarinas durante a execução das músicas, a IBL fomentou um crescimento da arte da dança nas denominações evangélicas, tanto pertencentes ao Protestantismo Histórico de Missão como pentecostais e neopentecostais. Diversos grupos de dança passaram a disseminar os aspectos artísticos (a dança e seus movimentos, coreografias e vestuários) como fundamentações teológicas que por um lado ampliaram as expressões artísticas nos espaços religiosos e nos templos, mas por outro lado, permaneceu a restrição e o controle ao corpo<sup>91</sup> em relação aos movimentos, vestuário e expressões de dança.

Assim como a IBL, diversas denominações passaram a se profissionalizar através de cursos de dança (em escolas de dança não cristãs), contratação de coreografas/os profissionais para ministrarem aulas para os grupos/ministérios de dança das igrejas. Palavras como dançar com excelência e fazer o melhor para Deus, estiveram e ainda estão presentes nos discursos de ministérios e escolas de dança cristã evangélica. No âmbito do repertório a ser utilizado, em algumas denominações é extremamente rechaçada a utilização de músicas seculares para a dança.

Em alguns grupos/ministérios, até o ouvir músicas seculares (consideradas mundanas, do mundo, ou que permitem o mundanismo) são proibidas em virtude de interpretações teológicas que condenam o uso de música ‘mundana’, podendo contaminar, trazer maldição e impureza para a pessoa ou grupo que a ouve.

---

<sup>90</sup> Ver: <http://comunidade Metodista.com.br/2017/06/28/entrevista-com-isabel-coimbra/>, <https://fortedelicateza.com.br/louvai-a-deus-com-dancas/>

<sup>91</sup> Posteriormente no capítulo 3 será abordada a questão da corporeidade nas artes.

Além das práticas doutrinárias e dos preceitos teológicos de distanciamento das ‘coisas mundanas’, autores cristãos procuram em nível acadêmico justificarem a dicotomia entre dança cristã e dança secular: “Entretanto, no mesmo livro do Êxodo 32,19: ‘Chegando ele ao arraial e vendo o bezerro e as danças, acendeu-se lhe a ira, e ele arremessou das mãos as tábuas, e as despedaçou ao pé do monte’. Temos aqui, um exemplo de dança profana.” (ROCHA e ROCHA, 2009). Esse pensamento dicotômico predomina na maioria das denominações evangélicas brasileira, pelo viés puritano que desembarcou juntamente com o Protestantismo Histórico de Missão, “No seu *ethos*, os protestantes se movem dentro dos padrões de santidade e pureza previamente estabelecidos e a dança não poderia fazer parte deste padrão um vez que, no período do surgimento do mesmo, estava misturada a práticas consideradas pecaminosas” (TORRES, 2007, p. 31).

Atualmente, a IBL possui uma escola intitulada *Fábrica de Artes*<sup>92</sup>, categorizada como um “centro de formação de referência para o meio artístico nacional e internacional” (fabricadeartes, 2018). Seus valores passam pelo compromisso, excelência técnica, honra a liderança e autoridades, amor a Deus e às pessoas e a diversidade artística. No *site* da *Fábrica*, existe um link para louvor e artes, que o direciona para *A dança da noiva para o avivamento* (DNA), ou seja, a Escola de dança criada pela IBL. No texto abaixo, se observa os aspectos teológicos e a finalidade do programa de dança.

Quando fomos convidadas para assumir o departamento de dança do Ministério de Louvor e Arte da IBL colocamos em prática um projeto que o Senhor gerou em nós há anos atrás: o Programa “A Dança da Noiva para o Avivamento – DNA” [...] O DNA é voltado para o Reino de Deus em que a Dança da/na Igreja seja a materialização do louvor e da adoração através de vidas tendo em vista o avivamento da Igreja.[...] Nesse percurso uma linguagem antes discriminada pelo preconceito e religiosidade passa a se expressar com legalidade, autoridade e cobertura pastoral: a dança. (dancaibl, 2018)

Neste aspecto, a influência da IBL no cenário da dança evangélica no Brasil proporcionou, através da comercialização de livros (a internet neste período estava no início), palestras, *workshops*, ministrações em igrejas, uma expansão da dança tanto dentro como fora das igrejas.

Um outro elemento que se modificou nos ministérios de dança nas igrejas evangélicas é a inserção de homens nos grupos de danças. Num primeiro momento os

---

<sup>92</sup> [www.fabricadeartes.org.br](http://www.fabricadeartes.org.br)

grupos (que inicialmente se apresentavam somente nas igrejas durante os momentos de *louvor e adoração*) eram majoritariamente compostos por mulheres<sup>93</sup> (fig.54). Com o difundir da dança evangélica pelo Brasil, uma variedade de estilos de dança surgiu como o *break, funk, Street Dance, Ballet, Jazz* entre outros. Outros grupos de dança se formaram, apresentando visual diferenciado em relação aos ministérios de dança das igrejas e mais direcionado para momentos evangelísticos fora dos espaços religiosos (fig.80).

**Figura 80** Grupo de Street Dance *gospel*



Fonte: (Aprendendo com Cristo, 2017)

**Figura 81** Seminário de Dança *gospel*



Fonte: (Jornal Gospel News, 2011)

Com isso, a dança evangélica passa a ocupar espaços anteriormente destinados somente à dança secular. O crescimento destes movimentos passou a fomentar e atrair jovens para a criação de grupos de dança que passaram a dançar em espaços fora dos templos e espaços religiosos, como cultos evangelísticos em ruas, praças, casas de espetáculos, teatros e *shows gospel* com o intuito e missão principal a evangelização de jovens. Atualmente, há uma quantidade significativa de seminários (fig.81), oficinas, festivais e escolas de dança *gospel* para o público evangélico.

## 2.6 O teatro *gospel*

O teatro como representação faz parte de diversas culturas. Como arte remonta o seu surgimento no mundo grego. No aspecto etimológico, a palavra *teatro*, tem o sentido de ‘lugar de onde se vê’, diferentemente do local físico que se utiliza para encenar as

<sup>93</sup> No capítulo 3 será abordada a questão de gênero no cenário *gospel*.

peças. A construção que comumente chamamos de teatro, para os gregos, era denominada de *odeion*, auditório, diferenciado desta maneira.

Não se dissocia da palavra teatro a ideia de visão. Ler teatro, ou melhor, literatura dramática, não abarca todo o fenômeno compreendido por essa arte. É nele indispensável que o público veja algo, no caso, o ator, que define a especificidade do teatro. A contemplação do bailarino caracteriza o espetáculo do bailado e a do cantor ou músicos, aspectos da arte musical. (MAGALDI, 2008, p. 03)

Os movimentos importantes do teatro na história perpassam os períodos grego — com seus espaços projetados arquitetonicamente ao ar livre em forma de meia lua, onde poderiam ser vistas suas tragédias e comédias, que posteriormente se tornaram símbolos através das máscaras (fig.82) — o teatro romano que se apropriou de diversos elementos da cultura grega, absorvendo o uso da máscara em seu teatro: as *personas* — a máscara em si— e as *larvas* — expressões que mudavam de acordo com a ação. (infoescola, 2018) e posteriormente na idade média.

**Figura 82** Máscaras — Símbolo do Teatro



Fonte: (Stratfordperthmuseum, 2019)

Neste período se apresentaram representativas transformações na forma de como o teatro se portava a partir da influência da religião. A partir do século X, o catolicismo romano passou a regular as atuações artísticas dentro dos espaços sagrados, sacralizando as artes e as direcionando com o fim último o serviço religioso. Os *dramas litúrgicos* eram encenados em latim e escritos e representados por membros do clero. Os fiéis participavam como figurantes e só mais tarde começaram a atuar como atores. Os teatros católicos eram produzidos com temas religiosos, basicamente em torno dos textos e histórias bíblicas, pois segundo Vauchez (1995) havia dois tipos de espiritualidade na idade média, a primeira procurando uma mediação com o sensível, e uma segunda, que

recusava qualquer analogia entre beleza do mundo e esplendor do além, buscando uma visão ascética do ser humano e a renúncia dos sentidos ‘carnais’ (VAUCHEZ, 1995).

No período da reforma protestante, semelhantemente ao modelo católico romano, o teatro era utilizado com ferramenta de divulgação da mensagem cristã. Calvino permitia a utilização do teatro com a apresentação de peças montadas através de textos e histórias bíblicas como dos Atos dos apóstolos, segundo consta numa minuta de um concílio datada de 24 de maio de 1546,

24 de maio de 1546 - Um pedido foi recebido dos dramaturgos ... para pedir permissão para encenar os Atos dos Apóstolos para a edificação do povo. Ficou decidido que o texto deveria ser entregue a M. Calvin para decidir se era saudável e benéfico ao público. 15 de junho de 1546 - O Senhor Calvino, em nome dos pastores, informou sobre a encenação dos Atos dos Apóstolos dizendo que os pastores acharam que era saudável e piedoso, mas que, por numerosas razões, parecia-lhes melhor para evitar confusão e distorção que M. Abel [um pastor] deveria seguir a produção da peça e ter permissão para participar dela. (POTTER e GREENGRASS, 1983, p. 81 **tradução minha**)<sup>94</sup>

No contexto contemporâneo, o teatro como as demais artes *gospel* tem sua inserção no segmento evangélico através do traslado secular. A arte evangélica da representação tem se destacado junto nos movimentos artísticos dentro e fora das igrejas. Semelhantemente às demais artes, esta disseminação credita-se à expansão do *gospel* no cenário evangélico através da mídia religiosa e secular. Com a incorporação de bandas musicais, grupos de louvor, cantoras e cantores no mercado secular a partir do início dos anos 2000, outras artes passaram a ganhar projeção. Nisso, o teatro que no ambiente cristão possuía expressividade somente dentro dos templos, passou a obter destaque com apresentações em salas de teatros de todo Brasil.

### 2.6.1 O caso da *Cia Nissi*:

Um dos grupos que promoveu o movimento teatral neste contexto é a *Cia Nissi* (anteriormente chamado de Ministério Jeová Nissi). Fundado por Caíque Oliveira, que também é ator, o grupo teatral se destacou no meio evangélico com a peça *No Jardim do*

---

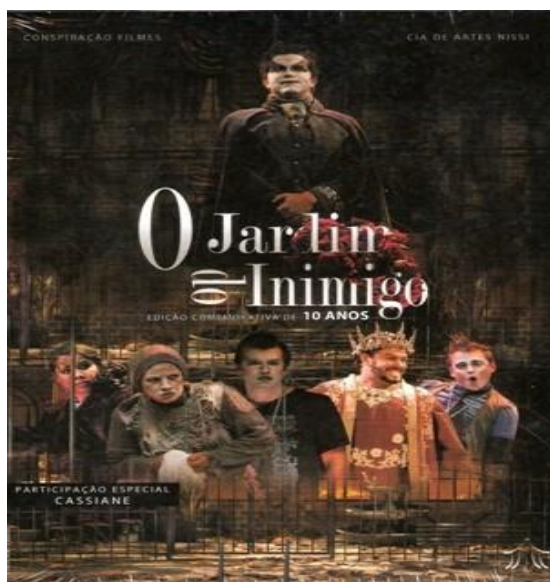
<sup>94</sup> Do original: 24 May 1546 - A request was received from the drama players... to ask permission to play the Acts of the Apostles for the edification of the people. It was decided that the text should be handed on to M. Calvin to decide whether it was wholesome and for the public's benefit. 15 June 1546 - M. Calvin, on behalf of the pastors, reported on the drama the Acts of the Apostles saying that the pastors found it to be wholesome and godly but that, for numerous reasons, it seemed to them best to prevent confusion and disorder that M. Abel [a pastor] should follow the play's production and be permitted to attend it.

*Inimigo*, que foi apresentada pela primeira vez entre os anos 2000. O roteiro da peça caracteriza-se

Em **clima tragicômico**, a trama inteligentemente aborda, de maneira sombria, em meio a **correntes, funeral e buquê de rosas o cotidiano das relações humanas**. O protagonista do espetáculo, **o acusador**, interpretado por Caíque Oliveira, persegue as personagens por meio da **mente**. Trata-se de um drama intrigante com linguagem típica, **figurino inovador**, maquiagem depressiva e com texto que pode ser entendido por **qualquer pessoa**. (O jardim do inimigo, 2017)

O modelo de batalha espiritual entre Deus e o diabo permeia a peça. A narrativa discorre com a figura do diabo (o Acusador na peça interpretado por Caíque Oliveira) abordando as relações cristãs, apresentando vários condenados representando a violência, uso de drogas, prostituição, miséria e descompromisso. Estas pessoas ficam presas enquanto o Acusador fica apontando os erros daqueles que não praticaram as orientações bíblicas com deboche, sarcasmo e humor. A *Cia Nissi* viajou por diversas cidades brasileiras apresentando a peça em igrejas evangélicas e teatros. No ano de 2007, o ministério lança a peça teatral em formato DVD (fig.83), demonstrando que há um interesse na relação entre teatro e mercado ao produzirem e comercializarem a peças de teatro em formato audiovisual.

**Figura 83** DVD O Jardim do Inimigo



Fonte: (O jardim do inimigo, 2017)

**Figura 84** Peça As Três Ferramentas



Fonte: (Ministerio Jeova Nissi, 2010)

Neste sentido que as produções artísticas visam uma modernização das artes no contexto evangélico, “a busca da santidade ganha contornos também diferenciados e

reflete a inserção na modernidade, pois não se visam resultados numa realidade a-histórica, mas na própria história.” (CUNHA, 2007, p. 180). A Companhia *Nissi*, além de peças de teatro como o Jardim do Inimigo e As Três Ferramentas (fig.83 e 84), passou a produzir e a comercializar livros voltados para a temática do teatro com o intuito de formar atores dentro de uma cosmovisão cristã, além de CD, *souvenirs*, canecas, *Nissi clothings* (vestuário), cursos e até uma criação futura de uma universidade de artes.

Com esse crescimento e inserção no secular, a visibilidade do teatro ganhou contornos e o seu desenvolvimento tem popularizado o teatro evangélico permitindo o surgimento de uma variedade de grupos teatrais amadores (formados pela membresia das igrejas para atenderem suas comunidades) e grupos profissionais (caracterizados por atores profissionais com formação) pertencentes a companhias de teatro e denominações com maior poder de investimento financeiro.

Cabe destacar que no final da escrita desta pesquisa, uma recém modalidade de espetáculo evangélico foi apresentada pela *Cia Nissi* em espaços seculares: os musicais. Lançado na capital paulista, Rua Azusa — O Musical, descreve a história do surgimento do movimento pentecostal nos Estados Unidos, através da experiência religiosa de William Seymour, considerado o pai do pentecostalismo.

Figura 85 Propaganda de Rua Azusa – O Musical

**RUA AZUSA**  
COMPRAR INGRESSO 03 hora e 00 minutos

Início: 08/02/2019  
Término: 07/04/2019  
Valores: R\$50,00 a R\$90,00  
Classificação: 12 anos

★★★★★ 4.5

**RESUMO / INFORMAÇÕES DE SERVIÇO / HORÁRIOS**

1906, Los Angeles. Em meio ao grande conflito da segregação que dividia os Estados Unidos, um homem negro, filho de escravos, chamado William Seymour é escolhido para liderar o movimento que quebrou barreiras raciais, através de uma força invisível que fez estremecer o estado da Califórnia mais do que o grande terremoto em San Francisco. O movimento na Rua Azusa marcou gerações, e permanece até os dias de hoje. Essa história centenária servirá de estímulo para Elizabeth, uma jovem sonhadora que vive um dos maiores conflitos de sua família em 2016. Prepare-se para as lágrimas e para sentir o avivamento em seu coração ao assistir este espetáculo.

Fonte: (Teatro Procópio Ferreira, 2019)

Estreado em 2019 no Teatro Procópio Ferreira (fig.85), o musical tem participações de nomes conhecidos do cenário evangélico e do mercado da música *gospel* brasileira como o pastor Adhemar de Campos, pertencente da Igreja Comunidade da Graça em São

Paulo; a cantora e pastora Soraya Moraes (que já foi premiada com quatro *Latin Grammy Awards* nos anos de 2005 e 2008 nas categorias de Melhor álbum de música cristã em português, em espanhol e de melhor canção brasileira) pertencente da Igreja do Evangelho Quadrangular; *Benner Jacks* que pertenceu ao *show business* como descreve em seu site<sup>95</sup>, trabalhando como bailarina no Brasil e no Japão cantando e apresentando espetáculos. Em 1995, se converte e passa a atuar no cenário *gospel* e no Rua Azusa e Jéssica Augusto que também é cantora *gospel* pertenceu ao grupo Raiz Coral, Coral Resgate Para a Vida, Banda Salluz (pertencente ao também cantor *gospel* Paulo César Baruk) e atualmente pertence ao selo *Musile Records*.

## 2.7 O cinema *gospel*

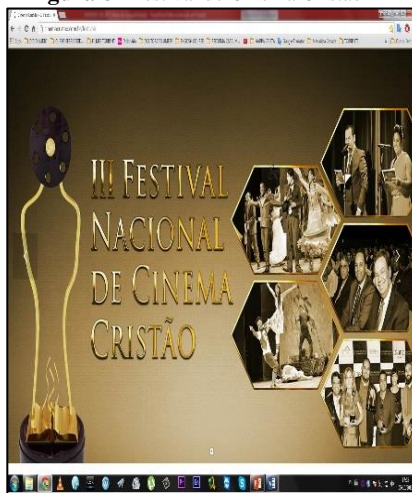
Desde o seu surgimento através dos irmãos *Lumière*, com a exibição do filme de 1 minuto intitulado *L'arrivée d'un train en gare de La Ciotat* (A chegada do Trem na estação) em 1895, o cinema transformou o cenário artístico tanto da época como no mundo contemporâneo. Atualmente no cenário evangélico, a sétima arte tem dado os primeiros passos na produção de filmes evangélicos brasileiros.

**Figura 86** Filme *Metanoia* 2013



Fonte: (Loja Nissi, 2015)

**Figura 87** Festival de Cinema Cristão



Fonte: (III Festival de Cinema Cristão, 2015)

**Figura 88** Filme *Renúncia* CPAD



Fonte: (CPAD - Renúncia, 2011)

O mercado evangélico dos filmes que são exibidos no Brasil é majoritariamente de produções estadunidenses conforme observado no catálogo de filmes do III Festival Nacional de Cinema Cristão realizado no Rio de Janeiro em 2015 (fig.87). Filmes como

<sup>95</sup> [www.bennerjacks.com](http://www.bennerjacks.com)

*A Virada* (2003), *Desafiando Gigantes* (2006), *Prova de Fogo* (2008), e o mais recente *Quarto de Guerra* (2015), produzidos pela *Sherwood Pictures* pertencente à Igreja Batista da Albânia na Geórgia – Estados Unidos fizeram um relevante sucesso entre os evangélicos brasileiros nos últimos anos.

Entretanto, nesta última década têm surgido neste meio, produtoras de filmes evangélicos totalmente brasileira, como é o caso do filme *Renúncia* (fig.88) produzido pela Igreja Assembleia de Deus de Imperatriz no estado do Maranhão, do filme *Metanoia* (fig.86) produzido pela *Cia Nissi*. Ambos os filmes retratam histórias de pessoas que passam por dificuldades na vida e acabam se envolvendo com drogas, sexo, prostituição e más companhias. O filme assembleiano (fig.88), se trata de uma produção amadora com um baixo custo e foi apresentado somente em uma sala de cinema no Maranhão. Hoje o DVD é vendido no site da CPAD (Casa Publicadora das Assembleias de Deus).

O filme *Metanoia* houve uma produção profissional com investimentos da própria *Cia Nissi*, tendo a participação de artistas profissionais, entre eles o ator Caio Blat, atualmente trabalhando para a Rede Globo de Televisão. Com isso, as artes no contexto evangélico têm se despontado de uma forma rápida e objetivando cada vez mais alcançar os mercados religiosos e seculares. Com o apoio do mundo virtual através das redes sociais, os mecanismos de *marketing* interagem mais intensamente produzindo mais seguidores nas redes e conseqüentemente mais consumidores destas novas artes. Para Bellotti, estas transformações não estão relacionadas com aspectos idolátricos.

Isso não significa afirmar que os protestantes brasileiros passaram a adorar imagens, mas sim que os produtores de mídia evangélica estão extremamente afinados com as demandas do mercado cristão e com os mais recentes lançamentos do mercado evangélico americano. (BELLOTTI, 2009, p. 639)

As demandas de mercado cinematográfico evangélico têm crescido, tanto nas importações de filmes basicamente estadunidenses, como nas produções brasileiras de filmes movimentando o mercado da produção audiovisual como poderá ser observado a partir do caso do filme *Os Dez Mandamentos* produzido pela IURD em 2016.

#### 2.7.1 O caso do Filme *Os Dez Mandamentos* — IURD:

O filme *Os Dez Mandamentos*<sup>96</sup> produzido pela IURD em 2016, foi feito com base na história bíblica narrada no Antigo Testamento sobre a saída do povo hebreu do Egito, através do líder hebreu Moisés, que chamado por Deus, conduz a libertação do povo sendo o porta-voz das pragas que atingiriam o Egito, no intuito de promover a derrota do Faraó egípcio e a liberação do povo para caminharem em direção à terra prometida por Deus. Drama de estilo épico, o filme se tornou uma das maiores bilheteiras brasileira com quase doze milhões de espectadores, ultrapassando filmes como *Tropa de Elite 2* e *Dona Flor e Seus Dois Maridos*.

A IURD nos últimos anos tem contratado diversos artistas oriundos da Rede Globo de Televisão (RGT). No caso do filme, ex-artistas ‘globais’ participaram como Camila Rodrigues (Nefertari) Guilherme Winter (Moisés) e Sergio Marone (Ramsés) entre outros, demonstrando que a Rede Record está preocupada com a qualidade técnica e artística de suas produções. Como estratégia de *marketing*, o filme foi resultado de uma telenovela lançada pela TV Record (pertencente a IURD) em 2015 escrita por Vívian de Oliveira, autora exclusiva da IURD. Um ano depois o filme é lançado e com isso a produtora cinematográfica da IURD entrou para o mercado brasileiro como uma das maiores empresas de entretenimento religioso no Brasil.

Figura 89 Os Dez Mandamentos — O Filme



Fonte: (Netflix, 2016)

<sup>96</sup> Adaptado da telenovela do mesmo nome.

Além de ser apresentado nas salas de cinema, o filme foi lançado em DVD e atualmente é possível assisti-lo através dos serviços de streaming de filmes (fig.89) como o da empresa estadunidense *Netflix*, que atualmente possui mais de 100 milhões de assinantes por todo o mundo, e que hoje é uma das maiores empresas do ramo, que no ano de 2019 conquistou através de um de seus filmes o seu primeiro *Oscar* com o filme *Roma* (2018) de Alfonso Cuarón.

Os Dez Mandamentos, além do ‘sucesso de bilheteria’, pairam sobre Rede Record (produtora do filme) e da IURD (proprietária da Rede Record) uma suposta compra de bilheteria por parte da igreja, aliada a uma distribuição gratuita diretamente aos fiéis da IURD, e o incentivo da IURD para que os fiéis fossem ao cinema prestigiar o filme, cogitam nas causas que teria provocado os altos números de espectadores que assistiram ao filme. Mediante o sucesso real ou não do filme, o que é relevante para a realidade cinematográfica *gospel* é o grande investimento imagético, cenográfico, elenco, musical (com trilhas sonoras inspiradas nos moldes *hollywoodianos* de suas produções demonstrando o crescimento audiovisual desta arte que hoje detém um amplo mercado em expansão.

## **2.8 A Literatura *gospel*.**

O texto escrito como arte, compõe um amplo espectro de produções literárias nos mais diversos formatos e estilos da história humana. No cristianismo, o campo textual ou da palavra escrita representa há muitos séculos, um dos principais meios de transmissão dos conteúdos promulgados por discípulos e seguidores do Cristo. A produção textual cristã contempla debaixo de um mesmo guarda-chuva diversas tradições literárias, destacando o catolicismo apostólico romano, o ortodoxo e a partir do século XVI o protestantismo.

No período da reforma, onde Lutero é seu maior representante, houve o avanço do protestantismo na Europa (berço da primeira Bíblia impressa), nos Estados Unidos e posteriormente no Brasil em meados do século XIX. Como afirma Mendonça, o protestantismo que desembarcou no Brasil como “religião do livro” estimulava a produção de Bíblias, livros, revistas e jornais.

Foi intensa a preocupação dos missionários e pastores brasileiros com a imprensa para a publicação de livros e

periódicos com o intuito de doutrinar [...] O uso da Bíblia como livro-texto nas escolas protestantes aparece com frequência nos registros dos historiadores. (MENDONÇA, 1995, p. 101)

Desde o início do Protestantismo Histórico de Missão no Brasil, as produções literárias eram relevantes como mecanismo de evangelização e de propagação do evangelho. Com o crescimento dos mercados mundiais e da indústria literária, a produção de livros no Brasil passou a ganhar contornos diferenciados, graças ao crescimento do mercado *gospel*. A produção literária neste cenário tem se destacado como um significativo mercado editorial. Livros evangélicos são vendidos numa diversidade de temas: Bíblias, casamento, devocionais, estudos bíblicos, família, ficção, autoajuda, guerra espiritual, igreja, infantil, infanto-juvenil, negócios, relacionamentos, saúde e bem-estar, oração, inspiração, entre outros. O texto escrito ocupa novos espaços e formatos tanto nas prateleiras de livrarias físicas, como também no mundo digital através dos *ePUB*<sup>97</sup> ou *ebook*.

Atualmente os livros evangélicos são encontrados através de lojas evangélicas, vendas *online* diretamente nos sites das editoras, em supermercados, shopping centers e em redes sociais como o *Facebook*. Neste sentido, a produção de literatura evangélica desenvolveu um mercado com ampla produção de conteúdo cristão, como apontou Magali Cunha, os cristãos se transformaram num segmento de mercado (CUNHA, 2007).

**Figura 90** Feira ExpoCristã de produtos evangélicos



Fonte: (EXPOCRISTA, 2008)

**Figura 91** Feira Literária Internacional Cristã



Fonte: (Feira FLIC, 2012)

<sup>97</sup> Abreviação para *Electronic Publication* (Publicação Eletrônica). Um dos formatos eletrônicos adotados para venda de livros em livrarias e plataformas *online*.

A proporção alcançou de tamanha forma que a literatura evangélica galgou patamares financeiros que despertou investidores dos setores das feiras para desenvolverem parcerias. Destaca-se a Feira ExpoCristã (fig.90) que no ano de 2002 organizou e gerenciou representações de lojas, marcas e editora de produtos *gospel*, fornecendo estrutura e espaço para divulgações de livros, música, turismo, objetos religiosos, vestuário, entretenimento, entre outros produtos; e a mais recente criada FLIC (fig.91) — Feira Literária Internacional Cristã <sup>98</sup> criada pela Associação dos Editores Cristãos (ASEC) no ano de 2012, inspirada nos moldes da Feira Internacional Literária de Paraty, a FLIP.

No âmbito das publicações evangélicas, um dos livros mais vendidos neste cenário é a Bíblia. As inovações são constantes havendo diferentes traduções, modelos dos mais variados no que tange a estilo, cores, faixa etária, com comentários teológicos, etc. Desta forma, a principal produtora de Bíblias brasileira é a Sociedade Bíblica do Brasil.

### 2.8.1 O caso da Sociedade Bíblica do Brasil

Nesta parte não se pretende abordar a história do surgimento da Bíblia, mas aspectos relevantes do ponto de vista artístico e textual e as implicações que seu surgimento trouxe para a história das artes cristãs a partir da publicação do texto em larga escala.

O tema e a história do texto sagrado dos cristãos — a Bíblia — remonta à história do judaísmo e do cristianismo em seus diversos marcos históricos: Inicialmente com a formação do *Kânon* Bíblico<sup>99</sup> nos primeiros séculos, se desenvolve o conceito de um livro único para os cristãos; contudo, foi no período medieval, que a Bíblia ganha sua maior representatividade. Como um dos principais textos sagrados ela não era considerada um livro como os outros, mas o livro por excelência, capaz de fornecer respostas para todos os mistérios da vida humana e espiritual (VAUCHEZ, 1995).

---

<sup>98</sup> No site oficial da FLIC não se comenta sobre de onde surgiu a inspiração para o nome da feira. Entretanto, há na cidade de Paraty desde 2003, o evento intitulado FLIP (Feira Literária Internacional de Paraty), de onde se suspeita que tenha surgido a inspiração para a criação da sigla em virtude da semelhança da sigla, do caráter internacional e da estrutura característica com palestras, *workshops* de autores e a venda de livros.

<sup>99</sup> Não há consenso sobre a datação do surgimento do *Kanôn*. De acordo com o Prof. João Batista Ribeiro Santos, o conceito de ‘canonização’ é um fenômeno tipicamente cristão. A suposição sobre o surgimento do *Kanôn* está por volta do I século d.C. *Cfe.* (SANTOS, 2016).

O surgimento da bíblia impressa de Gutenberg em 1455 também é de extrema representatividade no processo de popularização do texto sagrado dos cristãos. Até a separação pós reforma protestante entre catolicismo e protestantismo que posteriormente deu combustível para a tradução da Bíblia para o alemão através de Martinho Lutero (1534) se tornando um marco na história da Bíblia protestante.

**Figura 92** Manuscritos do Mar Morto



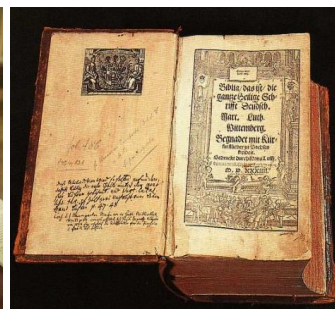
Fonte: (RATNER, 2010)

**Figura 93** Bíblia de Gutemberg – 1455



Fonte: (LIBRARY, 2009)

**Figura 94** Bíblia de Lutero - 1534



Fonte: (Wikipédia, 1534)

Acima se pode observar a evolução gráfica da Bíblia a partir dos primeiros registros em papiro (fig.92), a famosa impressão da Bíblia por *Johann Gutenberg* (fig.93) e a Bíblia de Lutero (fig.94). Tendo isso como balizador, a temática da produção bíblica contemporânea tem como uma de suas maiores produtoras a Sociedade Bíblica do Brasil (SBB) que atualmente é uma das maiores empresas produtoras de Bíblia no Brasil. Sua fundação data de 10 de junho de 1948. Criada por líderes cristãos, sua atividade compreende a tradução, produção e distribuição de Bíblias.

**Figura 95** Logo SBB



Fonte: (SBB, 1948)

**Figura 96** Fábrica SBB



Fonte: (SBB, 1948)

**Figura 97** Livraria Saraiva



Fonte: Arquivo Pessoal

Na figura 95 se observa o logo da SBB, que segundo o site da SBB, o círculo remete à bandeira do Brasil demonstrando a origem nacional; outro significado é da representação da cabeça de uma pessoa que está lendo sendo o losango, a representação da Bíblia. Do ponto de vista artístico, a SBB tem atuado na contemporaneidade segundo os paradigmas do mercado na área da inovação. Em dezembro de 2003, a SBB inaugurou o Museu da Bíblia<sup>100</sup> (MUBI) na cidade de Barueri – SP, diversificou os tipos e modelos de Bíblia a serem produzidas. Atualmente é a maior produtora de Bíblias do mundo, disponibilizando o texto em diversas mídias e formatos como o impresso, braile, *App*, CD-ROM, DVD, MP3 e *ebook*, contemplando cinco tipos de tradução: Nova Almeida Atualizada (NAA), Almeida Revista e Atualizada (ARA), Almeida Revista e Corrigida (ARC), Nova Tradução na Linguagem de Hoje e Tradução Brasileira. Seus números de produção também são significativos. Em 2011 após 16 anos de trabalho, alcançaram a marca de 100 milhões de Bíblias produzidas (fig.96). (SBB, 1948).

Com isso, o mercado de Bíblias<sup>101</sup> permanece como um dos maiores no cenário evangélico. Na imagem registrada na Livraria Saraiva *Megastore* (fig.97) se observa uma estante dedicada exclusivamente para a venda de Bíblias nas mais diversas temáticas, cores e formatos, alcançando espaço e visibilidade, o que anteriormente era relegado ao anonimato dentro das livrarias.

O que se observará na investigação nos capítulos seguintes, nos chama a atenção na identificação de processos que promovem uma devoração de imagens pelos evangélicos, trazendo à discussão inquietações sobre a relação entre as artes, a imagem e o público evangélico.

Com a extensa reprodutibilidade técnica das imagens (BENJAMIM, 2017) e do crescimento do uso de imagens em redes sociais pelos artistas *gospel*, a preocupação com o corpo, tem produzido por outro lado, um corrida por tratamentos estéticos, a partir de uma experiência narcísica envolvendo uma centralidade na aparência. O que implica diretamente numa modulação que afine com as regras do mercado e da estética.

---

<sup>100</sup> Ver: <https://www.museudabiblia.org.br/o-mubi/>

<sup>101</sup> Além da Bíblia dentro do mercado *gospel*, se destacam literaturas de ficção como o livro estadunidense “A Cabana” de William P. Young e do clássico “O Peregrino” de John Bunyan (1678) que é comercializado até hoje.

## CAPÍTULO 3

### O corpo e as implicações iconográficas no *gospel*:

#### Do *Asceticus* para o *Aestheticus*

##### 3.1 O corpo narcísico: a virada icônica dos artistas *gospel*.

Conforme afirmou Baitello (2005), o corpo é o ponto de partida, sendo a mais antiga mídia primária e anterior a qualquer outro meio de comunicação como a televisão, rádio e internet, sendo o mais pertinente para toda investigação a respeito, possibilitando “mil formas e desdobramentos como também mil linguagens simultâneas” (BAITELLO, 2005, p. 62), tornando-o parte fundante nos processos comunicacionais e na compreensão das transformações na corporeidade *gospel*.

Os mitos antigos colaboram na interpretação dos fenômenos da corporeidade dentro do *gospel*. Segundo a mitologia grega Narciso era um jovem de beleza fora do comum. Sua mãe Liríope buscou ajuda com um adivinho chamado Tirésias para saber sobre o destino da criança. O vidente disse que o menino teria vida longa, contudo, havia a condição de que ele nunca contemplasse a própria figura.

igura 98 Narcissus – Caravaggio – 1597-1599



Fonte: (CARAVAGGIO, 2019)

Narciso viveu indiferente aos sentimentos de qualquer pessoa que devotasse amor, contudo, uma ninfa, dentre muitas outras que se apaixonavam por ele, rogou aos deuses que o punisse, solicitando que ele experimentasse o sofrimento de um amor não correspondido. Nêmesis, Deusa da vingança atendeu à solicitação e o sentenciou a um castigo. Após uma caçada, Narciso teve sede e foi buscar água num manancial dentro de um bosque. Ao se curvar para beber água na límpida fonte, Narciso viu o seu próprio reflexo (fig.98), e enamorando-se pela imagem refletida na água, tentou beijá-la, turvando a imagem refletida a fazendo desaparecer. Por Narciso não saber que aquela imagem refletida era a sua própria imagem, passou a contemplá-la, sem se alimentar ou descansar até que mergulhou tentando alcançar o seu próprio reflexo. O mito termina afirmando que no lugar da morte de Narciso, as ninfas encontraram uma flor branca, estéril e venenosa chamada de Narciso. (OLIVEIRA, 2015).

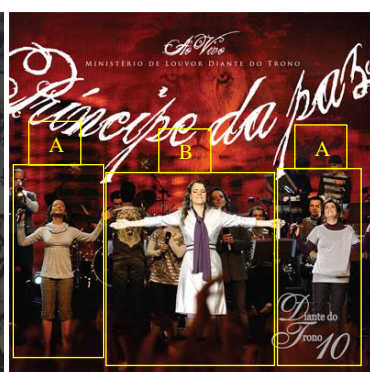
O mito de Narciso, ilustra uma perspectiva relevante para a análise iconográfica evangélica a partir das transformações nas formas de produção das imagens comerciais no *gospel*. Diferentemente do cenário das décadas de 70 e 80, onde a música cristã contemporânea se preocupavam em enfatizar o sentido de comunidade, de ‘igreja como Corpo de Cristo’, o mercado *gospel* contemporâneo tem abarcado as tendências de mercado e *marketing*, caminhando no *páthos* das imagens seculares baseadas no destaque do indivíduo, na *carreira solo*.

**Figura 99** CD Diante do Trono



Fonte: (Diante do Trono, 1998)

**Figura 100** CD Príncipe da Paz



Fonte: (Príncipe da Paz, 2007)

**Figura 101** CD Tempo de Festa



Fonte: (Tempo de Festa, 2007)

Como parte da tendência do mercado musical presente nas referências das capas de CD e DVD, o *close fotográfico* é uma das técnicas muito utilizadas pelos produtores do mercado secular e evangélico. O ato fotográfico, neste caso, perpassa a uma dimensão

da fotografia, na qual, há gestos culturalmente construídos que são dependentes de escolhas e decisões. Dois momentos se destacam: o antes e o depois do ato fotográfico.

Antes do acto fotográfico: Intenção e decisão de fotografar, escolha do tema, escolha dos tipos de câmara fotográfica [...] hierarquização da grandeza de planos; [...] a posicionalidade (política, ideológica, cultural)[...] Depois do acto fotográfico: tipo de tratamento, suporte (natureza -papel, tipo de papel) [...] redes e circuito de distribuição e difusão, utilização ou uso da fotografia – pesquisa científica, judicial, espionagem, reportagem, documental, de moda, de arte[...]" (RIBEIRO, 2004, p. 31)

Através dessa dinâmica fotográfica é possível perceber o sistema de escolha realizado para a produção destas imagens e com qual intenção o olhar foi direcionado (fig.100 e 101). No caso da figura 100A, os olhares dos *backing vocals* são direcionados para cima, com os olhos fechados e as mãos erguidas, sendo uma representação corporal e fotográfica de uma atitude religiosa denominada no meio evangélico de *adoração*. Já na figura 101, a representação corporal é igual, contudo, a escolha do fotógrafo foi pelo *close fotográfico*, para fomentar uma função simbólica na imagem da cantora Ana Paula Valadão. (RIBEIRO, 2004).

Paralelamente a isso, deu-se início o processo de construção iconográfica de cantoras e cantores, líderes, pastoras e pastores através do deslocamento de suas imagens do meio de seus grupos, bandas e ministérios de louvor e adoração, para colocá-los gradativamente em destaque proporcionando no contexto iconográfico e mercadológico uma diferenciação através de uma distância psíquica (AUMONT, 2002), ou seja, proporcionando “ uma distância imaginária típica que regula a relação entre os objetos da representação, por um lado, e a relação entre o objeto da representação e o espectador, por outro” (AUMONT, 2002, p. 108).

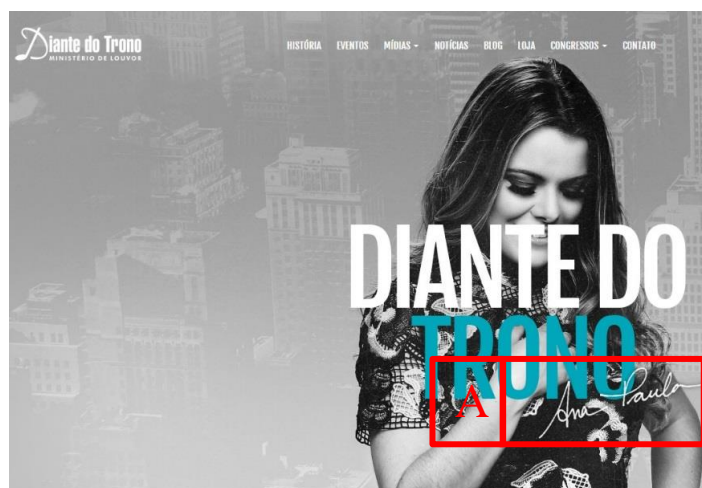
Se observa que nos sites de gravadoras *gospel* como a *Mk music*, o número de CD de ministérios de louvor e adoração [8] são inferiores aos números de cantoras [28] e cantores [17]<sup>102</sup>, demonstrando o deslocamento do mercado evangélico dos grupos de louvor e adoração [que apresentavam uma iconografia com participação comunitária e eclesial — fig.3], para as cantoras e cantores que são atualmente a centralidade iconográfica , ou seja, uma iconografia centrada nos indivíduos.

Nas figuras 99,100 e 101 é possível perceber esta mudança mercadológica e paradigmática da imagem da líder do ministério de louvor Diante do Trono. O CD Diante

<sup>102</sup> Conforme observado em <https://www.mkshopping.com.br/> no dia 15/05/2019.

do Trono de 1998 (fig.99) é o primeiro do ministério e visualmente observamos na foto de capa um grupo de pessoas reunidas em duas galerias dentro do templo da Igreja Batista da Lagoinha na cidade de Belo Horizonte- MG, comunidade a qual pertence este ministério. A partir do CD Diante do Trono 10 do ano de 2007 (fig.100), acontece a primeira mudança da imagem da líder do ministério, a cantora e atualmente pastora Ana Paula Valadão ganha projeção e é colocada no meio da foto, em destaque estando um pouco mais à frente em relação às demais cantoras, cantores e músicos do grupo e com os braços abertos em forma de cruz, trazendo desta forma uma representação e associação à imagem de Cristo na cruz, agregando uma função simbólica à sua imagem, sacralizando-a em relação às demais cantoras da foto. Ainda no mesmo ano, no CD Tempo de Festa (fig. 101), acontece a segunda e definitiva mudança visual com o desaparecimento dos demais integrantes do ministério para uma imagem exclusiva da pastora Ana Paula em close fotográfico.

**Figura 102** Site Diante do Trono



Fonte: (Diante do Trono, 2017)

Após a transição, a imagem que definitivamente aparece no site e em demais produções do ministério Diante do Trono (fig.102) é a imagem da cantora Ana Paula Valadão e agora com a inclusão de sua assinatura (fig.102A) identificando o nome com o ministério. Os demais integrantes do grupo vocal, como do instrumental já desapareceram da iconografia do DT.

Nessa construção imagética se percebe a progressão da imagem da líder para um processo de identidade visual, transformando sua imagem num ícone e numa marca de mercado, entretanto, essa transformação tem gerado controvérsias e críticas dentro do

próprio cenário evangélico com o fato de muitas cantoras, cantores, líderes, pastoras e pastores estarem na mídia, passando a serem ovacionados nos shows, possuírem fãs-clubes e sendo assediadas e assediados pelos fãs em espetáculos, exposições, feiras e até mesmo nos espaços religiosos dos templos e ruas, gerando através dessas manifestações e expressões de admiração, uma polarização entre os evangélicos, sobre os exageros no uso e na comercialização da imagem e a relação com os aspectos do idolatrar artístico por parte de fãs-clubes e do público que prestigia.

O redirecionamento mimético do mercado evangélico em relação ao mercado secular, fomentou que as produções de imagens anteriormente focadas nas bandas e grupos de louvor e adoração que predominaram na música *gospel* da década de 90, fossem substituídas para uma individualização dos artistas *gospel*.

Figura 103 Ídolos *Gospel*



Fonte: (Cultura Mix, 2016)

Figura 104 Não ser ídolo *Gospel*



Fonte: (Gospel Pop, 2016)

As figuras 103 e 104 foram extraídas de dois sites: o primeiro (fig.103) – Cultura Mix – o site secular que trata de temas variados, contendo uma seção de estilos musicais onde o *gospel* está incluso, apresentando a questão estética e mercadológica como um ponto positivo para o segmento evangélico, "Estas músicas são escritas e executadas por muitos motivos, que vão desde o prazer estético, com um motivo mais religioso e também cerimonial ou mesmo como um produto de entretenimento para o mercado comercial." (Cultura Mix, 2016).

Já o segundo site (fig.104) – *Gospel Pop* – é um site evangélico que se posiciona de forma crítica à questão da exposição imagética dos artistas *gospel*, apresentando sua preocupação com a idolatria, obtida através da veneração destes artistas.

Estes admiradores passaram a ver seus "admirados" (argh! O termo aplicável é "Ídolos") como um ser supremo, perfeito e intocável e é

(sic) de quem diga o contrário! Se um veículo publicar algo que de alguma forma vá contra os interesses da “fanzaiada”, prepare-se para as pedras. Há uma ditadura do fale bem, ou fica calado que é melhor. (Gospel Pop, 2016)

Além das produções e demais gestos utilizados pelas produções fotográficas no *gospel*, outros elementos também perpassam pelas imagens de propaganda e *marketing gospel* como a questão do *espírito titânico* (CONTRERA, 2003). Reproduções iconográficas de corpos gigantes que aparecem em *banners* do mercado evangélico como se observa abaixo na figura 105.

**Figura 105** *Banner* da Cantora Damares – Expocristã 2009



Fonte: Arquivo Pessoal

O *banner* produzido pela cantora *gospel* Damares possui aproximadamente entre 3 a 4 metros de altura e foi exposto durante a Feira Expocristã no ano de 2009 no espaço de eventos do Anhembi em São Paulo. Esse *espírito titânico*, atua diretamente na quebra de limites espaciais como apontou Malena Contrera (2003).

A quebra dos limites espaciais, operada pelo espírito titânico de nossa época, contribui ainda para a realização de uma profunda inversão do papel de mediadores que, teoricamente ao menos, os mídia deveriam desempenhar: ao invés de serem utilizados para vincular, os meios

passam a funcionar como amplificadores da distância, como “separadores simbólicos”, indo dessa forma na contramão da unificação proposta pelo sentido mesmo do sím/bolo (e ironicamente nos jogando em uma situação dia/bólica). (CONTRERA, 2003, p. 11-12)

Sem dúvida, as imagens de corpos gigantes criam o distanciamento do real, criando um simulacro da realidade (BAUDRILLARD, 1991), visando uma experimentação pautada no irreal, semelhantemente às reproduções e estátuas dos deuses do olimpo e de suas grandezas, o *espírito titânico* reforça a polêmica dinâmica da veneração ou idolatria artística que atualmente permeia o segmento musical *gospel*.

No caso do distanciamento visual em relação ao grupo musical da pastora Ana Paula Valadão; no *selfie* apresentado no caso da pastora Cassiane que aproximam os seguidores evangélicos de seus artistas; como no *espírito titânico* da cantora Damares, tais situações atuam como dimensões que transformam a relação dos evangélicos com as imagens e conseqüentemente na forma de encarar a problemática em relação aos ídolos diante de uma realidade evangélica construída dentro do iconoclasmo protestante. Outro elemento importante para a compreensão deste fenômeno no meio evangélico, se desvela a partir dos aspectos relacionados ao belo e às transformações ocorridas neste cenário em relação às produções artísticas cada vez mais preocupadas com a aparência e a estética de suas produções, como se verá a seguir.

### **3.2 A batalha espiritual visual: entre o belo e o feio; o divino e o demoníaco.**

Desde os tempos da Grécia antiga, a discussão sobre o belo permeia a história humana e os múltiplos significados atrelados à beleza. Como aponta Eco (2010), o belo é relacionado a palavras como gracioso, bonito, sublime, maravilhoso, entre outros adjetivos. Entretanto, o belo é constantemente relacionado ao que é bom, ou a uma prática do bem. “ Parece que , nesse sentido, aquilo que é belo é igual àquilo que é bom e, de fato, em diversas épocas históricas criou-se um laço estreito entre o Belo e o Bom.” (ECO, 2012, p. 8). Esse comportamento em torno da arte sobreviveu na contemporaneidade, influenciando o mercado secular que concomitantemente incorpora o belo, entretanto, semelhantemente às demais artes, a definição do que é belo tem sido ditada pelo mercado, gerando em toda produção de arte comercial e também na sociedade, um nível cada vez maior de exigência e manutenção dos padrões estéticos e do que é definido como belo. Tal exigência, dentro do imaginário secular

contemporâneo reproduz de forma associativa o imaginário medieval que em sua construção teológica distinguia o belo como um atributo divino, perfeito, de bom gosto, com moral irrepreensível e em contraponto à feiura como diabólica, imperfeita, de mau gosto e imoral. (ECO, 2014).

**Figura 106** Hans Memling - Juízo Final



**Figura 107** Detalhe do Céu

**Figura 108** Detalhe do Inferno



Fonte: (Hans Memling, 2017)

Podemos observar este contraponto no tríptico do pintor alemão Hans Memling, que ilustrou, a partir de elementos do imaginário religioso, a obra Juízo Final [1467-71] (figura 106). A obra retrata o julgamento final, com influências do imaginário medieval, observando que o artista destacou na parte esquerda da obra (fig.107) o céu retratado com a natureza composta por grama e flores com tonalidades claras, rostos belos e tranquilos,

cores azuis (que remetem ao céu), vermelhas (associadas à Cristo), como também um aspecto ordenado dos corpos. Pedro aparece no tamanho maior que os demais no início da escada portando a chave dos céus (fig.107A). No lado direito da obra, o contraponto aparece na parte do inferno (fig.108), um lugar rochoso, reproduzido em cores escuras, rostos feios e retorcidos, tons monocromáticos, demônios em preto, chamas vermelhas e uma desordem na disposição dos corpos.

Estas concepções do século XV e seus *páthos* sobreviveram (WARBURG, 2010) no mundo contemporâneo e atualmente é visível que, este imaginário antagônico entre o feio e o belo, continue influenciando os paradigmas estéticos da moda em ambos mercados: secular e religioso<sup>103</sup>. O mercado e o consumo (fig.109) sustentam o paradigma estético que associa o feio como de mau gosto, imperfeito, rejeitável, tornando a aparência como um elemento de distinção entre classes sociais, de exclusão social e de discriminação em relação à pobreza, que no ambiente social e particularmente no *online*, não é tolerado. Os indivíduos investem na boa aparência nas redes sociais como simulacro de uma vida de sucesso e prosperidade.

**Figura 109** Concurso de Feiura - Contagem/ MG



Fonte: (Concurso do Homem Mais Feio, 2013)

**Figura 110** Propaganda de Sucesso Profissional



Fonte: (Tudo para Homens, 2015)

De forma maniqueísta, a figura 110, se utiliza do paradigma capitalista artista definindo o que é belo ao esteticamente legítimo pelo mercado, à riqueza e ao sucesso tanto profissional como pessoal. Como abordou Graf (2015), a feiura é associada com o Diabo. “Por toda a Idade Média, o Diabo, como vimos, é representado como excessivamente feio; e para essa regra — mais moral do que estética — é muito difícil

<sup>103</sup> Além das cristãs, o processo religioso de estetização da arte no Brasil também é presente em religiões de matriz africana, oriental e espíritas kardecistas. Ver: <https://www.febnet.org.br/> <https://www.fucesp.com.br/> <https://www.sociedadebudistadobrasil.org/>

descobrir exceções. (GRAF, 2015, p. 43)<sup>104</sup>. Este último é o processo de transformação visual que descaracteriza o corpo, criando um simulacro, tornando-o compátivel com os padrões de mercado. Assim, com o belo se tornando referencia do que é bom e divino, as imagens *ao natural* que forem consideradas feias, ou seja, com imperfeições relacionadas à aparência estética [isso inclui cabelo, dentes, peso e rosto], como parte dos padrões estéticos fomentados pela moda e veiculados pelas empresas de *marketing*, têm desencadeado a construção de uma imagem corporal *gospel*, pois na ótica do consumo, um corpo com imperfeições e mal apresentado é associado ao fracasso profissional, evocando assim, associação ao imaginário do mal e como resultado, uma imagem feia, diabólica. Em consequência desse paradigma, a busca pela transformação do corpo para os padrões estéticos do mercado tem se tornado uma constante no meio evangélico, nisso, o corpo como bem simbólico (BOURDIEU, 1974), e como um produto alterável, tem dinamizado as modificações e correções para um corpo belo e associado ao bem, ao divino, distanciado do processo natural do envelhecimento, pelo contrário, o que se verá a seguir, é parte de um processo de juvenilização dos corpos no *gospel*, onde cada vez mais, esta corporeidade é seduzida e subjugada diante de imposição mercadológica.

### **3.3 As transformações no corpo: os procedimentos estéticos no *gospel*.**

Conforme apontou Harry Pross (1972) todo processo comunicativo humano tem seu início e término no corpo. Neste sentido o corpo é a mídia primária, envolvendo todas as possibilidades comunicativas. A mídia secundária corresponde aos meios que transportam a mensagem como: a imagem, a escrita, o impresso, a gravura, a fotografia e seus desdobramentos. Já a mídia terciária corresponde aos meios de comunicação que dependem de aparelhos em ambos os lados – do emissor ao receptor – como o telefone, o cinema, o rádio, a televisão, o CD e DVD (PROSS, 1972 apud BAITELLO, 2005). Essa polissemia do corpo abre uma gama de possibilidades na observação e compreensão do fenômeno visual, do consumo e do interesse mercadológico para o aproveitamento não somente do corpo como um objeto, mas como o mais significativo para o consumo,

---

<sup>104</sup> Do original: All through the Middle Ages, the Devil, as we have seen, is represented as being exceedingly ugly; and to this rule—a moral rather than an aesthetic one—it is very hard to discover exceptions.

o mais belo objecto de consumo: corpo [...] Na panóplia de consumo, o mais belo, precioso e resplandecente de todos os objetos – ainda mais carregado de conotações que o automóvel que, no entanto, os resume a todos (BAUDRILLARD, 2008, p. 168-169).

Na contemporaneidade, os corpos têm se transformado experimentando diversas configurações: a cultura *fitness* (abaixo na fig.111) que busca o corpo idealizado nas academias, o *body building*<sup>105</sup>, as transformações e inserções no corpo produzidas por meio de tatuagens e *piercings*, além do extensivo uso das cirurgias plásticas e estéticas (fig.112) com o intuito de correções nas mais diversas partes do corpo humano, por exemplo: boca, nariz, olhos, seios, pernas, abdômen etc., num sentido de recusa às imperfeições, excessos, resíduos e sobras dos corpos. (ORTEGA, 2008)

**Figura 111** Corpos *Fitness*



Fonte: (STEROIDCENTRALUK, 2017)

**Figura 112** Cirurgia Plástica Estética



Fonte: (REVISTA SAUDE, 2017)

Os processos de transformação do corpo também estão presentes nas artes. Ao longo do tempo, a imagem e a autoimagem do corpo como representação artística vêm sendo reinterpretada conforme os padrões de cada época. O corpo é relevante na construção das imagens visuais para o mercado da moda, pois ele alimenta uma produção de corpos *fitness* que atendem à demanda artística que contempla o mercado e consumo da estética. Sendo assim, na contemporaneidade, a preocupação estética passa a estar presente na conceituação, estando intrinsecamente ligada com a construção do imaginário de beleza, conforme aponta Malena Contrera (2010), de que o imaginário se baseia a partir do capitalismo e dos conteúdos midiáticos abstraídos do contexto da

<sup>105</sup> *Body Building* é um conceito disseminado nas academias, semelhante ao fisiculturismo. Hoje, o conceito é utilizado para definir a transformação do corpo através de exercícios físicos e de dieta. Em alguns casos há o abuso dos limites fisiológicos humanos com o uso de esteroides anabolizantes androgênicos para alcançarem seus objetivos, cf. (ESTEVIÃO e BAGRICHEVSKY, 2004).

experiência direta criando uma esfera imaginária desconectada do concreto e do real: a *Mediosfera* (CONTRERA, 2010).

As características na contemporaneidade sobre a relação corpo-imagem partem desde a beleza produzida através da maquiagem, tratamentos cosméticos, transformações realizadas por intermédio das tecnologias médicas no âmbito das cirurgias plásticas, alcançando os recursos estéticos das tecnologias digitais de construção e edição de imagens. Softwares como *Photoshop*<sup>106</sup> e o *Iclone 6*<sup>107</sup>, tem a capacidade de edição de imagens fotográficas como a criação de simulacros de corpos virtuais.

**Figura 113** Britney Spears editada no Photoshop



Fonte: (Comunicart, 2017)

**Figura 114** Simulacro de ser humano feito no *Iclone 6*



Fonte: (Reallusion, 2017)

Na figura 113, se observa uma foto da artista Britney Spears. Do lado esquerdo mostra a imagem original sem tratamento digital, e no lado direito apresenta a imagem tratada digitalmente através de processos digitais capazes de remover manchas, rugas, sinais de expressão, além de alterar cor e luminosidade. Já na figura 114, os aparatos tecnológicos na era digital ampliam a discussão sobre o simulacro e produção de figuras humanas através de softwares.

No *gospel* o corpo tem se apresentado sob novas configurações, buscando o ideal artístico apregoadado pelo consumo, se ressignificando em diferentes áreas de suas artes.

<sup>106</sup> Software produzido pela *Adobe System* fundada em 1982, que é um programa gráfico que lhe permite criar e editar vários tipos de imagens, incluindo retoques, mudanças de cores, a criação de obras de arte a partir do zero. Ele tornou-se uma das ferramentas mais conhecidas na área de edição de imagens. Cf. <http://www.photoshop.com/>.

<sup>107</sup> O *Iclone 6* permite a criação de figuras humanas de todas as raças e faixas etárias. Cf. [https://www.reallusion.com/contentstore/iClone/pack/Realistic\\_Human\\_100/default.aspx](https://www.reallusion.com/contentstore/iClone/pack/Realistic_Human_100/default.aspx)

Figura 115 CD Shirley Carvalhaes



Fonte: (Shirley Carvalhaes, 2017)

Figura 116 Shirley Carvalhaes sem edição digital



Fonte: (Letras.Mus, 2017)

No caso das artes *gospel*, o paradigma do belo é instituído pelas regras do consumo. Na figura 115 é a capa do CD da cantora Shirley Carvalhaes e a figura 116 é uma foto da mesma cantora, podendo se observar ao comparar ambas imagens que a capa do CD (fig. 115) passou por três momentos: a preparação do *ato fotográfico* através da pose e ângulo da foto; a preparação do corpo através do cabelo e maquiagem; e por fim, o tratamento imagético através de *softwares* de edição de imagens onde se vê o retoque retirando imperfeições no rosto e pescoço, como também tratamento de cores e luz (fig.115A). Se percebe que as imagens produzidas ou editadas digitalmente partem de uma irrealidade corpórea, que não é uma ressuscitação do real, pois já não é real, mas *hiper-real*. Não possuindo o sentido de reprodução, mas de simulação (BAUDRILLARD, 1991).

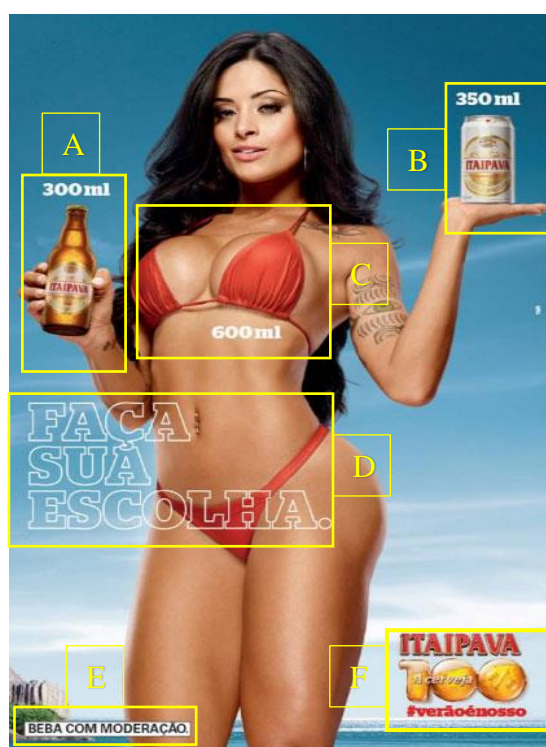
Com isso, o simulacro *hiper-real*, produz na sociedade o colapso visual no processo de identificação dos corpos e cada vez mais abrindo passagem para as imagens como “representação de representações” (BAITELLO, 2005, p. 48). Em suma, os cenários da moda e da beleza são impulsionados pela valorização do corpo-real ou simulacro, para as transformações e ressignificações em conformidade com o capitalismo artista conforme aponta Lipovetsky e Serroy (2015),

O critério da beleza, necessariamente subjetivo, não pode ser o que permite qualificar o estado do capitalismo artista, mas sim a organização objetiva de sua economia, na qual as operações de estilização e de moda, sedução e cosmetização, divertimento e sonho se desenvolvem em grande escala nos níveis da elaboração, da comunicação e da distribuição dos bens de consumo. (SERROY, 2015, p. 67).

### 3.4 Corpo-produto: a erotização no mercado evangélico e questões de gênero.

Nesta perspectiva é de suma importância discutir a relação entre o corpo, gênero e consumo, pois na realidade midiática contemporânea, os corpos foram transformados em veículos de manipulação junto à sociedade imagética. “No ambiente atual, os corpos manipulam seus espectadores: eles se mostram como corpos de beleza sobre-humana, ou como corpos virtuais, que abandonaram os limites do corpo natural.” (BELTING, 2007, p. 111). Ambos os corpos — feminino e masculino — são transformados em veículos de prazer na cultura de consumo.

Figura 117 Propaganda da Cerveja Itaipava



Fonte: (CERVEJA ITAIPAVA, 2016)

Na sociedade de consumo ocidental, o uso da imagem feminina comporta uma carga considerável de exploração de sua corporeidade. Neste sentido, a sensualidade e a erotização visual tornam-se componentes presentes nas artes comerciais publicitárias atuando como atrativo pelo viés do desejo, transformando o corpo num híbrido na qual, corpo e produto se misturam, como se observa na figura 117. A propaganda é da cerveja Itaipava, com a participação da modelo Aline Riscado, observando que o corpo feminino é utilizado como produto para o consumidor escolher entre opções oferecidas na propaganda. A primeira opção é a garrafa de 300 ml da cerveja (fig.117A), a segunda

opção é a lata de 350 ml (fig.117B) e a terceira opção são os seios da modelo podendo se ver o texto 600 ml (fig.117C), na figura 117D os dizeres “Faça sua escolha” reforça a lógica do corpo como produto; abaixo no lado esquerdo, num tamanho reduzido os dizeres “Beba com moderação” (fig.117E) e ao lado direito, o logo da empresa com os dizeres “Itaipava, 100% a cerveja” (fig.117F).<sup>108</sup>

Isto implica profundamente nas transformações físicas do corpo feminino como exigência da moda. “O que a sociedade de consumo ocidental requer de uma mulher é que combine os principais traços tradicionais com características que eram apanágio dos homens e ainda com os padrões de beleza valorizados” (CUNHA, 2014, p. 124). O corpo, principalmente o feminino, tem de ser adequado às questões do consumo e adequado às exigências estéticas do público masculino.

No caso da moda evangélica<sup>109</sup> brasileira, a lógica do corpo<sup>110</sup> como produto também é perceptível nas consumidoras e consumidores a partir do crescimento da *cultura gospel* (CUNHA, 2007). As exigências de mercado do corpo feminino se repetem neste cenário, em que, as artistas e os artistas *gospel* passaram a demonstrar um significativo interesse na ressignificação e aparência estética, modificando sua relação com o corpo através de procedimentos de emagrecimento, cirurgias plásticas estéticas corretivas e transformadoras, maquiagem, vestuário, no intuito de se distanciar do visual e do corpo ‘crente’ das décadas anteriores, direcionando-o para uma corporeidade e moda secular que fortaleça o “espírito” do evangélico moderno.

Estas influências na corporeidade *gospel* podem ser percebidas no discurso de artistas, como disse uma cantora *gospel* em entrevista concedida ao site da globo.com: “‘Quero ser inspiração’, diz cantora Bruna Karla após perder 14 kg, ela contou, no Festival Promessas, que ainda não está satisfeita com o corpo” (GSHOW, 2015). A insatisfação com o corpo faz parte de um ideal de beleza instituído particularmente no imaginário masculino e que imprime no imaginário feminino a necessidade de estar dentro do padrão estético firmado pelo mercado, pois, conforme essa lógica, um corpo

---

<sup>108</sup> O CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária) recomendou que a Itaipava retirasse o cartaz de circulação por considerar que houve um apelo excessivo à sensualidade, sendo a decisão acatada pela empresa. (Folha.UOL, 2015).

<sup>109</sup> Aqui há uma distinção entre o termo moda evangélica. Esse primeiro uso se relaciona à moda evangélica como um todo, incluindo os mais diversos estilos da moda evangélica no Brasil, inclusive a moda influenciada pelo *gospel*. Mais à frente, a pesquisa aborda um tipo específico de moda evangélica encontrado neste cenário.

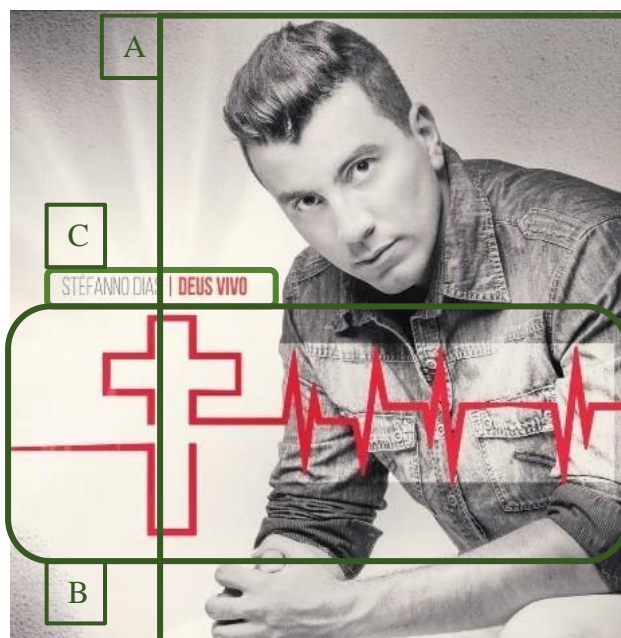
<sup>110</sup> Apesar do corpo masculino e suas representações estarem desenvolvidas e presentes no cenário evangélico, é ainda o corpo feminino o mais explorado iconograficamente pela lógica do consumo.

não admirado não é desejado, tornando-se dispensável e não comercializável; e como tal na ótica consumista, um corpo-produto fora de padrão é descartado.

Um corpo mal cuidado torna-se uma vergonha da classe – a que se pertence ou a que se aspira – projectada [*sic*] sobre o corpo e, conseqüentemente, o corpo torna-se o signo de *status* [...] que deve se aproximar o mais possível das imagens ideais de juventude, beleza, saúde e boa forma, para aumentar o seu valor, em termos de bem negociável e “vendável”. (CUNHA, 2014, p. 72)

Na sociedade consumista, o corpo feminino e masculino [num nível menor] é requerido como atrativo produto de desejo, sofrendo pressões do mercado no sentido de manter uma boa aparência como parte fundamental para aceitação, entretanto, parecer bem para a sociedade contemporânea significa estar sexualmente atrativa, o que corresponde diretamente a corpos esculpidos, retocados, em movimentos, ornando com ambientes produzidos, cores, mas que seja um corpo magro (CUNHA, 2014). Isto somente reforça que “cada vez mais a performance, o *look*, a *estetização da vida* ganham espaço no rol de preocupações das pessoas”. (CASTRO, 2001) e que o corpo não está fora através da dinâmica da indústria cultural contemporânea e dos mecanismos midiáticos das rede sociais.

Figura 118 Cantor Stéfano Dias



Fonte: (Stéfano Dias, 2015)

Figura 119 Cowboy Marlboro



Fonte: (Eric Lawson, 2014)

Seguindo a ótica de consumo secular, o uso do sensual e do erótico (fig.120 e 121) pela iconografia *gospel* tem sido utilizado desde as produções de CD e DVD do início da década de 90 como observou João Silva (2010) que “o erotismo apresentado nas produções no *gospel*, estão intimamente ligados ao referencial mimético de consumo fomentado no mercado secular”. (SILVA, 2010, p. 95). Este uso é perceptível no caso do cantor Stéfano Dias, que produziu sua capa (fig.118) com o designer profissional Amós Rodrigues<sup>111</sup> que já produziu arte para cantores sertanejos seculares como Cesar Menotti e Fabiano. No aspecto iconológico, a foto se caracteriza com o *close fotográfico*, o cantor conduz o olhar fixo no consumidor (o público consumidor *gospel* é em grande parte feminino); com a boca fechada (a boca sensual semiaberta é utilizada nas fotos de mulheres), cabelo curto e barba feita seguindo mimeticamente o paradigma do *Marlboro Man*, que foi construído no imaginário brasileiro nos anos 80, o *cowboy* (fig.119) representando o estilo ‘durão’ que permeou tanto imagens como artistas televisivos, cumprindo uma função simbólica constituindo “o imaginário da publicidade, da fotografia de moda [...] das estrelas do cinema e dos *media*.” (RIBEIRO, 2004, p. 41).

A erotização e o sensual fazem parte daquilo que Foucault afirma sobre o poder que a sexualidade e a sensualidade exercem, produzindo o prazer, neste caso, através das imagens.

O poder que, assim, toma a seu cargo a sexualidade, assume como um dever roçar os corpos; acaricia-os com os olhos; intensifica regiões; eletriza superfícies; dramatiza momentos conturbados. Açambarca o corpo sexual. Há sem dúvida aumento da eficácia e extensão do domínio sob controle, mas também sensualização do poder e benefício de prazer. (FOUCAULT, 1985, p. 44)

---

<sup>111</sup> <http://www.amosrodrigues.com.br/index.html>

Figura 120 Cantora *gospel* Shana Saint

Fonte: (Shana Saint, 2016)

Figura 121 Cantora Madonna



Fonte: (Madonna, 2018)

No caso feminino, os traslados (WARBURG, 2010) do mercado secular acontecem juntamente com a existência de normas reguladoras que materializam o sexo (CUNHA, 2014), com isso, se nota nas figuras 120 e 121, que a erotização permeia a iconografia feminina *gospel*, ao procurar se utilizar de paradigmas estruturados e “de sucesso”, como os *páthos* do corpo feminino de artistas como Madonna (fig.121), que são utilizados através do erotismo e da sensualidade nas produções *gospel* pois, seguindo os padrões instituídos pela publicidade *gospel*, os mecanismos de promoção da imagem feminina neste mercado, se desenvolve mimeticamente aos padrões estético-erótico (fig.121), da publicidade secular.

#### 3.4.1 A moda evangélica como regulação dos corpos

A regulação dos corpos no *gospel* tem como ferramenta a *moda evangélica*. Tal termo surge como um conceito mercadológico a partir da forma como se apresenta no mercado *gospel* brasileiro. Durante o levantamento de dados, se identificou diversas lojas *online* que se denominam de moda evangélica como Sol da Terra<sup>112</sup>, *Cechiq*<sup>113</sup>, ClaraRosa<sup>114</sup>, *La Sève*<sup>115</sup>, Nafee<sup>116</sup>. No entanto, essas lojas são em sua maioria voltadas

<sup>112</sup> <https://www.soldaterra.net/>

<sup>113</sup> <http://www.cechiq.com.br/>

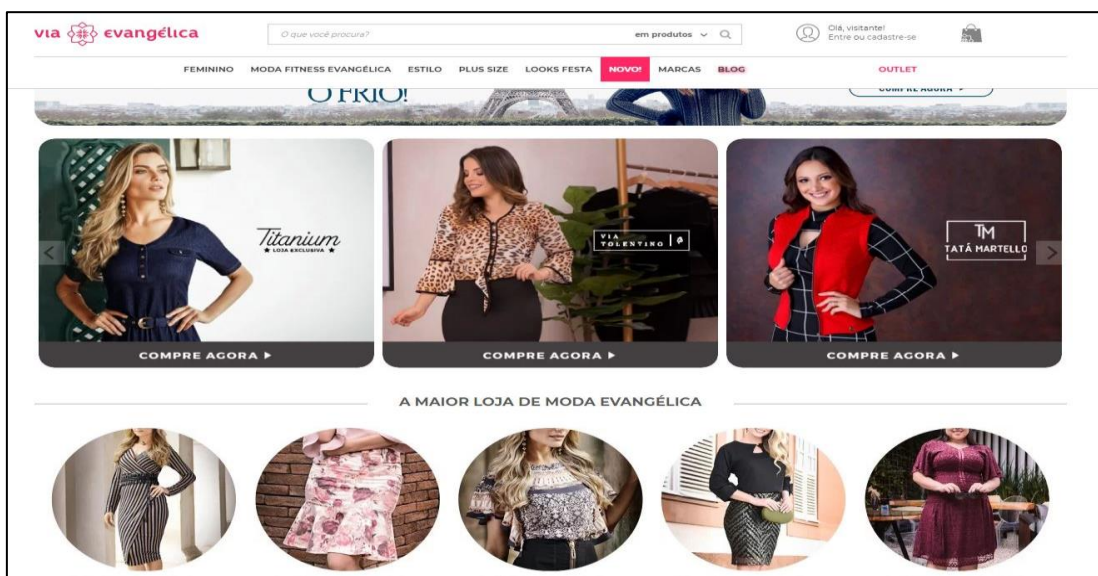
<sup>114</sup> <https://clararosa.com.br/>

<sup>115</sup> <http://www.laseve.com.br/>

<sup>116</sup> <https://www.nafee.com.br/>

para o público feminino, não contendo nenhum item voltado para o público masculino, como é o caso das lojas Sol da Terra, *Cechiq*, *La sève*, ClaraRosa, Nafee. Uma única citação sobre moda masculina foi encontrado no site da loja Via Evangélica, contudo não havia roupas masculinas, mas somente um artigo abordando que “ Cada vez mais os homens estão antenados à moda e a se vestir bem” (Via Evangélica Homens, 2018).

**Figura 122** Site da loja de moda evangélica Via Evangélica.



Fonte: (Sol da Terra, 2017)

Como se observa na figura 122, as categorias de vestuário apresentadas no site são: saias, vestidos, blusas, camisas, casacos e conjuntos, entre outras. Na análise não foi encontrada nenhuma referência a calças compridas de qualquer desenho ou tecido em nenhuma das lojas anteriormente citadas.

Apesar de tratar-se de lojas para o público *gospel* em geral, há uma regulação religiosa através das imagens da moda no que tange à regulação do corpo feminino, quanto à restrição de calça comprida e do uso exclusivo de saia. Algumas lojas que utilizam essa nomenclatura pertencem a artistas *gospel* como é o caso da loja Clássica Moda Evangélica<sup>117</sup> de propriedade da cantora Aline Barros. Apesar de Aline já aparecer publicamente usando calças compridas, a moda apresentada por sua grife, reforça o uso da saia para mulheres e exclui o uso de calças compridas, que dentro das igrejas pentecostais seu uso ainda é proibido. A moda se apresenta como fator regulador pelo viés da “técnica de enculturação através do qual os indivíduos aprendem a sentir-se

<sup>117</sup> <https://www.classicamodaevangelica.com.br/t/aline-barros>

familiarizados com a sua cultura” (CRAIK, 1994 in CUNHA, 2014, p.79), determinando que o corpo da mulher evangélica deve permanecer controlado pela religião através da moda que promove o paradigma do *moralmente correto*. No imaginário da moda evangélica, diversas blogueiras e líderes se justificam colocando a problemática de que a responsabilidade do homem pecar é da forma como uma mulher se veste. Num dos blogs acessados o título da matéria era “a mulher deve se vestir de modo que nenhum homem venha pecar por sua causa” (Letícia Fernanda, 2012). Durante o texto, a autora escreveu sobre como uma mulher deveria se portar para poder ser escolhida como esposa. Algumas perguntas foram extraídas do texto como:

Com que intuito tenho me vestido? Porque me visto com roupas curtas, decotadas e apertadas? O que pretendo com isso? Vou glorificar a Deus? Serei bem vista com as roupas que estou usando? Será que com essa roupa nenhum homem vai me olhar e pecar? (Letícia Fernanda, 2012)

Com isso, ainda são utilizados mecanismos de controle do corpo da mulher evangélica como é perceptível na moda *fitness*, nas figuras 123 e 124, no intuito de encobrir o corpo feminino para evitar “que nenhum homem peque” com a exposição do seu corpo.

**Figura 123** Moda Fitness Via Evangélica



Fonte: (Via Evangélica Fitness, 2019)

**Figura 124** Moda Fitness Vista 2



Fonte: (Via Evangélica Fitness, 2019)

Por outro lado, o corpo masculino neste caso é ignorado. A restrição ao vestuário e ao corpo masculino é inexpressiva. “O corpo metaforiza o social e o social metaforiza o corpo. No interior do corpo são as possibilidades sociais e culturais que se desenvolvem” (BRETON, 2007, p. 70), entretanto, esse corpo como aponta Cunha (2014), é resultante da forma como as mulheres são representadas, e essa representação é estruturada através do olhar masculino e do seu desejo. (CUNHA, 2014).

**Figura 125** Publicação no Instagram - cantora Pamela



Fonte: (Pamela Music, 2019)

No caso dos artistas, quando se trata da liberdade do corpo feminino *gospel* fora da publicidade, as regulações não são relativizadas e o controle é mais rígido, como é notório no caso da cantora *gospel* Pamela, pertencente à gravadora *Mk Music* - RJ, que ao tirar uma foto na praia para postar numa rede social, criticou essa regulação.<sup>118</sup>

<sup>118</sup> To na praia, tomando sol 🌞 Uso biquíni ou maiô! Depende do dia rs 🙄 Antes de postar essa foto eu fiquei tentando cortar a foto pq “pegaria mal” eu postar uma foto no meu Instagram aparecendo uma parte do meu biquíni. Pq as vezes parece que crente não é gente né?! Rs Então comecei a pensar... poxa! Deus tá vendo que eu to na praia tomando sol, e de biquíni! Rs Que mal tem isso??? Será que é pecado ir à praia e usar uma roupa apropriada pra tal situação? Pq eu tenho que ficar o tempo todo me policiando com o que as pessoas vão achar? 🙄 Pois é, eu to cansada de viver dentro dessa bolha pq fulano ou ciclano da internet (que eu nem conheço) vai ficar falando da minha foto, sendo que eu mesma não devo nada pra ninguém e ninguém tem nada haver [sic]com a minha vida! Enquanto isso tem um monte de gente que se esconde atrás das suas redes sociais e criam um “personagem” e vc que tá lendo esse post (ou não! Espero que não! Rs) acha a pessoa mais Santa do mundo e fica pagando o maior

O discurso/desabafo da cantora Pamela, traz à tona, a questão da regulação do corpo sobre o que pode ser mostrado. Sua postagem foi comentada por mais de mil pessoas entre frases de apoio (fig.125B)<sup>119</sup> e outras condenando a atitude da cantora (fig.125A)<sup>120</sup>. A própria cantora fica indignada com a condenação das pessoas e comenta: “poxa! Deus tá vendo que eu to na praia tomando sol, e de biquíni! Que mal tem isso??? Será que é pecado ir à praia e usar uma roupa apropriada pra tal situação? Pq eu tenho que ficar o tempo todo me policiando com o que as pessoas vão achar?” (Pamela Music, 2019). É paradoxal, por um lado o uso do corpo como produto simbólico que fomenta o consumo imagético, compreendendo que,

O que a sociedade ocidental requer de uma mulher é que combine os principais traços tradicionais com características que eram apanágio dos homens e ainda com os padrões de beleza valorizados ‘impossivelmente, é pedido às mulheres que sejam sexuais, independentes e carreiristas, e no entanto também infantis, dóceis e maternais e sempre jovens, brancas, lindas e magras’ (CUNHA, 2014 apud WYKES e GUNTER,2005, p.62)

E por outro lado, a regulação religiosa em cima deste mesmo corpo o condena ao engessamento através da teologia moral, que desde os séculos passados, tem sustentando o perigo do “olhar”, categorizando-o em quatro maneiras: o objeto, a intenção da pessoa que olha, a disposição da pessoa que olha e a maneira de olhar” (RANKE-HEINEMANN, 1996), como forma de controle e regulação teológica-social-cultural, como citado pelo comentário da figura 124A “uma serva de Deus não deve expor suas vergonhas”, demonstrado no discurso evangélico contemporâneo, a presença da moral

---

pau e idolatrando o fulano. Olha só, desculpa, mas talvez o meio gospel não seja tudo que vc pensa e vê pela internet. Eu só fico realmente triste pq pessoas de “verdade” não são valorizadas como as pessoas de “mentira” Hj em dia nós valemos o que os nossos números digitais mostram. Que horror. E talvez seja melhor vcs nem saberem mesmo como funciona o meio “gospel” capaz de vc sair da Igreja e procurar Deus em outro lugar, pq meu amigo, Deus não está no meio disso não! Eu imagino Jesus olhando tudo isso, olhando esse circo todo! Kkkkkkk Tenso né?! Existem pessoas de Deus, que tem ministério sim, que são exemplos de verdadeiros cristãos, se vc for um deles vai rir desse meu post né?! Longe de mim querer ofender alguém, mas eu to realmente chocada com o rumo que as coisas estão tomando. Fica a dica ☞ (Gl 6,3-5) "Pois, se alguém julga ser uma pessoa importante, quando na verdade não é nada, está se iludindo a si mesmo. 4.Cada um examine suas próprias ações; então, poderá ter de que se gloriar, mas somente por referência a si mesmo e não se comparando com outrem. 5.Pois cada qual tem de carregar seu próprio fardo. (Pamela Music, 2019)

<sup>119</sup> Texto integral: “Pois eu sou evangélica e uso biquíni no clube, na praia, acho o maiô lindo, mas, eu amo ficar bronzeada e ficar mais linda para o marido é a minha meta. Já é normal as pessoas olharem para o meu corpo, rirem e zombarem das cicatrizes que eu tenho devido as queimaduras que sofri quando criança e as marcas permanecem até hoje. Me identifico muito com aquele meme: #Tônema!”

<sup>120</sup> Texto integral: “Sem a santificação ninguém verá a Deus. Sede Santo como eu sou Santo disse Jesus, santificação não é só na igreja uma serva de Deus não deve expor suas vergonhas, há roupas mais apropriadas pra uma cristã usar na praia...”

medieval ao oprimir e desqualificar o corpo feminino como “vergonhas”. Nisso, a figura corporal feminina, se apresenta dentro do imaginário religioso como uma imagem da personagem divinizada, sagrada, uma espécie de Virgem Maria, não podendo ser manchada pela ‘impureza do corpo’, em oposição à liberdade dos corpos masculinos.

### 3.5 A moda *gospel*

Como pano de fundo para as questões sobre a moda no cenário evangélico, cabe destacar que os primeiros conceitos de moda surgem em meados do séc. XVIII, objetivando abordar estilo, gênero e formato na conduta das pessoas e do corpo, buscando no ser humano definir padrões nos gostos, nas opiniões, no modo de agir e conseqüentemente, na criação de um sentimento coletivo de aceitação por um determinado grupo.

Este era um processo que vinha ganhando velocidade desde o século XV, mas foi nas regiões específicas de Londres e especialmente Paris a partir da década de 1840, que uma revolução sem precedentes realmente tomou conta no âmbito da produção de moda. (BREWARD, **tradução minha**, 2003, p.23).<sup>121</sup>

A moda surge na burguesia criando uma diferenciação social, fomentando um processo hierárquico de distanciamento e exclusividade. Através do desenho, do corte do vestuário e das cores, a moda poderia identificar o sexo, a religião, ocupação e posição social. Este quesito na contemporaneidade passa a compor uma hibridização entre moda e mercado, que com isso passa a ser regida num movimento de produção da arte voltada para a esfera do consumo, através da convergência do olhar artístico para corresponder às exigências da ótica consumista.

**Figura 126** Moda Francesa do Séc. XVIII



Fonte: (wilsonvieira, 2017)

**Figura 127** Moda Contemporânea



Fonte: (Inphamousdesign, 2017)

<sup>121</sup> Do original: This was a process that had been gathering speed since the fifteenth century at least, but it was in the specific locations of London and especially Paris from the 1840s onwards that a revolution in fashion production of unprecedented scope really took hold.

Neste comparativo entre a moda do século XVIII e a moda contemporânea, se observa nas figuras 126 e 127 que as questões visuais sobre a moda, [independente dos distintos períodos e de suas idiossincrasias] perpassam pela exposição do corpo ao artista que, seja pintando uma tela (fig.126) ou fotografando com uma câmera (fig.127), procura retratar os conceitos, códigos, gostos e intencionalidades de seus distintos períodos. Ana Paula de Miranda (2008), descreve e aponta algumas funções da moda, destacando o pudor e encobrimento, o impudor e atração, a proteção, o adorno, a comunicação, a expressão individual, a importância social, a definição do papel social, a importância econômica, o símbolo político e a condição mágico-religiosa. (MIRANDA, 2008)<sup>122</sup>.

A moda traz para a discussão as constantes mudanças nos paradigmas utilizados nas artes comerciais seculares correspondentes aos processos de produção do capitalismo artista, visando uma estetização da arte comercial para uma melhor aceitação e concorrência com o mercado secular da moda (SERROY e LIPOVETSKY, 2015). Estas transformações, ocasionam mudanças nos processos construtivos – estruturais, ressignificando o processo de produção de *design* para o mercado da moda, como também por uma maior absorção dos modelos imagético-estéticos seculares. (SILVA, 2010).

A moda *gospel* compreende a configuração de uma moda que procura incorporar os referenciais e os *páthos* da moda secular, mantendo uma regulação relativa com os valores cristãos e doutrinários que podem variar de acordo com o estilo e perfil da denominação religiosa ou do movimento em si<sup>123</sup>.

---

<sup>122</sup> Algumas funções serão apresentadas durante o capítulo.

<sup>123</sup> Cito a Igreja Apostólica Renascer em Cristo e a Igreja *Bola de Neve Church*, que se tornaram referências no meio da juventude evangélica.

**Figura 128** Skate Culto realizado na Igreja Bola de Neve – Curitiba em 27/04/2013



Fonte: (Flickr Bola, 2013)

Para esse tipo, leva-se em conta as tribos evangélicas como *skatistas*, surfistas, que participam da igreja *Bola de Neve Church* (fig.128) e que se vestem, “à là (*sic*) *Bola de neve*, aparentando-se como a/o surfista que acabou de dropar ondas ou o/a skatista que realizou manobras no *halp* (*sic*) *pipe*, o que funcionava na inclusão e aceitação na comunidade” (MARANHÃO Fº, 2013, p. 150). A moda apresentada através de camiseta, calça jeans, bermuda e boné, oriundas dos grupos seculares de *skate* e do *surf*, fazem o traslado iconográfico e da moda dessas tribos no intuito de formarem um *corpo* de pertença a este grupo. Nesse sentido, essas tribos (MAFFESOLI, 1998), se caracterizam nos costumes, nas práticas em comum e especificamente na moda como forma de identidade visual tanto para a comunidade religiosa, como com a tribo a qual pertença.

É possível que se assista agora, à elaboração de uma *aura estética* onde se reencontrarão, em proporções diversas, os elementos que remetem à pulsão comunitária, à propensão mística ou à perspectiva ecológica. O que quer que possa parecer, existe uma ligação sólida entre esses diversos termos. Cada um, à sua maneira, dá conta da organicidade das coisas, deste “*glutinum mundi*” que faz com que apesar da (ou por causa da) diversidade um conjunto constitua um corpo. (MAFFESOLI, 1998, p. 20)

Esses estilos de moda que constitua os grupos, são presentes em outras tribos como do *rock* (fig.130), *funk*, *pagode*, *Hip Hop* (fig.129), *sertanejo*, *MPB*, entre outras inúmeras categorias musicais e artísticas.

**Figura 129** Banda de Hip Hop Gospel Ao Cubo

Fonte: (Ao Cubo , 2009)

**Figura 130** Banda de Rock Gospel Antidemon

Fonte: (AntiDemon, 2018)

A escolha da moda está intrinsecamente ligada à forma de comunicar uma identidade com um determinado grupo e suas ideias, mas também como *expressão individual*. A moda e a indumentária, diferenciam o indivíduo incorporando alguma forma de singularidade através da cor do vestuário, cabelo, barba, imagens impressas em camisetas ou tatuadas no próprio corpo, identificando o indivíduo com um estilo de vida adotado. (MIRANDA, 2008).

### 3.6 O corpo como uma tela: as tatuagens *gospel*.

A tatuagem é uma arte primitiva surgida na Antiguidade como forma de ornamentar a pele, uma modificação no corpo de origem milenar. Entre os diversos povos que se tatuavam, os egípcios exerceram um papel importante na distribuição da tatuagem no mundo. Entretanto, segundo os relatos bíblicos, essa influência não foi aceita pelo povo hebreu e isso é notado nos textos pertencentes ao antigo testamento. Nas sociedades, a tatuagem é um fenômeno cultural relacionado aos grupos e tribos (MAFFESOLI, 1998), como uma marca identitária, um símbolo que une seus adeptos, ou até mesmo para definir autoridade. (SILVA, 2018). No âmbito da psicologia, a tatuagem possui um caráter analítico “Trata-se de uma análise dos significados destas tatuagens para o tatuado e seus observadores e mais especificamente do porque alguém decide fazer uma tatuagem.” (SAD, 2016, p. 15). A tatuagem na contemporaneidade saiu da posição de cultura marginal para o status de arte, como é o caso da *Body Art*, apesar de em alguns momentos, não ser reconhecida ou legitimada como arte contemporânea.

No contexto evangélico brasileiro, a tatuagem passou a ser um fenômeno promotor de inúmeras discussões na internet e discursos por parte de participantes e membros de igrejas, como líderes das mais variadas denominações evangélicas a respeito da pergunta sobre ‘é pecado ou não ter uma tatuagem?’ Nas últimas décadas, a tatuagem tem sido

permitida e incorporada [tatuagens feitas após a conversão do participante] por algumas igrejas neopentecostais como a Igreja Apostólica Renascer em Cristo e a Bola de Neve *Church*. Em outras igrejas pertencentes ao Protestantismo Histórico de Missão e ao pentecostalismo, algumas rechaçam, enquanto outras tem uma atitude de tolerância com reservas <sup>124</sup>. As igrejas que rechaçam a tatuagem baseiam sua tese de proibição no texto descrito na bíblia que diz “Pelos mortos não ferireis a vossa carne; nem fareis marca nenhuma sobre vós. Eu sou o SENHOR. [Levítico 19,28]” (BIBLIA, 2013).

**Figura 131** Tatuagem Evangélica



Fonte: (Tatuagem Evangélica, 2012)

As temáticas das tatuagens evangélicas giram em torno de símbolos religiosos como cruz [em seus diversos tipos], coração, coroa, estrela de Davi, espada, peixe, pomba, leão, versículos bíblicos (fig.131), palavras em grego e hebraico, como transliterações para o português do hebraico<sup>125</sup> (fig.131A), entre outros temas diversos. Já no caso de pessoas que se converteram e já possuíam tatuagens no corpo com temáticas não cristãs, não é exigida a retirada, contudo, em algumas denominações neopentecostais que praticam a teologia da Quebra de Maldição<sup>126</sup>, recomenda-se que o tatuado passe por

<sup>124</sup> De uma forma geral, casos como tatuagens no corpo todo, parcial ou no rosto, possuem uma rejeição maior pela maioria dos grupos evangélicos. Isto foi observado nos sites evangélicos pesquisados que discutiam a questão da tatuagem evangélica.

<sup>125</sup> A imagem do peixe e o texto em grego fazem parte da tradição cristã. “Sábios do séc. XVII associam o nome grego para peixe, *ichtys*, pela primeira vez com o acróstico IXOYZ (Iesous Christos Theou Hyos Soter = Jesus Cristo Filho de Deus Salvador)” (HEINZ-MOHR, 1994, p. 284), enquanto a frase transliterada do hebraico é comumente traduzida por “Jesus Cristo, o Messias”.

<sup>126</sup> Segundo Ricardo Mariano, a teologia da quebra de maldição ou dos espíritos de geração pregam que “há espíritos responsáveis pelas maldições de família. Os que pregam acerca de tais espíritos crêem que um indivíduo, crente ou não, tendo ancestral que pecara ou mantivera ligações com espiritismo, idolatria

uma ministração para a ‘quebra das maldições e dos pactos feitos no passado’, incluindo a rejeição de qualquer ‘vínculo espiritual’ atrelada à tatuagem.

Com o crescimento de inúmeras igrejas neopentecostais caracterizadas pelo discurso de liberdade dos modelos conservadores das igrejas do Protestantismo Histórico de Missão e das pentecostais, o discurso de pastores representantes de igrejas oriundas do pentecostalismo, como a Assembleia de Deus Vitória em Cristo do pastor Silas Malafaia, tem se relativizado em relação ao uso de tatuagens (fig.133). Durante seu programa televisivo intitulado *Verdade Gospel*, o pastor recebeu uma pergunta sobre o uso de tatuagem:

[Pergunta enviada via internet] porque nós evangélicos não podemos usar *piercing*, nem tatuagem, é bíblico? [o pastor respondeu:] O pessoal quer usar coisa do antigo testamento pra formar regras no novo, não dá! ok? [...] A gente tudo que tem que fazer é com decência e ordem. Tudo que é exagero, se for um negócio exagerado, louco, não é. Agora eu dizer que é pecado uma tatuagem, eu não tenho respaldo bíblico; eu dizer que *piercing* é pecado, eu não tenho respaldo bíblico. Não tem! Não está nas regras do novo testamento. Isso é um costume social! (MALAFAIA, 2012)

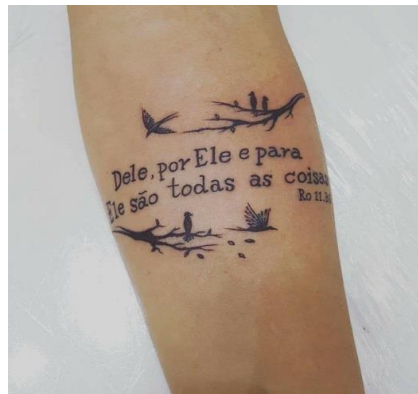
A tatuagem no público evangélico tem se inserido e obtendo legitimação por líderes, pastoras, pastores e apóstolos. Com isso, surge nesse cenário um conceito pouco comum para muitos evangélicos no Brasil: *A tatuagem evangélica*. Apesar de polêmico, o conceito é muito utilizado por tatuadores, por tatuados evangélicos, como por pessoas contrárias à arte da tatuagem.

**Figura 132** Tatuagem do apóstolo Estevam Hernandes



Fonte: (O Fuxico Gospel, 2017)

**Figura 133** Tatuagem com texto bíblico



Fonte: (William Tattoo, 2017)

---

ou quaisquer práticas religiosas antibíblicas, carrega consigo a maldição provocada pelo demônio herdado. Para libertar-se, precisa renunciar ao pecado e às ligações demoníacas de seus ancestrais e “quebrar”, por meio do poder de Deus posto em ação pelo culto de intercessão, as maldições hereditárias.” (MARIANO, 1999, p. 139)

Alguns destes líderes, como é o caso do apóstolo Estevam Hernandes da Igreja Apostólica Renascer em Cristo, tatuou em seu braço a imagem do filho, o bispo Tid Hernandes (fig.132), falecido em dezembro de 2016. A tatuagem na década de 90 era rejeitada pela maioria das igrejas neopentecostais por associarem à problemas espirituais, como é possível observar numa ficha de cura interior que era entregue aos participantes das ‘ministrações de cura interior e quebra de maldição’, ministradas por seus líderes, o pastor Osvaldo Bertoni e a pastora Alice Bertoni. (Fig.134).

**Figura 134** Recorte de Ficha de Cura Interior e Quebra de Maldição da Igreja Apostólica Renascer em Cristo - 1993

RENASCER EM CRISTO

ENVOLVIMENTO NA UMBANDA / CANDOMBLÉ / ESPIRITISMO / ETC

BATISMO NO TERREIRO. DE QUEM ? \_\_\_\_\_

CASAMENTO NO TERREIRO. DE QUEM ? \_\_\_\_\_

CONSAGRAÇÃO DE FILHOS A ENTIDADES (TAMBÉM ATRAVÉS DE PASSES )

FILHOS : \_\_\_\_\_ ENTIDADES : \_\_\_\_\_

FEZ PEDIDOS A ENTIDADES A FAVOR DE ALGUÉM. PARA QUEM, O QUE PEDIU E QUE ENTIDADES ? \_\_\_\_\_

FEZ PEDIDOS A ENTIDADES EM SEU PRÓPRIO BENEFÍCIO ? QUE PEDIU E QUE ENTIDADES ? \_\_\_\_\_

ASSENTAMENTO DE SANTO (ALTAR PARA O GUIA, QUANDO SE SABE QUE PERTENCE A ÊLE ). PARA QUAL SANTO ? \_\_\_\_\_

MARCAS NO CORPO DE CORTES À NAVALHA.  MARCAS NO CORPO DE SURRAS DE ERVAS.

MARCAS NO CORPO DE TATUAGENS.

BATIDAS DE CABEÇA NO CANGÁ.  EM TÚMULO  EM ENCRUZILHADA

Fonte: Arquivo Pessoal.

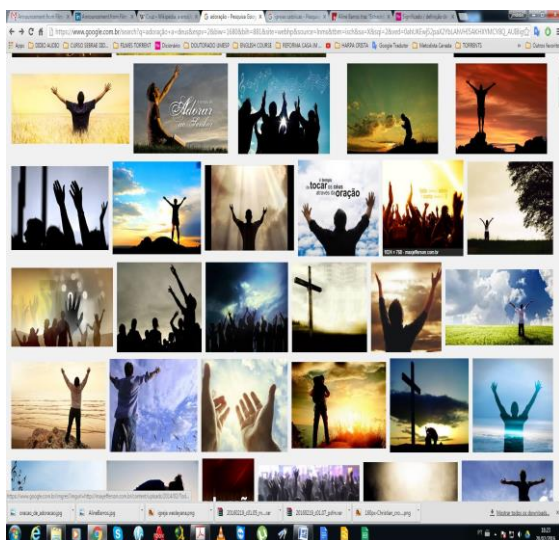
### 3.7 O Corpo nas artes: a representação da *adoração* e o *páthos* do imaginário da liberdade.

Retomando a questão do significado simbólico da adoração, numa pesquisa temática no *Google* encontramos uma infinidade de imagens relacionadas à adoração, contudo se observa que o *páthos* presente nesta reprodução tem sua referência secular em relação a liberdade.

Na observação das imagens e dos locais onde elas estão locadas, há um mimetismo associado às figuras de liberdade e adoração (fig.136 e 135). As referências imagéticas de liberdade foram apropriadas pelos evangélicos e ressignificadas para

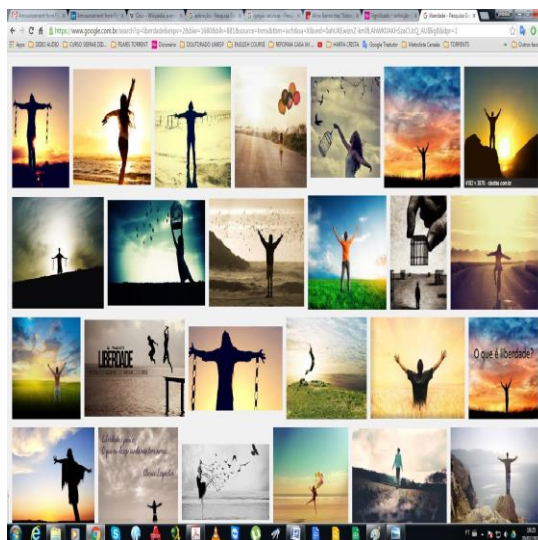
adoração. Este processo reflete o discurso evangélico dos movimentos neopentecostais ao considerarem suas práticas litúrgicas e expressões corporais durante os cultos mais 'livres e espontâneas' em relação às denominações consideradas por eles mais 'tradicionais'.

Figura 135 Adoração



Fonte: (Adoração, 2016)

Figura 136 Liberdade



Fonte: (Liberdade, 2016)

Cabe ressaltar que os problemas com a corporeidade nas igrejas protestantes, aliado ao crescimento dos movimentos neopentecostais influenciados pela cultura estadunidense, proporcionaram um 'resgate' das expressões corporais nestes cultos, reuniões e shows evangélicos.

Portanto, essa imagem de liberdade, passa a ser uma reivindicação dos movimentos neopentecostais, representando através das imagens, uma mensagem de afirmação de sua liberdade ao levantar as mãos, pular, saltar e gritar em seus encontros religiosos. Por outro lado, há uma busca mimética por igualdade às expressões dos shows, espetáculos e apresentações seculares com uma roupagem evangélica, sacralizando essas imagens dentro do contexto da fé cristã. Para isso, a utilização da carga emocional das imagens que Warburg (2010) aborda é fundamental para a incorporação e aceitação destes mimetismos tanto pelo viés do mercado evangélico como de seu público. Com isso, os *páthos* seculares dessas imagens tem o poder de se apresentarem iconograficamente como **presença mágica**, como **representação mimética** e como **simulação técnica** (WULF, 2013).

Figura 137 Congresso de Louvor Diante do Trono 2017



Fonte: (Lagoinha.Com, 2017)

Esses três aspectos de Wulf (2013) se apresentam, como vemos na figura 137 a presença mágica dos artistas musicais tem o poder mágico de transformar e sacralizar o local onde realizam os eventos seja ele uma casa de shows, um antigo cinema, ou até mesmo espaços destinados às festas populares, como é o caso da gravação do DVD *Manaus Diante do Trono* realizado no Sambódromo da cidade.

As relíquias santificam tanto o local quanto os participantes do ritual. [...] a encarnação idolatrada do sagrado e os resultados salutareos esperados na esteira das práticas rituais é estabelecida naquilo que podemos chamar como mágico (WULF, 2013, p. 30).

A representação mimética conduz à semelhança como aponta Wulf: “Pode se afirmar que agir e aprender mimeticamente não significa somente ‘imitar’, mas também ‘tornar-se semelhante’” (WULF, 2013, p. 28). Através desta busca por semelhança com os shows e espetáculos seculares, o que se caracterizava como somente um evento religioso, é ressignificado no *gospel*, como *shows* e espetáculos. A simulação técnica deixa claro que hoje na sociedade tudo é transformado em imagem: corpos transformados, imagens transformadas em outras imagens (figura 137).

Com a busca do corpo e estética ideal para o evangélico contemporâneo, o crescimento no uso de redes sociais por parte dos evangélicos e a quantidade intensa e veloz de circulação de imagens através dos dispositivos eletrônicos, corroboram para uma transformação na relação entre evangélico e imagem.

Assim, se observou que a sacralização do corpo no mercado abriu outras portas para a liberação não somente ao consumo, mas às expressões do corpo nas artes. De certa forma, o desprendimento do corpo ascético (WEBER, 2004) através do desenvolvimento do capitalismo e a ressignificação através do corpo estético tem contribuído para o crescimento desse processo de consumo de imagens.

Estas transformações e as ressignificações na forma como a imagem tem sido utilizada a partir das concepções mercadológicas, do consumo, da tecnologia e na distribuição veloz de imagens vai desembocar no processo de devoração de imagens, no qual é intitulado de iconofagia *gospel* como se verá a seguir.

## CAPÍTULO 4

### **A Iconofagia *gospel*: uma imagem vale mais que mil palavras**

#### **4.1 O “*espírito*” do capitalismo: a liberalização do consumo nas artes *gospel*.**

Como foi apresentado anteriormente no capítulo 1, os evangélicos se representavam iconograficamente em conformidade com as teologias puritanas que enfatizavam a separação entre mundo e igreja, sacro e profano, objetivando um mundo dicotômico onde a vida secular era o lugar ‘espiritual’ e geográfico da perdição, do mal, e que como tal, a igreja deveria se isolar, ou pelo menos, se manter distante das práticas e costumes considerados ‘mundanos’ [como forma de preservação] que implicasse numa participação cultural e artística na sociedade moderna. No entanto, desde o crescimento do capitalismo, Max Weber em *A ética protestante e o espírito do capitalismo*, já havia identificado que os protestantes possuíam uma ‘alegria com o mundo’ e que a questão da ascese protestante no calvinismo não via a prosperidade financeira como um problema ou obstáculo à performance de seus líderes.

A ascese protestante intramundana — para resumir o que foi dito aqui — agiu dessa forma, com toda a veemência, contra o *gozo* descontraído das posses; estrangulou o *consumo*, especialmente o consumo de luxo. Em compensação, teve o efeito [psicológico] de liberar o *enriquecimento* dos entraves da ética tradicionalista, rompeu as cadeias que cerceavam a ambição de lucro, não só ao legalizá-lo, mas também ao encará-lo (no sentido descrito) como diretamente querido por Deus. A luta contra a concupiscência da carne e o apego aos bens exteriores *não* era, conforme atesta de forma explícita o grande apologista dos quakers, Barclay, junto com os puritanos, uma luta contra o *ganho* [racional] [mas contra o uso irracional das posses]. (WEBER, 2004, p. 155)

Como parte do *espírito capitalista*, o protestantismo mantinha o distanciamento do prazer e do consumo de luxo, e da luta contra a ‘carne’, entretanto, a busca por posses permaneceu impulsionando o ganho financeiro. No âmbito do corpo, Weber sustentava a noção do corpo ascético, “na qual os prazeres a carne são negados através do desvio

(*thrift*) e do trabalho árduo no ‘chamamento’ como sinal da graça de Deus” (CUNHA, 2014, p. 25)

Atrelado a isso, a revolução industrial a partir do séc. XVIII, proporcionou uma mudança na forma de relacionar com o mercado através da lógica dos processos produtivos e do consumo de produtos. Com o desenvolvimento industrial-tecnológico, surge a produção em larga escala, as melhorias nos processos de distribuição por meio do transporte em massa e a chegada dos produtos aos locais de venda, finalizando o processo no público consumidor através do quadrinômio – produção, distribuição, comercialização e consumo. Esse desenvolvimento desencadeou na ótica do consumo uma crescente busca por bens, que fundamentalmente caracterizou-se na busca pela satisfação de necessidades e a captação de recursos financeiros (dinheiro) para provê-las, e conseqüentemente uma mudança do ser religioso com o corpo. A sociedade contemporânea e conseqüentemente o protestantismo, passam então, por transformações nas suas relações com o consumo, que posteriormente, iriam ser novamente transformados principalmente na corporeidade com a chegada revolucionária da fotografia.

**Figura 138** Primeira Fotografia feita por Nicéphore Niépce em 1826.



Fonte: (Fotografia, 1826)

O surgimento em 1826 da fotografia (fig.138) coincide com o desenvolvimento da filosofia positivista que defendia uma busca pelo conhecimento exato do mundo sensível, o que proporcionou uma alteração na relação das ciências com as artes apresentando uma emoção visual mais presente e tangível, modificando o mundo das imagens através da nova forma de reprodução que surgia no ambiente visual: o registro em filme e papel fotográfico (RIBEIRO, 2004).

A possibilidade da reprodução das imagens e o crescente processo do quadrinômio do mercado fomentaram o surgimento da indústria cultural no séc. XX, indústria esta que, segundo Adorno e Horkheimer (2002), promoveu uma maior inserção ao sistema de incorporação das dinâmicas e regras do mercado e do capitalismo, possuindo padrões que se repetem com a intenção de formar uma estética ou percepção comum voltada ao consumo, explorando estes elementos pela cultura e, mais especificamente, pelas artes (ADORNO, 2002).

A cooptação dos dois universos da arte — estética e seu público — permite perceber a intrínseca relação que ganhou forma e passou a mover a indústria da arte e a cultura de massa, promovendo uma mudança de paradigma econômico e visual dentro das leis do mercado e do consumo, voltando uma maior atenção para o uso da imagem artística e, conseqüentemente, convertendo-a tanto numa forma de divulgação e propaganda de um produto ou de uma marca, como na própria arte em si enquanto produto de consumo. Segundo Serroy e Lipovetsky (2015), com o duo de arte e mercado, os interesses são voltados para o sucesso imediato e temporário, como para a busca do lucro com vistas às demandas do público, surgindo a arte comercial integrada no capitalismo artista (SERROY e LIPOVETSKY, 2015).

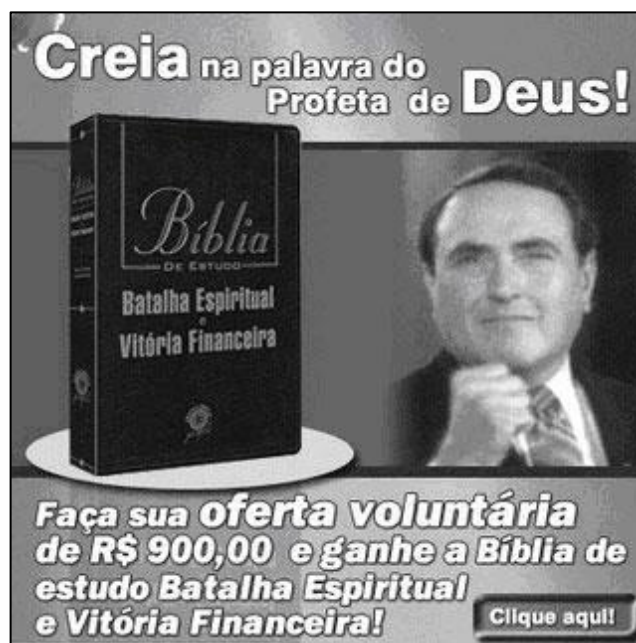
Na contemporaneidade o consumo não é somente a busca pelo que é necessário à sobrevivência, mas reflete uma preocupação com o corpo na busca pelo acessório, pela satisfação do desejo que excede o necessário e pelo desejo que é controlado pela necessidade do novo (CUNHA, 2014), caracterizando a sociedade moderna como uma sociedade em busca do prazer centrada no hedonismo consumista, trazendo a discussão sobre o corpo e de suas ressignificações na sociedade de consumo.

No cenário evangélico, a questão do consumo e do corpo não foi diferente. Ricardo Mariano (1999) e Magali Cunha (2004) apontaram que os evangélicos de uma forma geral se mantiveram presos a rígidos estereótipos de regulação do corpo que atuaram durante décadas do protestantismo no Brasil. Com o avanço dos grupos neopentecostais (MARIANO, 1999) e do surgimento de uma *cultura gospel* (CUNHA, 2007), o quadro mudou, promovendo um afrouxamento que proporcionou transformações no corpo, mais especificamente na moda e estética, que refletiram nas produções iconográficas em relação à imagem dos evangélicos. O pastor Caio Fabio em entrevista ao Jornal O Globo, em 14 de novembro de 1993 relatou que “O visual dos evangélicos avançou rapidamente nos últimos dez anos. Por isso, o estereótipo do crente, de Bíblia sob o braço, terno e gravata, não tem mais nada a ver com a realidade” (CAIO FABIO apud MARIANO,

1999, p.187), ocasionando o que Ricardo Mariano denominou de uma “liberalização dos tradicionais usos e costumes de santidade pentecostal” (MARIANO, 1999, p. 187). A respeito das mudanças corporais, Magali Cunha (2004) salienta que houve uma valorização do corpo, incluindo um “desenvolvimento de um individualismo marcado pela ética do sucesso e pelo hedonismo. E aqui o corpo passa a ser um valor central” (CUNHA, 2007, p. 179).

A iconografia *gospel*, seguindo a dinâmica do individualismo que permeia a sociedade contemporânea e o mercado secular, se utilizou como fundamentação teológica para legitimar o sucesso financeiro, o consumo e as transformações artísticas, de teologias como a da prosperidade e da batalha espiritual.<sup>127</sup> Isso se apresenta através da vasta produção iconográfica evangélica e de sua estratégia mercadológica, no intuito de fomentar o mercado visual. Essas teologias estão incorporadas no imaginário teológico contemporâneo e vão sendo reproduzidas inclusive na bíblia, considerada um dos símbolos sacros dos evangélicos brasileiros, como se observa no caso da *Bíblia de Estudo Batalha Espiritual e Vitória Financeira* (fig.139), produzida pela Editora Central Gospel, de propriedade do pr. Silas Malafaia.

**Figura 139** Propaganda da Bíblia da Batalha Espiritual e Vitória Financeira



Fonte: (REZENDE, 2010)

O pastor foi alvo de polêmicas no lançamento da bíblia em 2009 ao trazer o pastor estadunidense Morris Cerullo [um dos grandes representantes da teologia da

<sup>127</sup> Muitas autoras e autores se debruçaram na análise desse fenômeno no meio evangélico. Entre eles: Leonildo Campos (1997), Ricardo Mariano (1999), Magali Cunha (2004).

prosperidade nos Estados Unidos] em seu programa televisivo para falar sobre prosperidade, além de usar sua imagem na propaganda da bíblia (fig.139).<sup>128</sup>

Quando o programa estava no ar, Cerullo passou ainda uma nova “revelação” de Deus, dada especificamente para o programa (ele diz que não combinou nada com o Pr. Silas). Segundo ele, Deus lhe pediu para falar a todos os telespectadores que, em alguma época de suas vidas receberam promessas financeiras, mas que até aquele dia nada havia mudado em suas finanças. Cerullo disse (que Deus disse) que se estas pessoas fizessem uma “oferta voluntária” de R\$ 900,00 (novecentos reais) todas as promessas financeiras seriam cumpridas até o dia 01 de janeiro de 2010. (CACP, 2013)<sup>129</sup>

Como foi apresentada anteriormente no capítulo 2, a teologia da prosperidade é muito presente entre pastoras e pastores, líderes, cantoras e cantores *gospel*, sendo divulgada dentro do binômio música e palavra; letras de música e sermões são veículos para promulgar e justificar a prosperidade econômica, que imbutida nela, alimenta o desejo e o consumo no meio evangélico.

Mesmo que se apresente uma teologia amplamente difundida entre as denominações evangélicas, por outro lado, a teologia da prosperidade também encontrou uma rejeição por algumas denominações e lideranças evangélicas (MARIANO, 1999).

Apesar dos conflitos dentro do cenário evangélico, a teologia da prosperidade atua incorporada no *gospel*, e particularmente no âmbito iconográfico, através das representações visuais embebidas nesta teologia pelo viés do mercado religioso presente entre as mais diversas artes, continuando a legitimar e sacralizar as produções pertencentes à *arte para o mercado*, através de um hibridismo de linguagens e técnicas cooptadas das teorias do *marketing* e da comunicação visual, com um discurso teológico que incorpora a conquista de mercado e as vendas como uma resposta de Deus, configurando como uma benção espiritual e uma conquista em nome de Deus para o objetivo maior que é a ‘propagação do evangelho’, de certa forma, invertendo a polaridade do próprio discurso tradicional a respeito do pecado, justificando-o não para o acúmulo de riquezas, mas mantendo a crítica contínua para o “uso irracional das

---

<sup>128</sup> Cerullo já havia lançado anteriormente uma bíblia sobre o tema da prosperidade intitulada *Financial Freedom Bible* (Bíblia da Liberdade Financeira). A bíblia é endossada por nomes da teologia da prosperidade estadunidense como *Benny Hinn*, *Myles Munroe*, *David Cerullo* (filho de *Morris Cerullo*) e *Mike Murdock* (que já esteve no programa do pastor Silas Malafaia entre os anos de 2010 e 2012). Ver: <http://www.financialbible.tv/>

<sup>129</sup> Cabe ressaltar que fazendo uma busca no site da Central Gospel em 10 de maio de 2019, a bíblia não aparece mais para venda no site da loja.

posses” (WEBER, 2004, p. 155), na tentativa de tornar o problema subjetivo, de ordem privada, visando a absolvição de críticas.

A teologia da prosperidade, em suma, fomenta o que hoje pode ser identificado na cultura visual evangélica como *capitalismo artista*. Ao incorporar técnicas do mercado secular, a iconografia *gospel* emprega o modelo mimético que visa o enriquecimento através daquilo que Lipovetsky e Serroy (2015) chamaram de *hiperconsumo estetizado*, onde o consumidor fica cada vez mais desejoso

Por produtos cosméticos, *spas*, cirurgia estética [...] O capitalismo artista não só desenvolveu uma oferta proliferante de produtos estéticos, como criou um consumidor faminto de novidades, de animações, de espetáculos, de evasões turísticas, de experiências emocionais, de fruções sensíveis e emocionais [...] A estética entrou, assim, na era do hiperconsumo de massa. (SERROY e LIPOVETSKY, 2015, p. 62)

O rompimento das teologias escapistas do mundo como afirmou Magali Cunha (2007), em prol do satisfação do corpo, através do consumo e de uma maior inserção no sistema sócioeconômico (CUNHA, 2007), promove a dinâmica do capitalismo artista presente nas artes comerciais *gospel*. Atualmente, isso é visível na aliança iconográfica entre símbolos religiosos e marcas seculares presentes nos segmentos da moda, estética e nas artes evangélicas de uma forma geral, visando atender as demandas consumistas impostas ao corpo.

A disseminação da teologia da prosperidade é realizada nos púlpitos, que se tornaram ambientes propícios para a exploração iconográfica no intuito de doutrinar e legitimar os instrumentos que proporcionam o consumo [cartões de crédito], como o próprio consumo em si [o produto desejado para o consumo], como é o caso de lançamento de cartões de crédito, entre outros diversos produtos durante os cultos evangélicos.

O pastor André Valadão lançou em 2019 o cartão BMG/Fé<sup>130</sup> em parceria com o banco BMG. Sua justificativa perante o público evangélico foi que o “brasão ‘Fé’ é uma marca comercial que disponibiliza para o mercado inúmeros produtos e agora também um cartão para empréstimo consignado” (Gospel Prime, 2019).

---

<sup>130</sup> Não é o foco desta pesquisa ampliar a discussão sobre o consumo e as polêmicas que envolvem o cenário evangélico, mas cabe destacar que a Igreja Batista da Lagoinha fez uma nota de esclarecimento se isentando de qualquer responsabilidade pelo cartão, afirmando que a marca Fé e seus produtos pertencem ao cantor e pastor André Valadão. Ver: <https://www.lagoinha.com/ibl-noticia/nota-de-esclarecimento-cartao-de-credito-da-marca-fe-do-pr-andre-valadao/> e a justificativa do próprio André Valadão: <https://www.youtube.com/watch?v=ILDxgzv51hk>

**Figura 140** Lançamento Cartão de crédito BMG Card/Fé — 2019



Fonte: (Gospel Prime, 2019)

Dentre os diversos elementos que compõem a imagem da figura 3, a análise iconológica identifica cinco elementos que formam o eixo principal desta imagem: o espaço religioso (fig.140), o pastor (fig.140A), o púlpito (fig.140B<sup>131</sup>), a bíblia (fig.140C), o cartão de crédito da empresa BMG (fig.140D) e a logomarca de André Valadão (fig.140E) que contém a palavra 'Fé'. A análise observa da utilização dos elementos iconográficos sacros como mecanismos de legitimização e sacralização do mercado e do consumo nesta fotografia: Primeiramente, o espaço religioso, a bíblia, o púlpito, o pastor e a música que representam respectivamente, a casa de Deus (local sagrado), a palavra de Deus [texto sagrado], o lugar de onde ela é anunciada [altar, lugar sagrado]; o pastor, como aquele que é o portador e a voz de Deus, ou aquele que fala 'em nome de Deus' [o sacerdote, a pessoa consagrada para isso](fig. 140A, 140B e 140C). O outro elemento que se apresenta é a imagem do cartão de crédito com o logo do banco

<sup>131</sup> Nota do autor: A letra B foi posta em amarelo para se tornar visível em relação ao fundo preto da imagem.

BMG do lado esquerdo do cartão (fig.140D) e do lado direito do cartão, a marca do brasão ‘Fé’ que foi lançada em 2000, sendo utilizada em camisetas, capacetes, calçados, produtos escolares e cosméticos, como marca dos produtos pertencentes à carreira musical do pastor (fig. 140E). Nesse sentido, a utilização e o imaginário presente no *local sagrado*<sup>132</sup>, *texto sagrado*, *lugar sagrado*, *pessoa consagrada* e *música sacra* para possui uma força potencializando o produto ‘cartão de crédito’, legitimando e sacralizado por intermédio destas imagens religiosas carregadas do *páthos* teológico, de uma energia emocional produzida há séculos no imaginário cristão, detentora do poder de convencer os ouvintes e participantes do culto.

Dentro dessa ótica de consumo e desenvolvimento de produtos, além da figura dos líderes religiosos como pastoras e pastores, as cantoras e cantores *gospel* passaram a ser iconizados e sacralizados para um outro mecanismo da produção visual secular, através da instalação de ferramentas como a comunicação visual e de elementos de fortalecimento de uma identidade visual para seus artistas como parte de estratégia de *marketing* desenvolvidas na cultura visual evangélica. Com isso, o distanciamento dos artistas *gospel* de seu público e de sua comunidade visando uma projeção de mercado, transformou os aspectos iconográficos e o discurso teológico desses ministérios voltados ao âmbito do comunitário, [ou seja, das pessoas da comunidade e do senso de ‘corpo de cristo’ cantadas pelas letras do grupos musicais de louvor e adoração], para um direcionamento visual voltado para o indivíduo, desconstruindo a configuração dos chamados ministérios de louvor.

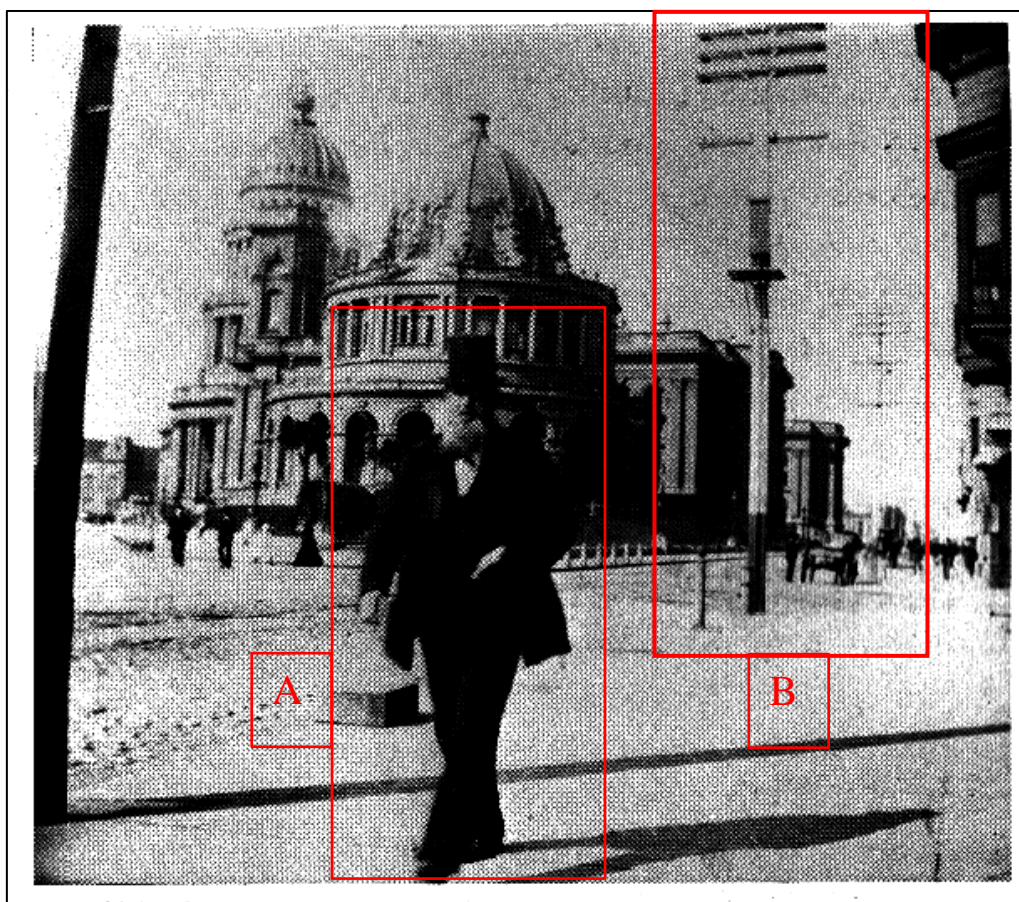
#### **4.2 Aby Warburg e a serpente digital: a velocidade das imagens.**

Antes de se adentrar as questões iconofágicas específicas dentro do *gospel*, cabe destacar que a tecnologia tem um papel preponderante no que tange à velocidade da informação e conseqüentemente, da reprodutibilidade de imagens como preâmbulo das devorações imagéticas na contemporaneidade. Neste aspecto, o pensamento warburgiano em seu livro *O ritual da serpente* (2004), aponta uma relação de verossimilhança no âmbito tecnológico e no ideológico, com o que Warburg chamou de *serpente de cobre*.

---

<sup>132</sup> Edin Abumanssur aponta que há uma discussão do papel dos espaços religiosos em relação à sua função no cenário protestante, pentecostal e neopentecostal. (ABUMANSSUR, 2004). Contudo, neste caso, a abordagem procura se ater na questão que envolveu a utilização de um espaço religioso para a divulgação do cartão de crédito e de sua representatividade iconográfica no que tange ao sacro e consumo.

Figura 141 O Tio Sam



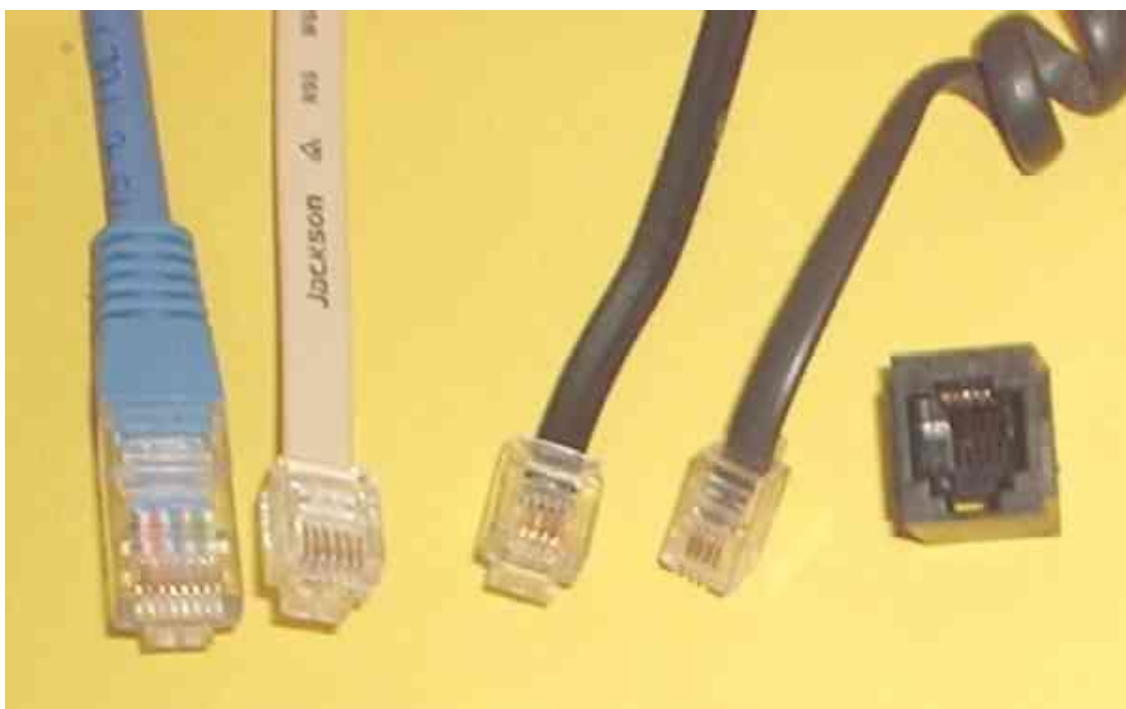
Fonte: (WARBURG, 2004)

Esta tarde pude lhe mostrar, ainda que de maneira superficial, a atual sobrevivência do culto mágico da serpente como exemplo da condição primordial do ser humano, em cuja domesticação, abolição e substituição se engaja a moderna civilização. Consegui capturar, em uma foto aleatória tirada nas ruas de San Francisco, o conquistador do culto da serpente e o medo da tempestade, o herdeiro dos nativos e os garimpeiros que deslocaram o nativo: Tio Sam . Cheio de orgulho e com sua cartola, ele caminha pela rua em frente à imitação ondulante de um prédio antigo, enquanto o cabo elétrico se estende sobre o chapéu (fig.28). Através desta cobra de cobre, Edison desnudou a natureza do raio. A cascavel já não causa medo ao americano contemporâneo: longe de adorá-la, tenta extingui-la. A única coisa que é oferecida à cobra hoje é o seu extermínio. O raio capturado no cabo e a eletricidade acorrentada criaram uma cultura que aniquila o paganismo. (WARBURG, 2004, p. 65-66)

Partindo de uma analogia ao pensamento warburgiano no mundo contemporâneo, não é exagero afirmar que o poder ideológico e econômico representando no Tio Sam (fig.141A) e a “sobrevivência do culto mágico da serpente” (fig.141B) (WARBURG,

2004, p. 65) é assim, presente através da Internet. O seu advento proporcionou uma revolução na forma e nos formatos de transmissão de dados nas últimas décadas, impactando diretamente a relação com as imagens. O surgimento da Internet se originou a partir da Arpanet, uma rede de computadores montada pela Advanced Research Projects Agency (ARPA), em setembro de 1969. Formada pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos, a Arpanet, em parceria com cientistas da Universidade Stanford, criaram uma rede interativa de computadores com tecnologia revolucionária capaz de tornar possível a comunicação não somente entre seus próprios computadores, mas com outras redes de computadores, o que gerou o protocolo TCP/IP, o padrão que a Internet utilizada até hoje. (CASTELLS, 2003). Desta forma, o mundo contemporâneo passou a cultivar a serpente digital (fig.142), ou seja, a serpente elétrica de Warburg (serpente de cobre) passou a procriar outras serpentes, transformando o mundo e criando uma nova era, a era digital.

**Figura 142** Serpente digital - Cabo de Rede



Fonte: (Cabo de Rede, 2019)

A serpente digital tem gerado implicações na forma como os seres humanos tem se relacionado com a tecnologia, produzindo o fenômeno da cultura RAM (BREA, 2007) que corrobora nos mecanismos de consumo e reprodutibilidade imagética no *gospel*, caracterizado pelo processo de velocidade com que as imagens transitam na sociedade e

paralelamente, sua fugacidade. Para Brea (2007), a sociedade atual é comparada ao computador, possuindo uma memória temporária<sup>133</sup> e outra de armazenamento.

[...] que o tipo de memória que produz a cultura não é tanto uma de arquivo (e *back-up*, uma *memória de disco rígido* para entendermos, ROM na linguagem informática). Mas sim, e sobretudo, uma *memória de processo*, de interconexão ativa e produtiva dos dados (e de interconexão também das máquinas entre as que se encontram distribuídas, em rede); uma *memória de programa* e processamento (a *memória do processador*, RAM, de volta a linguagem informática) e não mais uma de arquivo; uma *memória rede* e não mais uma memória documento; uma *memória constelação*, fábrica, e não mais uma memória de depósito, armazém. (BREA, 2007, **tradução minha**)<sup>134</sup>

A memória que predomina na sociedade contemporânea não é mais a memória que armazena as informações, mas sim, a memória transitória, que juntamente com o processo da velocidade da comunicação e dos processos de reprodutibilidade das imagens, tem ocasionado a aceleração não somente do campo iconográfico, e a transformação social numa memória temporária, mas também ocasionando uma *aceleração social* e possivelmente da própria história (ROSA e SCHEUERMAN, 2009).

Assim, as artes evangélicas caminham nesta direção ao combinar arte, corpo, tecnologia, dentro de uma cultura RAM, produtora de uma cultura fugaz e fortemente tecnologizada na religião, indo na direção de criar ressignificações nos corpos e no imaginário evangélico, produzindo uma transitoriedade das imagens na sociedade contemporânea, uma iconografia em constante mutação que transforma diariamente a relação dos evangélicos com a imagem.

### 4.3 A espetacularização e o entretenimento das imagens

A influente relação do *gospel* com o entretenimento e com o espetáculo não é algo recente e foi amplamente observado e discutido por Cunha (2004). Com o

<sup>133</sup> A memória RAM (Random Access Memory) é uma memória de armazenamento temporário que utilizada para funcionamento de programas, diferentemente do HD (Hard Disk) que armazena de forma definitiva os dados após esses dados serem salvados no computador.

<sup>134</sup> Do original: Que el tipo de memoria que produce la cultura no es tanto una de archivo (y *back-up*, una *memoria de disco duro* para entendernos, ROM em la jerga informática). Sino más bien, y sobre todo, una *memoria de proceso*, de interconexión activa y productiva de los datos (y de interconexión también de las máquinas entre las que ellos se encuentran distribuidos, em red); una *memoria de programa* y procesamiento (la *memoria del processador*, RAM, de vuelta a la jerga informática) y no más una de archivo; una *memoria red* y no más una memoria documento; una *memoria constelación*, fábrica, y no más una memoria consigna, *almacén*.

desenvolvimento do espetáculo na iconografia evangélica, é possível identificar as dinâmicas que se associam e se complementam na sociedade do consumo e do espetáculo, estreitando de forma imbricada a relação entre mercado e religião.

O mundo presente e ausente que o espetáculo faz ver é o mundo da mercadoria dominando tudo o que é vivido. E o mundo da mercadoria é assim mostrado como ele é, pois seu movimento é idêntico ao afastamento dos homens entre si e em relação a tudo que produzem. (DEBORD, 1997, p. 28)

O espetáculo acontece na iconografia evangélica e o que se segue através deste fenômeno, alimenta o consumo e mais especificamente, em sua parceria de negócios com o mercado do entretenimento evangélico. “O que quer dizer civilização do espetáculo? É a civilização de um mundo onde o primeiro lugar na tabela de valores vigente é ocupado pelo entretenimento, onde divertir-se, escapar do tédio, é a paixão universal.” (LLOSA, 2012, p. 18).

Karina Bellotti (2010) observou no início do movimento *gospel* as produções infantis iconográficas e como as imagens foram se consolidando neste cenário agregando valor estético e de entretenimento cada vez mais significativo.

As imagens ganharam destaque na comunicação, a começar pela propaganda religiosa e secular, com reforço do mundo do entretenimento [...] A informática permitiu a convergência de linguagens de comunicação [...] aumentando a importância da qualidade estética como valor agregado ao conteúdo midiático. “Encher os olhos” tornou-se um imperativo para as grandes companhias de mídia. (BELLOTTI, 2010, p. 233)

Nas artes *gospel* de uma forma geral, se observou o uso massivo do entretenimento como lógica de atrair seguidores e consumidores para sua iconografia. Um exemplo dessa lógica é notado nos shows evangélicos. No aspecto visual e iconográfico, estas produções artísticas tem construído um sistema rentável combinando evento religioso com entretenimento cristão como o caso do Festival Promessas promovido pela Rede Globo de Televisão.

Figura 143 Festival Promessas 2011



Fonte: (MELLO, 2012)

Conforme a figura 143, a experiência visual com a utilização de simulações técnicas, telões, luzes e cores, a preocupação estética e o elemento sensorial, possibilita o encantamento, tratando a experiência religiosa como afetiva; do latim *Affectus*, afetado, cheio, tomado de. (*Affectus* in: SARAIVA, 2006, p. 47). Isso proporciona no campo da religião, um projeto de reencantamento do mundo tendo como instrumento o campo das artes, e particularmente com as imagens. Com isso, o paradigma da *sensação* no sentido türckiano, tem atuado como instrumento eletrizante na emoção do público consumidor de imagens artísticas *gospel* fomentando o entretenimento a partir do paradigma da sensação.

Um comercial está então no ápice de seu meio quando preenche o requisito daquilo que em francês é chamado *nerveux* – quando excita o sistema nervoso como um todo, prazerosa e eletrizantemente, em uma estrutura sensorial na qual o produto em questão se encontra firmemente inserido. [...] fato de que o comercial produz uma alta eletrização estética, de que se tornou um dos principais centros de intercâmbio entre arte e comércio. (TÜRCKE, 2010, p. 27).

Especificamente, no caso do entretenimento, o corpo caminha na *busca da excitação* ao incorporar nas práticas religiosas uma relativização do corpo por intermédio das artes, como no caso do cantar e dançar nos momentos cúlticos, nas apresentações

teatrais, nos filmes, nos shows musicais *gospel* “no sentido da libertação das restrições sociais e individuais,” (ELIAS e DUNNING, 1992, p. 105)

Desta forma, fazendo da diversão, do lazer e do entretenimento parte de uma expressão de espiritualidade onde o corpo é ‘livre’, procurando representar isso nas artes e nas imagens visuais deste cenário como forma de devoração do entretenimento secular como veremos a seguir nos processos iconofágicos.

#### **4.4 A iconofagia pura *gospel*: as devorações nas artes.**

O processo de midiatização no cenário evangélico tem corroborado para o processo de devoração das imagens nos mais diversos segmentos evangélicos, “A midiatização vem se afirmando como uma característica preponderante de várias igrejas e grupos religiosos, alterando práticas religiosas que são reconfiguradas e repensadas no contexto de uma sociedade igualmente midiatizada” (MATTOS, JUNIOR e JACKS, 2012).

Isso se tornou sinônimo de interação com os meios comunicacionais proporcionados pela sociedade *web* e atualmente, se observa que tanto artistas *gospel* como o público consumidor evangélico, investem na presença em redes sociais e na *web* como veículo midiático e como mecanismo de visibilidade junto a uma sociedade voltada para o espetáculo, para as imagens e para as devorações visuais.

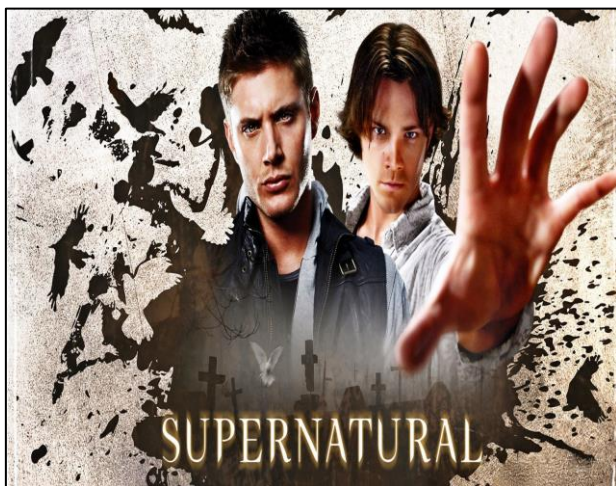
O termo cunhado por Norval Baitello (2005) é inspirado no conceito de antropofagia, escrito por Oswald de Andrade no *Manifesto Antropofágico* de 1928. A iconofagia, segundo Baitello é um fenômeno que se constituiu nos processos comunicacionais mediados por imagens através do que o classificou de devoração de imagens, juntamente com a voracidade por imagens e a gula das próprias imagens.

A iconofagia é configurada a partir de quatro devorações: primeiro, a antropofagia pura (corpos devoram corpos), onde Baitello realiza um estudo comparativo e simbólico utilizando-se do exemplo da apropriação física dos corpos passando para uma compreensão da apropriação simbólica, antropofágica, do espaço e seus recursos e do tempo.

A segunda devoração é a iconofagia (pura) onde imagens devoram imagens (abaixo na figura 18), “a apropriação das mentes e de suas imagens nem sempre passam pela relação direta de apropriação entre dois corpos, sofrendo nestes casos um processo de mediação pelas imagens. É então que teremos o surgimento da iconofagia.” (BAITELLO, 2005, p. 94).

Cabe destacar que nesse processo de apropriação das imagens seculares pelos evangélicos, a iconofagia pura acontece através das imagens cooptadas pelo mercado secular. Desta forma, as imagens que possuem uma carga emocional, que toca emocionalmente no indivíduo são incorporadas a partir de uma referência emocional já presente no *páthos* destas imagens.

**Figura 144** Série estadunidense Supernatural



Fonte: (Justwatch, 2005)

**Figura 145** CD Sobrenatural de André Valadão



Fonte: (Andre Valadao, 2008)

Essas apropriações e devorações são um fenômeno constante na produção evangélica. Na figura 144 temos a imagem produzida para a divulgação da série estadunidense *Supernatural* produzida pela *Warner Brothers*, lançada em 2005. A série aborda o tema de fantasia sombria urbana com traços modernos, surgindo figuras espirituais como anjos e demônios que se enfrentam na luta entre o bem e o mal.

Em relação à figura 145, se observa a capa do CD de André Valadão intitulado *Sobrenatural* lançado em 2008. Iconologicamente, a imagem adotada para a capa do CD é construída tendo a mão do cantor André Valadão, na mesma posição da mão do personagem da série (fig. 145), o olhar objetivo em direção ao observador, alinhado com a mão no intuito de transmitir alguma espécie de poder.

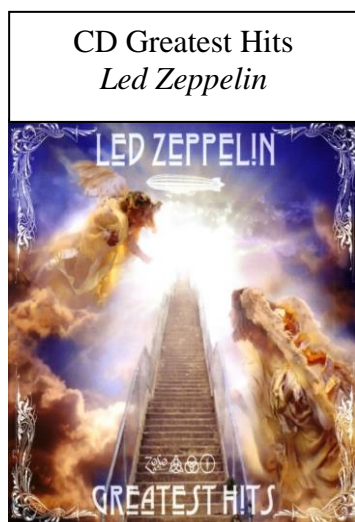
Na série, a postura da mão erguida está relacionada com a expulsão de espíritos do mal, já no caso do CD de André Valadão, o sentido de estender as mãos, de acordo com a teologia presente na Igreja Batista da Lagoinha, está associado ao ato de abençoar ou transmitir unção e/ou poder do Espírito Santo sobre a vida de outra pessoa. (PEREIRA, 2011). Tal prática é muito comum nos cultos evangélicos que adotam uma interpretação teológica neopentecostal, onde a pessoa possuída de autoridade divina pode estender a

mão e abençoar ou ‘profetizar ou determinar bênçãos e unção’. Outro elemento importante é a apropriação do nome da série. O título do CD *Sobrenatural* é uma tradução do título da série que vêm da palavra inglesa *Supernatural*, deixando claro a intenção da proposta do CD.

A análise iconológica da iconofagia *gospel* pura perpassa também pelo conceito de Warburg da *Nachleben* (sobrevivência do antigo, as imagens que sobrevivem e nunca morrem; elas desaparecem e reaparecem) (WARBURG, 2010). Desta forma, a observação das imagens exógenas (BELTING, 2012) produzidas no *gospel*, possuem uma estreita relação no sentido de captar a força das imagens que se mantem no tempo e particularmente na contemporaneidade, transladando imagens do cenário evangélico estadunidense e do mercado secular brasileiro, para dar projeção e força para estas imagens no mercado consumidor evangélico.

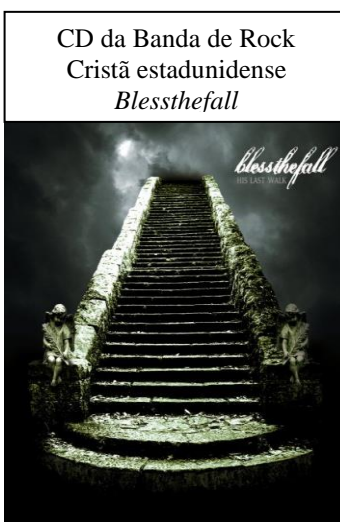
O *gospel* capta as imagens, desprendem de seu contexto e as reutilizam em suas produções, o que Warburg chamou de “ornamento em movimento”, o poder das imagens se deslocarem no tempo (WARBURG, 2010), como se observa abaixo, na produção do CD do cantor *gospel* PG.

Figura 146



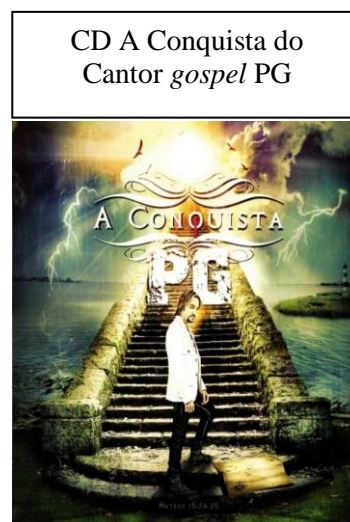
Fonte: (Led Zeppelin , 2008)

Figura 147



Fonte: (Blessthefall, 2007)

Figura 148



Fonte: (Cantor PG, 2010)

A figura 146 mostra o CD lançado em 2008 com a coletânea dos maiores sucessos da banda britânica de rock *Led Zeppelin* criada em 1968. A banda é considerada uma das maiores bandas de rock da década de 70. A imagem se trata de uma representação imagética produzida em 2008 da canção de maior sucesso da banda chamada *Stairway*

*to heaven* (Escadaria para o céu) contida no álbum de 1971, que influenciou a geração da década de 70, período que data do movimento *hippie*, do Festival de *Woodstock* e de onde surge a força, dentro do imaginário deste período, de uma escadaria para o céu.

A imagem mostra uma escadaria em direção ao céu, tendo dois anjos no meio das nuvens, com uma luz intensa no final da escadaria e o *Zeppelin* voando acima da luz. Já na figura 147 se observa a imagem de capa do CD *His last walk*, lançado em 2007 pela banda de *Metalcore*<sup>135</sup> cristã estadunidense *Blessthefall*, apresentando uma escadaria que também se direciona ao céu. No início da escadaria surgem dois anjos segurando ramos de palma e uma discreta luz surge entre nuvens escuras.

Na figura 148, se apresenta o CD intitulado *A conquista*, do cantor de rock *gospel* PG. Primeiramente, através da análise comparativa se percebe que a imagem da escadaria foi copiada do CD *His last walk* (figura 147). No alto, há uma luz no fim da escadaria que aparece entre nuvens e raios com pássaros voando ao redor, tendo no título do CD, especificamente na letra Q da palavra ‘conquista’, uma minúscula cruz em vermelho. Neste caso, a escadaria está sobre as águas do mar, tendo à direita um farol. Nos pés do cantor se encontra um mapa e uma citação da Bíblia no livro de Mateus 16. 24-26:

Então disse Jesus aos seus discípulos: Se alguém quiser vir após mim, renuncie-se a si mesmo, tome sobre si a sua cruz, e siga-me; Porque aquele que quiser salvar a sua vida, perdê-la-á, e quem perder a sua vida por amor de mim, achá-la-á. Pois que aproveita ao homem ganhar o mundo inteiro, se perder a sua alma? Ou que dará o homem em recompensa da sua alma? (BIBLIA, 2013)

Desta maneira, se pode perceber que a *Pathosformeln* do imaginário presente na canção *Stairway to heaven* (Escadaria para o céu) na figura 146, ou seja, a imagem carregada de energia e potência que permeou o rock dos anos 70, independentemente do tempo, transita, produzindo transformações e abrindo possibilidades de apropriações e ressignificações através do cenário *gospel*; o *Nachleben*, a imagem nunca morrendo, sempre ressurgindo em sua potência na história.

Neste caso específico, se observa nas figuras 147 e 148 que se trata de duas bandas de rock cristãs, o que explica a utilização de uma imagem com muita força emocional e afetiva no cenário do rock, entretanto, ressignificada com imagens e símbolos cristãos (anjos, cruz, luz e texto bíblico), pois “Toda imagem se apropria de imagens precedentes e bebe nelas ao menos parte de sua força” (BAITELLO, 2005, p. 95), como parte da iconofagia pura.

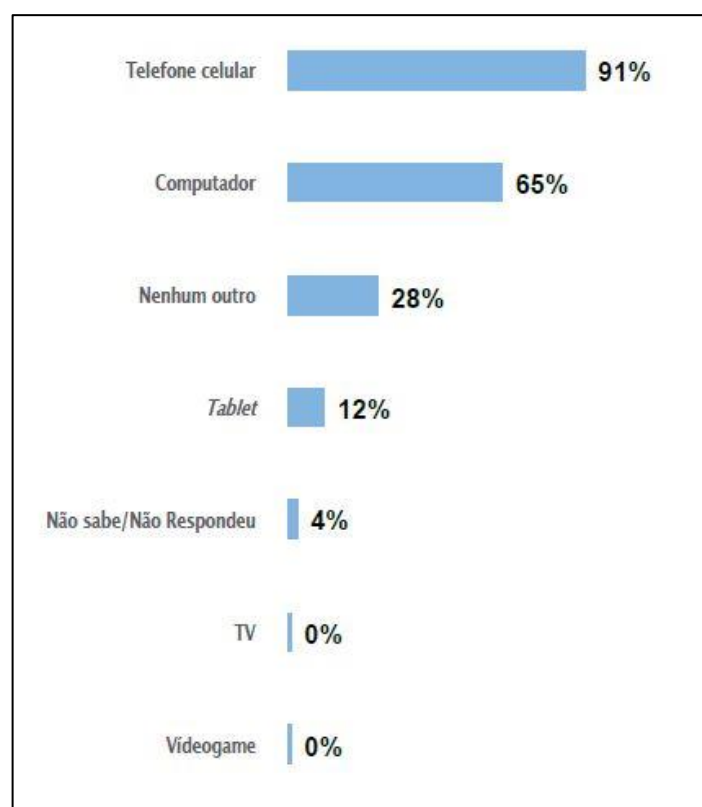
<sup>135</sup> Estilo musical influenciado pelo gênero do *heavy metal*, sendo uma derivação do rock.

As devorações de imagens do âmbito secular não se limitam aos *páthos* do mercado da música ou de qualquer arte *gospel*, mas também no traslado da iconografia secular em relação às mais diversas áreas do cotidiano evangélico. Há uma diversidade de imagens surgem a cada segundo neste cenário, contudo, citar-se-á como referência do que se tem produzido, tipos de imagens do que se tem produzido atualmente neste campo iconográfico e netnográfico.

#### 4.4.1 Memes<sup>136</sup>, imagens de “autoajuda evangélica” e humor *gospel*,

De acordo com Pesquisa Brasileira de Mídia, o telefone celular é o dispositivo mais utilizado pelas brasileiras e brasileiros para acessarem a internet, ficando na frente dos computadores e *tablets*.

**Figura 149** Pesquisa Brasileira de Mídia -2015



Fonte: (BRASIL, 2015)

<sup>136</sup> Além dos memes, existe uma infinidade de tipos de imagens que são utilizadas nos mais diversos formatos digitais como o *gif* que são pequenos fragmentos de imagens com movimento (animação).

Com sua popularização através dos *smartphones*, com câmeras fotográficas de alta resolução de imagem e o fácil acesso a ferramentas de edição, uma infinidade de *apps*<sup>137</sup> tem surgido e juntamente com eles, uma significativa produção de imagens. O termo *Meme* é definido como “uma imagem, informação ou ideia que se espalha rapidamente através da internet, correspondendo geralmente à reutilização ou alteração humorística ou satírica de uma imagem” (Dicionário Priberam, 2019). Além do *Meme* conter imagens, ideias reutilizadas, o meme se caracteriza pelo humor e dificuldade de identificação da origem da produção.

**Figura 150** Meme - Bola de Neve e Lagoinha



Fonte: Arquivo Pessoal

**Figura 151** Meme - O sangue de Jesus tem poder



Fonte: Arquivo Pessoal

O meme da figura 150 foi produzido a partir da reutilização de um personagem do desenho animado “Futurama” produzido pelos mesmos criadores do *The Simpsons*<sup>138</sup>. Já no caso da figura 151, a mulher que aparece no Meme é a reutilização de um vídeo que circulou na internet de uma mulher não identificada entoando um cântico evangélico “O sangue de Jesus tem poder, tem poder, tem poder!” e que posteriormente foi reaproveitada.

<sup>137</sup> Abreviação muito utilizada para a palavra inglesa *application*, que significa aplicativo.

<sup>138</sup>

Figura 152 Autoajuda evangélica



Fonte: Arquivo Pessoal

Figura 153 Humor



Fonte: Arquivo Pessoal

Além dos tradicionais versículos bíblicos em formato de imagem que percorrem a internet, outro tipo de figura se caracteriza com frases de “autoajuda” evangélicas, como retratada na figura 152 “Que seu domingo seja feliz e abençoado”, além de frases cooptadas do âmbito secular como “Você não conquista com palavras, e sim com atitudes”, além de figuras com frases de humor (fig.153).

#### 4.4.2 Os emoticons: a devoração pictográfica.

Os emoticons (fig.154)<sup>139</sup> surgem como parte das novas Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC), presente nos dispositivos móveis, sendo diariamente utilizados através de *apps* como *Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp*. (COSTA e CARNEIRO, 2019).

*Emoji* são pictogramas (símbolos pictóricos) que são normalmente apresentados em uma forma colorida e usados em linha no texto. Eles representam coisas como rostos, clima, veículos e edifícios, comida e bebida, animais e plantas, ou ícones que representam emoções, sentimentos ou atividades. (Unicode, 2019, **tradução minha**)<sup>140</sup>

<sup>139</sup> Também conhecidos como *emoji* ou *smile*.

<sup>140</sup> Do original: *Emoji* are pictographs (pictorial symbols) that are typically presented in a colorful form and used inline in text. They represent things such as faces, weather, vehicles and buildings, food and drink, animals and plants, or icons that represent emotions, feelings, or activities.

Figura 154 Emoticons e Hieróglifos



Fonte: Arquivo Pessoal

No caso do *gospel*, os emoticons passam a ser devorados e também amplamente utilizados como forma pictórica de comunicação. Um caso que explicita é o *emoticon* descrito pela *Unicode*<sup>141</sup> como agradecimento, prece ou oração (fig.155), muito utilizado pelos evangélicos (e por outras religiões).

<sup>141</sup> *Unicode* é uma empresa estadunidense criadora dos *emojis*, também presente em outros países.

**Figura 155** Emoji - agradecimento, prece ou oração



Fonte: (Unicode, 2019)

A sociedade contemporânea em seu processo iconofágico passa a substituir a fala e a escrita cada vez mais para o uso das imagens como meio de comunicação, pois hoje

Não mais vivenciamos, conhecemos e valorizamos o mundo graças a linhas escritas, mas agora graças a superfícies imaginadas. [...] O mundo não se apresenta mais enquanto linha, processo, acontecimento, mas enquanto plano, cena, contexto. (FLUSSER, 2008, p. 15).

Isso representa que a iconofagia pura no *gospel*, transformou de forma aparentemente definitiva a relação entre os evangélicos e as imagens, no que tange aos processos de devoração, percebendo que diariamente, imagens seculares são trasladadas para o cenário evangélico, sendo transformadas para o uso em geral.

#### 4.4.3 As devorações de imagens e símbolos pagãos.

Outro aspecto que demonstra a iconofagia pura das imagens seculares para o *gospel* é através dos mecanismos de ressemantizações utilizados no meio dos evangélicos e da apropriação de imagens e símbolos pertencentes a outras religiões, como no caso da loja de moda evangélica *Via Evangélica* (fig.156).

**Figura 156** Logo da Loja Via Evangélica



Fonte: (Via Evangélica, 2016)

O logo demonstra esta problemática da troca e do desaparecimento dos ícones e símbolos cristãos por apropriações de imagens de mercado que possuam uma *Pathosformeln* que já esteja incorporada no mercado secular. Neste contexto, o logo produzido pela loja contém a flor de lótus que nos dias atuais é muito associada à serenidade, pureza e perfeição pelo mercado secular, contudo o seu uso e o *páthos* que está, ou seja, a força emocional desta imagem advém da religião budista, “flores de lótus como assento ou como piso, em pé, ou uma flor para cada pé, pois é a flor que lhes representa o potencial para pureza absoluta e a perfeição da sabedoria. No simbolismo budista, o significado mais importante da flor de lótus é pureza do corpo e da mente.” (CHAMAS, 2013, p. 111).

Desta forma, as referências de mercado passam a produzir marcas e logos com as mais diferentes incorporações e apropriações de imagens de diversas religiões e culturas. Os símbolos cristãos permanecem em desuso em relação às produções mercadológicas no *gospel*. A exigência de um mercado que “disfarce” a questão religiosa é tangível através da iconografia evangélica contemporânea. Assim, quando se trata de moda *gospel* a imagem corresponde às ressignificações com os valores do mercado, e isto inclui a nomenclatura a ser utilizada na construção do *marketing*. Para se tornar mais abrangente, utiliza-se de nomenclaturas da moda secular em contrapartida aos estereótipos cristãos das décadas passadas [caracterizadas pela linguagem ‘crente’] possibilitando um amplo alcance do público evangélico e também não-cristão.

Contudo, o avanço da cultura visual evangélica nessa direção certamente não significa algo meramente pitoresco sem impacto, mas

sinaliza a imaginação de novas possibilidades, eventualmente, desejos e projetos, que se fortalecem e se articulam pelo aspecto performativo das expressões da cultura visual, inclusive, da cultura visual evangélica (RENDERS, 2018)

Tais práticas de incorporação das imagens e imaginários do consumo por parte das empresas de publicidade e *marketing*, são em boa parte, importadas dos movimentos da música *gospel*, neopentecostais estadunidenses (ROSAS, 2015), e também do mercado secular, trazendo à tona a discussão no processo da escolha dos ícones, na construção e ressignificação iconográfica neste cenário, como aponta Klein: "A ostensividade dos antigos ícones religiosos ressurge nos espetáculos religiosos contemporâneos" (KLEIN, 2006, p. 197).

**Figura 157** Maria, João e Maria Magdalena aos pés da cruz



Fonte: (Fatherjohn, 2013)

**Figura 158** Maria aos pés da Cruz



Fonte: (Everystockphoto, 2006)

**Figura 159** CD Eternidade- Fernanda Brum



Fonte: (BRUM, 2016)

Neste aspecto, as imagens e símbolos considerados pagãos pelos evangélicos (fig.157 e 158) ou símbolos pertencentes a outros grupos religiosos passam a fazer parte da iconografia evangélica. É através dos *páthos* de imagens do passado (figuras 157, 158) que vemos retratada na posição de oração/intercessão pelos evangélicos (figura 159), trasladada e devorada por empresas de *marketing* religioso, sendo ressignificadas, perduram como referências com base nas imagens da Virgem Maria. Neste caso, se repete o conceito warburgiano de *Engrama*, uma “atribuição de sentido energeticamente inverso” do uso da imagem da virgem. (WARBURG, 2010)

#### 4.5 A iconofagia e a antropofagia impura *gospel*: a era da visualização e devoração dos corpos evangélicos.

A terceira e quarta devoração são a iconofagia e antropofagia impura, no qual os corpos devoram imagens e as imagens devorando corpos através do consumo e da apropriação não necessariamente das coisas, mas das imagens como afirma Baitello: “O hodierno mecanismo de consumo de marcas e grifes, imagens criadas com base em procedimentos unilaterais de valoração, em laboratórios de marketing, demonstra à exaustão a presença de uma iconofagia patológica.” (BAITELLO, 2005, p. 96-97).

**Figura 160** Fila para fotos com a cantora Cassiane – Feira Expocristã - 2008



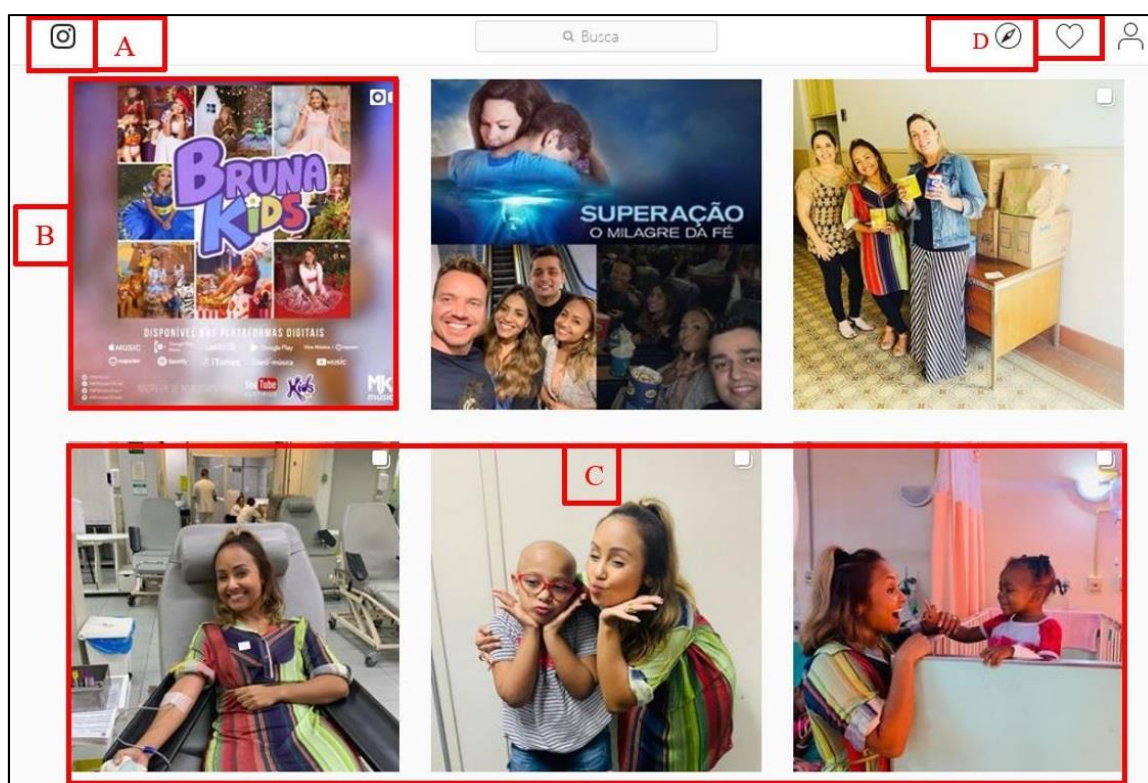
Fonte: Arquivo pessoal

A iconofagia impura (corpos que devoram imagens), apesar de controversa e polêmica por sua raiz iconoclasta, onde fãs e admiradores no *gospel* (fig.160), enfrentam filas, se esbarram e se amontoam por uma *selfie* e autógrafo com seus “deuses menores [...] muitas outras imagens, que julgamos possuir como troféus na parede” (BAITELLO, 2005, p. 97). Tais movimentos retroalimenta a devoração para que os artistas atuem através das mídias sociais e de shows, autografando produtos, respondendo perguntas em

redes sociais e tirando fotos para os seus fãs, no intuito de produzir mais “likes” ou curtidas em seus perfis como forma de valorizarem sua imagem e consequentemente suas marcas no mercado evangélico. O avanço no uso das redes sociais pelos mais diversos artistas *gospel*<sup>142</sup>, tem alimentado a iconofagia impura. Atualmente, uma das mais utilizadas por eles é o *Instagram*<sup>143</sup>. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia, o *Instagram* é a quarta rede social mais acessada no Brasil, ficando atrás do *YouTube* [rede social exclusivamente de vídeo e recentemente ampliada para música], *WhatsApp* [rede social de mensagens instantâneas] e da maior rede acessada no Brasil: o *Facebook* [rede social e mídia social] (BRASIL, 2015). O *Instagram*, tem como objetivo principal o compartilhamento de imagens e vídeos através da criação pelo usuário de uma conta pessoal e de um perfil.

#### 4.5.1 As *deusas* e *deuses* e suas devorações no *gospel*.

Figura 161 Instagram da cantora *gospel* Bruna Karla



Fonte: (Instagram Bruna Karla, 2019)

<sup>142</sup> Isso inclui os artistas pertencentes às mais diversas artes *gospel* como música, dança, teatro, literatura, pintura e cinema e seus desdobramentos.

<sup>143</sup> Existem diversas redes sociais na atualidade, entretanto, a rede escolhida para a análise foi o *Instagram* por ser dedicada ao compartilhamento de imagens. O “*Insta*” como é popularmente chamado, é uma rede social *online* criada em 2010 para o compartilhamento de fotos e vídeos no estilo de uma revista eletrônica pessoal. A interação acontece através de curtidas em forma de coração e comentários dos indivíduos que seguem a pessoa. Ver: [www.instagram.com](http://www.instagram.com)

A rede passou a ser uma das mais procuradas pelo público evangélico, como também pelos próprios artistas no intuito de divulgarem seus trabalhos. Seu ícone é uma câmera fotográfica (fig.161A), o *Instagram* é no formato de uma revista digital, permitindo que os artistas, como a cantora *gospel* Bruna Karla, postem fotos e vídeos de suas vidas profissionais [lançamentos de CD – fig.161B] e cenas do cotidiano como: almoço em restaurantes, hotéis, usando roupas e joias de grifes evangélicas e seculares [para divulgação das marcas] e também postagens de ações sociais (fig.161C) como visitas a hospitais, doação de sangue, entrega de mantimentos entre tantas outras temas que agregam valor simbólico e ‘espiritual’ às suas postagens, imprimindo crédito e ‘bom testemunho’ aos seus seguidores evangélicos.

A resposta do seguidor ao curtir uma foto representada iconograficamente por um coração (fig.161D), passa a legitimar e fortalecer o artista perante seu seguidores e consumidores de seus produtos, transformando os artistas em competidores numa corrida por inscritos no perfil do *Instagram* ou por curtidas [onde a imagem mostrando a doação de sangue (fig.161C) recebeu sessenta e uma mil e duzentas curtidas e quatrocentos e sessenta e oito comentários], tornado essa ação a tônica nesta rede social, onde as devorações acontecem através da quantidade de seguidores e do número de curtidas, estruturando a relação entre seguido e seguidor numa relação numérica pautada na quantidade de seguidores que esses artistas possuem, atribuindo assim à imagem o valor de um bem simbólico (BOURDIEU, 2013), alimentando tanto o processo iconofágico, como também o consumo simbólico dentro do mercado evangélico.

Desta maneira uma análise interna da estrutura de um sistema de relações simbólicas só consegue reunir fundamentos sólidos se estiver subordinada a uma análise sociológica da estrutura do sistema de relações sociais de produção, circulação e consumo simbólicos onde tais relações são engendradas e onde se definem as funções sociais que elas cumprem objetivamente em um dado momento do tempo. (BOURDIEU, 2013, p. 175)

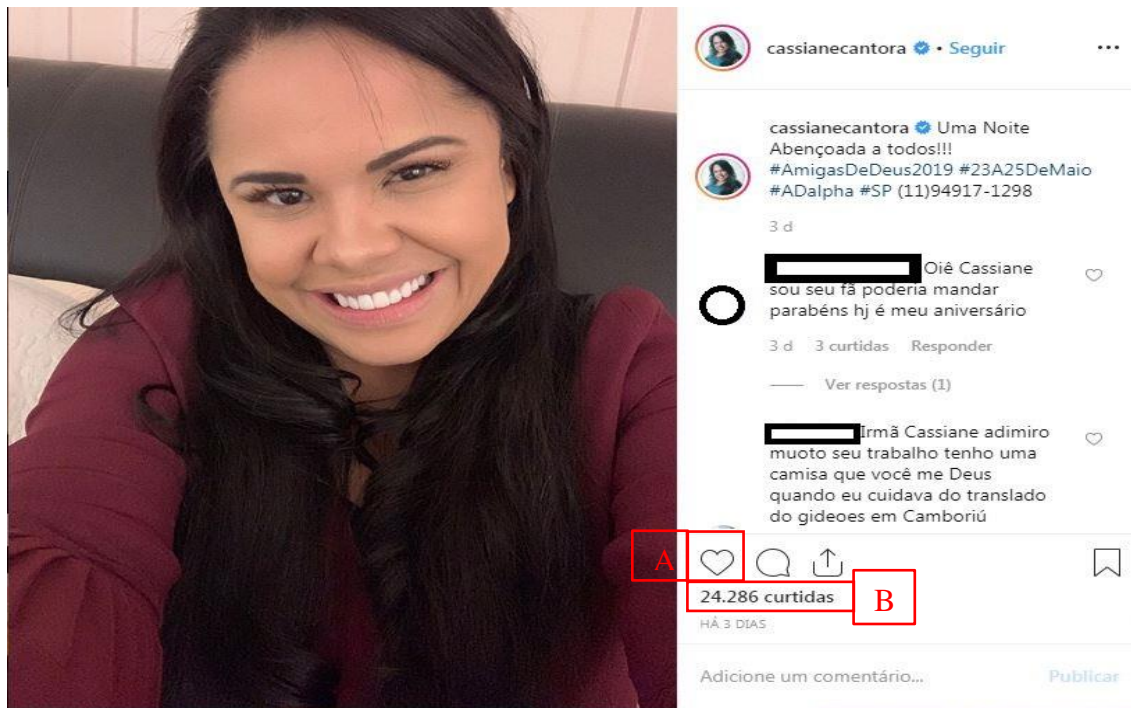
As imagens no *Instagram*, como parte desse sistema de relações simbólicas contribui para que um expressivo número de artistas postem diariamente conteúdo imagético e audiovisual em seus perfis, corroborando para que os números de seus seguidores se multipliquem rapidamente, como se observa no perfil de artistas como Aline Barros [Quatro milhões e novecentos mil seguidores]<sup>144</sup>, Eyshila Santos [ Dois

---

<sup>144</sup> Ver: <https://www.instagram.com/alinebarros/>

milhões e quinhentos mil seguidores], Fernandinho<sup>145</sup> [Dois milhões e cem mil seguidores], entre muitos outros artistas.

**Figura 162** Página do *Instagram* da cantora *gospel* Cassiane



Fonte: (Instagram Cassiane, 2019)

O uso de celulares e de suas telas como reflexos semelhantemente ao *espelho d'água* de Narciso tem promovido o ressurgimento do autorretrato através do *selfie*. Um caso no cenário *gospel* é o *selfie* da cantora Cassiane (fig.162). O seu autorretrato feito por ela mesma através de um celular, permite que ela veja sua imagem refletida na tela do aparelho. o *selfie* passou a se fazer presente nas fotografias dos artistas *gospel* no intuito de produzir uma sensação de intimidade e exclusividade no seguidor.

Na produção do *selfie*, como o caso da cantora pentecostal Cassiane, que obteve vinte e quatro mil, duzentos e oitenta e seis curtidas<sup>146</sup> (fig.162AB), os artistas *gospel* procuram corrigir imperfeições do seu autorretrato através de questões sobre a fotogenia

<sup>145</sup> O cantor Fernandinho possui *Instagram*, é seguido por mais de dois milhões de seguidores, contudo não segue ninguém, seguindo uma postura de artistas internacionais como Oprah Winfrey, Beyoncé, Adele, entre outros.

<sup>146</sup> Uma recente atualização feita no aplicativo *Instagram* em setembro de 2019, alterou a visualização de curtidas somente para o proprietário da conta, não permanecendo publicamente. (vide fig.162). A empresa alegou que este procedimento faz parte de uma série de medidas para combater práticas nocivas na rede. Cf. (Tectudo, 2019).

e estética desde a mudança do ângulo de tomada da foto, penteado do cabelo e maquiagem, além da utilização de filtros de correção de cores e texturas dentro do próprio App<sup>147</sup> do *Instagram*.

Parece que o *Instagram* e outras redes de mídia social estão condicionando os usuários a olhar para si mesmos como objetos superficiais, em vez de incentivá-los a se engajar em uma autorreflexão significativa. O programa extraordinariamente eficiente e simples do *Instagram* reduziu bastante o tempo necessário para criar um autorretrato e o espaço necessário para a autorreflexão, que os processos fotográficos anteriores poderiam facilitar antes ou depois da captura. A *selfie*, sob essas circunstâncias, parece estar ausente da autocontemplação - mas, talvez, a *selfie* simplesmente expresse nossos desejos individuais, o que torna essa imagem pessoal, tudo o que importa para nós. (WENDT, 2014, p. 39)<sup>148</sup>

Assim, partindo desse “olhar como objeto superficiais”, o *selfie* como as demais produções visuais *gospel* na contemporaneidade, tem demonstrado que a imagem a ser produzida deve ser esteticamente comercial, atuando dentro da lógica do capitalismo artista (SERROY e LIPOVETSKY, 2015), tornando as produções de autorretrato no meio *gospel*, uma imagem que não pode ser rejeitada esteticamente por estar intrinsecamente ligada ao status e a autopromoção, devendo o *selfie* ser devorado por seus consumidores/devoradores através de seus corpos.

A rejeição no *gospel*, por outro lado é associada ao mal, ao diabólico, enquanto a aceitação, é divina, sacra, como resposta de uma carreira bem-sucedida, próspera e abençoada por Deus, que legitima o artista na qualidade de confiável, como apontou Chauí (2006) “ para que algo seja aceito como real basta que apareça como crível ou plausível, ou como oferecido por alguém confiável” (CHAUÍ, 2006, p. 8). De certa forma, os artistas *gospel* passam a serem escravos das redes sociais, onde todos os dias seus admiradores/veneradores/devotos, esperam por alguma manifestação das *deusas e deuses* que são obrigados a mostrarem seus corpos e suas vidas para serem devorados por seus seguidores.

---

<sup>147</sup> Abreviação da língua inglesa para a palavra aplicativo.

<sup>148</sup> Do original: It appears that Instagram and other social media networks are conditioning users to look at themselves as surface objects, rather than encouraging them to engage in meaningful self-reflection. Instagram’s extraordinarily efficient and simple program has greatly shortened the time needed to create a self-portrait and the space needed for self-reflection that previous photographic processes could facilitate before or after capture. The selfie, under these circumstances, seems to be absent of self-contemplation – but, perhaps, the selfie simply expresses our individual desires to us, which makes this particular image all that matters to us.

Nisso, a teologia da prosperidade juntamente com o capitalismo artista se complementam no sentido de legitimar o consumo e a preocupação estética como parte do devorar, pois “as palavras “consumir e consumo” tem como etimologia a) “devorar, esgotar, destruir” ou b) “morrer, acabar, sucumbir” [...] a dizer que devorar imagens pressupõe também ser devorado por elas.” (BAITELLO, 2005, p. 96)

Por outro lado, o próprio artista, é alvo de si mesmo, através da *antropofagia impura*; imagens devorando corpos e transformando-os em máscaras de teatro (personagem) (BAITELLO, 2005). O empréstimo e expropriação dos corpos pelas imagens *gospel* ressignificam a produção imagética e os corpos, tornando-os cada vez mais similares aos paradigmas visuais contemporâneos. Neste aspecto, além das artes como: música, dança, pintura, escultura, literatura, teatro e cinema, as devorações antropofágicas impuras acontecem nas áreas da moda evangélica, calçados, academias de ginástica, gastronomia, entretenimento, shows.

A grande regra é dada pelas devorações cotidianas anônimas que se perpetram à revelia do conhecimento público, porque rotineiras, porque em vão e sem caminho de volta. As rotinas que devoram, os modismos, os ideais apregoados pelos deuses menores da publicidade e do marketing, as novas necessidades de se fazer visível, o ritmo dos tempos da produtividade e muitas, muitas outras imagens, que julgamos possuir como troféus na parede (BAITELLO, 2005, p. 97).

Assim, os artistas buscam no *selfie* a captura de sua própria representação, tendo que procurar reformulações, poses, maquiagem, tratamentos estéticos e técnicas de *marketing* que possam consagrá-la, tornando sagradas constantemente, demonstrando aquilo que o mito de Narciso aponta como uma fascinação dos seres humanos por qualquer tipo de extensão de si mesmo, seja em qualquer tipo de material. Desta forma, os artistas acabam criando uma diversidade de ‘eus’, muitas vezes sendo servos de sua própria imagem e prisioneiros como se sua imagem fosse a única existente no mundo (WENDT, 2014).

Nessa perspectiva, o *selfie* possibilita que o corpo seja transformado em sua própria morada, onde “ o sujeito moderno é definido por sua própria representação: o corpo enquanto forma torna-se a morada do “eu” como um espelho de reconhecimento.” (MATESCO, 2009, p. 20), correspondendo à sua função simbólica.

Provavelmente, uma pista neste sentido é perceber que a transição iconográfica das imagens cristãs pelas imagens de mercado acontece por intermédio das empresas

utilizadas para a produção destas imagens (fig.162), que no caso são publicitários e designers de marketing que são encarregados de produzirem estas imagens.

Sendo assim, o que anteriormente era produzido sob o olhar eclesiástico, atualmente é alienado pelos artistas *gospel* para serem gerenciados pelas agências de propagandas seculares. As consequências destas práticas podem ser percebidas através da produção visual destas artes evangélicas com visto anteriormente, na incorporação de símbolos não cristãos para as imagens destas artes.

Assim, a imagens que permeiam as propagandas evangélicas, necessariamente devem carregar uma carga afetiva (*Pathosformeln*) que produza emoção ao indivíduo que visualiza. Nisso, este processo é fundamental para o êxito desses produtos, pois,

Se enraíza em experiências e comoções muito intensas, que penetram na subjetividade e permanecem armazenadas, podendo afluir posteriormente, que se associaram a gestos e movimentos corporais, ou seja, as formas de expressão humana, que por sua vez foram utilizadas nas formas de arte (inclusive na arte aplicada, chegando até a propaganda) como uma espécie de índice pictórico e/ou plástico para a expressão de fortes comoções e abalos. (WARBURG, 2010, p. 6)

Sob uma perspectiva warburgiana, editoras e produtoras de música e vídeo *gospel*, se utilizam de agências de propaganda e *marketing* [reprodutoras dos *páthos* seculares que utilizam imagens que produzam experiências intensas] para a divulgação de seus materiais imagéticos. Destacam-se neste contexto artistas evangélicos como Paulo César Baruk, Ana Paula Valadão, Rachel Malafaia, Fernanda Brum, Renascer Praise, entre outros, que utilizam dos serviços da agência Quartel Design<sup>149</sup> para a produção de fotos, *websites*, capas de CD e DVD como também das logomarcas dos respectivos artistas, sendo responsáveis por toda identidade visual.

A Quartel Design também produz para artistas seculares como Leonardo (da dupla Leandro e Leonardo), Wilson Sideral e a banda católica Rosa de Sarom, sendo atualmente é uma das maiores empresas no ramo. No site da empresa, na área denominada de *blog*, constam algumas descrições dos processos adotados para o desenvolvimento das identidades visuais de CDs e DVDs de cantoras e cantores evangélicos. O CD intitulado *Da Eternidade* de Fernanda Brum foi um dos produzidos pela empresa.

Cabe destacar que em alguns casos no *gospel*, a antropofagia impura (BAITELLO, 2005) e sua apropriação pelas fórmulas de emoção contidas nas imagens seculares (fig.

---

<sup>149</sup> Ver: <http://www.quarteldesign.com/>

166) está presente no sentido da representação visual do símbolo, da marca ou na representação de um modismo, que paralelamente, produz o que TÜRCKE (2010) vai chamar de *nerveux*.

Um comercial está então no ápice de seu meio quando preenche o requisito daquilo que em francês é chamado *nerveux* – quando excita o sistema nervoso como um todo, prazerosa e eletrizantemente, em uma estrutura sensorial na qual o produto em questão se encontra firmemente inserido. [...] fato de que o comercial produz uma alta eletrização estética, de que se tornou um dos principais centros de intercâmbio entre arte e comércio. (TÜRCKE, 2010, p. 27).

Numa uma propaganda visual contemporânea, a experiência sensorial deve ser o fator que deve permear todo aspecto produtivo, pois a excitação e as sensações são cooptadas como parte do mercado de bens simbólicos (BOURDIEU, 2013).

Figura 163 Mess Gospel Fest



Fonte: (Voz das Comunidades, 2013)

Figura 164 Mess Fest da Heritage Church



Fonte: (Heritage Church, 2017)

Neste caso, o cartaz (fig.163) apresenta em seu conteúdo, um convite para um festival de música comunitário, “Você não pode perder esse festival que vai revelar o grande talento do morro dos cabritos (Tabajaras), com a presença também dos maiores nomes da música *gospel* nacional”, entretanto, o conteúdo textual em inglês de *Mess Fest*, (Festa da Bagunça – **tradução minha**) pertence a uma imagem que possui sua força e significado dentro de festas organizadas para serem momentos de bagunça e descontração (fig.164), ocorrendo através de brincadeiras como escorregar na tinta ou brincar numa piscina de barro, demonstrando que as apropriações de imagens no *gospel* ocorrem em alguns casos, desconectadas do significado da imagem dentro de seu

contexto e mais influenciada pelas devorações visuais e de entretenimento que surgem constantemente na sociedade contemporânea, reafirmando o que Benjamim (2017) apontou onde “ a reprodutibilidade técnica da obra de arte modifica a relação da massa com a arte.” (BENJAMIM, 2017, p. 86).

## Considerações Finais

Diante de toda a pesquisa apresentada nesta tese, cabe ressaltar que as perguntas que permearam todo escopo do texto ficaram concentradas nos processos de devoração de imagens por parte do cenário evangélico. Neste processo, a questão da transição iconográfica evangélica tem um aspecto interessante e que justifica o argumento sobre a utilização de imagens com carga emocional nas produções iconográficas da cultura visual evangélica no Brasil. As imagens evangélicas pesquisadas e comparadas pelo conceito das fórmulas de emoção em relação às imagens seculares são, em todos os casos apresentados, posteriores às produções visuais seculares, ou seja, é notória a utilização, a incorporação e o traslado de imagens seculares pelas produtoras, agências de *marketing* e *designers* gráficos nas produções artísticas para o contexto evangélico.

Na produção iconográfica evangélica se observou que além das *fórmulas de emoção (páthos)*, sua produção é mimética. Essa intersecção com o imaginário secular possui elementos oriundos da Grécia antiga como o conceito de *Mimésis*, a imitação com a atitude motivada para assemelhar-se ao objeto a ser imitado. Este conceito perpassou as produções evangélicas onde em grande parte das imagens, o processo artístico tem mimetizado referências do mercado secular para que através disso, alcance o objetivo que não é a semelhança, mas a *aparência do aparecimento*. (WULF, 2013, p. 31), associando dentro do imaginário do consumidor evangélico a referência com o mercado secular e com os modelos de sucesso mercadológico. Com isso, a *mimésis* no *gospel*, busca por semelhança na essência do que se imita acompanhada de modificações, omissões, alterações e adaptações ocasionando uma lembrança parcialmente realizada, sem distanciar-se da imagem do próprio ser humano.

A utilização repetidamente das imagens como forma compulsiva de um narcisismo reprimido pelo contexto do protestantismo, nos faz observar como as imagens *gospel*, de certa forma descongelaram uma reapropriação do corpo, da estética e da beleza no intuito de satisfazer o mercado emergente evangélico, criando um consumo cada vez mais paralelo e em alguns casos, superior ao secular.

Outra perspectiva que permeou esta pesquisa passa pela presença *online* dos evangélicos na sociedade contemporânea. Isso se tornou sinônimo de interação com os meios comunicacionais proporcionados pela sociedade *web* e atualmente, se observa que

tanto artistas *gospel* como o público consumidor evangélico, investem na presença em redes sociais e na *web* como veículo midiático e mecanismo de visibilidade junto a uma sociedade voltada para o espetáculo e para o visual.

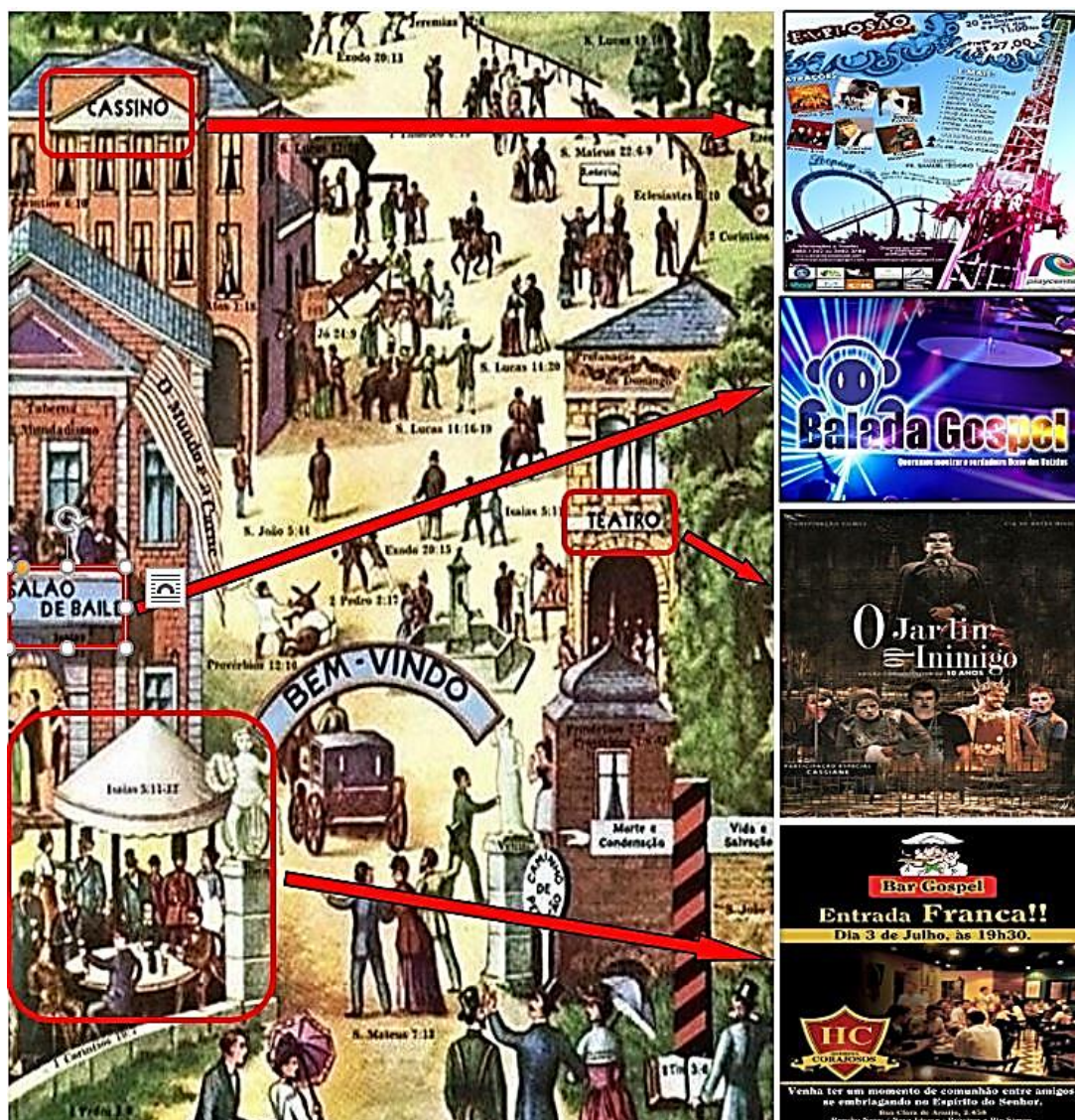
Segundo Serroy e Lipovetsky, com o duo de arte e mercado, os interesses são voltados para o sucesso imediato e temporário, como para a busca do lucro com vistas às demandas do público, surgindo a arte comercial integrada no capitalismo artista. Com este problema, criou-se uma polarização na arte, distinguindo-se da arte comercial que na “era moderna se moldou na oposição radical entre a arte e o comercial, a cultura e a indústria, a arte e a diversão, o puro e o impuro, o autêntico e o kitsch, a arte de elite e a cultura de massa, as vanguardas e as instituições.” (SERROY e LIPOVETSKY, 2015, p. 21).

A “a arte pela arte” foi cooptada pelas lógicas de mercado e consumo, sendo mercantilizada e transformada em produto, nesse sentido se torna difícil perceber uma “religião pela religião”, pois ela também está embebida nesta lógica em virtude das dinâmicas adotadas pelos grupos religiosos evangélicos empenhados em aumentar o alcance na conquistar de seguidores e fieis, tanto presencial em seus espaços religiosos, como *online*.

A virada icônica no *gospel*, por um lado, deslocou a centralidade da palavra existente na liturgia das igrejas protestantes, mudando o foco para as imagens, que, em certo sentido, transformaram o sentido visual como paradigma e palavra de ‘ordem’. “Quem não é visto não é lembrado”, se tornou uma necessidade para muitos evangélicos, fomentando um comportamento narcísico em relação à sua imagem, que passou a venerada por milhões de seguidores nas redes sociais. Por outro lado, as imagens em contrapartida têm aprisionado os evangélicos nesta dinâmica da visualidade e da reprodutibilidade técnica (BENJAMIM, 2017), tornando-os escravos visuais, condicionados pela imagem.

Para isso se materializar, a produção evangélica parte de um processo de estetização de sua arte, tendo se apoiado e mergulhado no capitalista artista (SERROY, 2015) para atender as demandas do mercado religioso e secular que impõem o belo como paradigma.

Figura 165 Quadro Comparativo



Fontes: (Os Dois Caminhos, 2008) (O jardim do inimigo, 2017) (FacebookBaladaGospel, 2012)  
(Homenscompropositos, 2015)

A figura 165 como imagem final desta tese, é apresentada como um quadro, não mais dos “dois caminhos”, mas dentro da lógica do *gospel* de traslados e apropriações, passando a ser uma representação iconográfica das ressignificações que o *gospel* incorporou nos grupos, denominações, templos e espaços religiosos evangélicos brasileiros.

Em tempos de modernidade líquida (BAUMAN, 2001), os muros que anteriormente eram a divisa e separação entre o caminho da salvação e o da perdição, se diluíram, constituindo assim o cenário *gospel*, num terreno sem cercas, secularizado e adaptado, no intuito de tornar o discurso e os produtos oferecidos aos seus consumidores

mais palatável. Do ponto de vista da cultura visual, a afinação com os paradigmas das imagens seculares, permitiram identificar alguns dos motivos e das escolhas de modelos de ‘sucesso’ do mercado secular.

Parte do ‘sucesso’ comercial da produção *gospel* está intrinsecamente ligado ao traslado da energia das imagens seculares para o seu mercado. Para isso, era necessário romper com o paradigma estético e visual do Protestantismo Histórico de Missão, e abraçar uma lógica que pudesse legitimar essas mudanças.

Com isso, as ressignificações aconteceram na vida evangélica, em certa forma, através das versões *gospel* das baladas, festas, bailes, teatros, diversões e entretenimento que fazem parte do cotidiano dos evangélicos contemporâneos, esvaziando os templos e enchendo os megashows e espaços voltados aos espetáculos, parque de diversões e cinemas (fora e dentro de casa).

Na observação mais sucinta sobre o objeto de pesquisa, fica claro que, o paradoxo da corporeidade no *gospel* perpassa por um lado, na dinâmica da liberalização dos corpos através das artes como música, dança, teatro, cinema, pintura e cinema, alterando a relação do público evangélico com o corpo, percebendo um movimento de descolamento dos costumes trasladados do protestantismo histórico de missão que regulava as manifestações artísticas que envolvessem a corporeidade, dando ao corpo uma liberdade de expressão [trasladada em boa parte de *páthos* estadunidenses], contudo, o corpo se expandiu neste cenário, entretanto, por outro lado, as regulações relativas ao controle das questões sexuais, do erótico e do sensual, ainda são mecanismos rígidos que regulam as normas morais dentro deste campo que em parte se apresenta com expressões de liberdade, e noutra parte, tem que lidar com suas contradições como grupo religioso regulado hoje, não tanto por instituições, mas por vezes, pelas próprias redes sociais.

Em tempos de redes sociais, *Netflix*, séries e uma infinidade de filmes lançados semanalmente, a iconofagia permanece como um “espírito devorador” que mantém o secular e o religioso sob domínio da “sociedade da imagem” tratando “o som como forma menos nobre” como afirmou Baitello (2005) a respeito da perda do ouvir na sociedade imagética. (BAITELLO, 2005).

Parafraseando Warburg, a serpente que representava a energia elétrica trouxe juntamente, a luz elétrica que passou a ofuscar o mundo, tirando a visibilidade das estrelas do céu. Nos tempos de reprodutibilidade imagética, onde somos bombardeados diariamente por uma infinita quantia de imagens, a nova serpente digital, que tem o poder de distribuir imagens e ofuscar nossos olhos através das telas dos *smartphones*, vem em

conjunto com a luz elétrica, substituir o brilho celestial. No lugar da visualidade do cosmos, somos cegados pelas nossas próprias luzes, que raramente se apagam, sejam elas de celulares, *tablets* ou computadores, canalizando a visualidade narcísica para o *homo aestheticus*, ludibriado pela sua própria beleza e com isso envelhecendo diante de seu reflexo.

Desta maneira, voltando a Baitello (2005), vivemos numa era onde os olhos estão padecendo e carecendo de saber o que olhar diante da enxurrada visual que nos cerca. Nesse sentido, as descobertas ocorridas no percurso da pesquisa, não tem a pretensão de esgotar o assunto, por se tratar de um campo extremamente rico e dinâmico em suas complexidades e desafios, mas de provocar a inquietação e a reflexão a respeito dos sistemas simbólicos que produzem a opressão e a compressão dos sentidos, na busca de alternativas que possam “curar os olhos”.

## Referências

- ABUMANSSUR, E. S. **As moradas de Deus. Arquiteturas de Igrejas Protestantes e Pentecostais.** São Paulo: Novo Século, 2004.
- ADORNO, T. W. **Indústria cultural e sociedade.** Tradução de Juba Elisabeth Levy. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- ALVES, R. **Protestantismo e Repressão.** São Paulo: Ática, 1982.
- AUMONT, J. **A imagem.** Campinas: Papyrus, 2002.
- BAGGIO, S. **Revolução na música gospel: um avivamento musical em nossos dias.** São Paulo: Exodus, 1997.
- BAITELLO, N. **A Era da Iconofagia. Ensaios de comunicação e cultura.** São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- \_\_\_\_\_. **O Espírito de nosso tempo: O presente crucificado.** *in:* CONTRERA, M.; GUIMARÃES, L.; PELEGRINI, M.; SILVA, M.R.(Orgs.) O espírito do nosso tempo: ensaios de semiótica da cultura e da mídia. São Paulo, Anablume; 2004. Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia. Disponível em: <http://www.cisc.org.br/portal/index.php/biblioteca/viewdownload/7-baitello-junior-norval/98-o-espírito-do-nosso-tempo-o-presente-crucificado.html>. Acesso em: 15/05/2017.
- \_\_\_\_\_. **Incomunicação e imagem.** *In:* BAITELLO JR, Norval; CONTRERA, Malena Segura; MENEZES, José Eugênio de O.; (Orgs.). **Os meios da comunicação.** São Paulo: Anablume, 2005.
- BARBOSA, S. C. F. **Religião e Comunicação: A igreja eletrônica em tempos de globalização gospel.** São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo (Dissertação de Mestrado em Ciências da Religião), 1997.
- BARTHES, R. **Sistema da moda.** Tradução de Lineide do Lago Salvador Mosca. São Paulo: Ed. Nacional & Ed. Da Universidade de São Paulo, 1979.
- \_\_\_\_\_. **A câmara clara. Nota sobre fotografia.** Tradução de Júlio Castañon Guimarães. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BAUDRILLARD, J. **Simulacros e simulação.** Lisboa: Relógio D'água, 1991.
- \_\_\_\_\_. **A sociedade de consumo.** Lisboa: Edições 70, 2008.
- BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida.** Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Z. **Vida para o consumo. A transformação das pessoas em mercadorias.** Tradução de Carlos Alberto Medeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BELLOTTI, K.K. “**Delas é o reino dos céus**”: **Mídia evangélica infantil na cultura pós-moderna no Brasil (anos 1950 a 2000).** Tese (Doutorado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 2007.

\_\_\_\_\_. **Ensino religioso entre Sons e Imagens.** PUC – SP, São Paulo, p. 37-48, 2004. Disponível em: <[http://www.pucsp.br/rever/rv2\\_2004/p\\_bellotti.pdf](http://www.pucsp.br/rever/rv2_2004/p_bellotti.pdf)>. Acesso em: 13 maio 2017.

\_\_\_\_\_. **Delas é o Reino dos Céus: Mídia evangélica infantil e o supermercado cultural religioso no Brasil.** Revista Scielo, São Paulo, p. 621-652, 28 jan. 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/his/v28n1/22.pdf>>. Acesso em: 04 maio 2017.

\_\_\_\_\_. **Joyce Meyer: Bem-estar espiritual e emocional na mídia evangélica.** Revista Brasileira de História das Religiões. ANPUH, 2011. Disponível em: <<http://www.dhi.uem.br/gtreligiao/pdf9/07.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

\_\_\_\_\_. **Mídia e identidade evangélicas - Uma perspectiva comparada entre Brasil e Estados Unidos.** Associação Brasileira da História das Religiões, 2013. Disponível em: <<http://www.abhr.org.br/wp-content/uploads/2013/09/11.-M%C3%ADdia-e-Identidades-Evang%C3%A9licas-Uma-Perspectiva-Comparada-entre-Brasil-e-Estados-Unidos.htm>>. Acesso em: 16 jul. 2017.

BELTING, H. **Antropología de la imagen.** Tradução de Gonzalo María Vélez Espinosa. Argentina: Katz Editores, 2007.

BENJAMIM, W. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica.** Porto Alegre: L&PM Pocket, 2017.

BERGER, P. **O Dossel Sagrado.** São Paulo: Paulus, 1985.

BESANÇON, A. **A imagem proibida. Uma história intelectual da iconoclastia.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

BIBLIA. Edição Revista e Atualizada de João Ferreira de Almeida. ed. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil, 2013.

BITUN, R. **O neopentecostalismo e a sua inserção no mercado moderno.** São Bernardo do Campo: Instituto Metodista de Ensino Superior, v. Dissertação de Mestrado em Ciências da Religião, 1996.

BOEHM, G.; MITCHELL, T. **Pictorial versus Iconic Turn: Two Letters, The Pictorial Turn.** London & New York: Neal Curtis, 2010.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas.** São Paulo: Perspectiva, 1974.

\_\_\_\_\_. **O poder simbólico.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

BRAGA, H. R. F. **Música sacra evangélica no Brasil: contribuição à sua história.** Rio de Janeiro: Kosmos, 1961.

BRASIL. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.** Secretaria de Comunicação Social. Brasília. 2014.

BRASIL. **Pesquisa Brasileira de Mídia.** Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Assessoria de Pesquisa de Opinião Pública. Brasília, p. 292. 2015

BREA, J. L. **cultura\_RAM. mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica.** Barcelona: Editorial GEDISA, 2007.

BRETON, D. L. **A sociologia do corpo.** Tradução de Sonia M.S. Fuhrmann. Petrópolis: Vozes, 2007.

\_\_\_\_\_. **Antropología del cuerpo y modernidad.** Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 2002.

BREWARD, C. **Fashion.** Oxford: Oxford University Press, 2003.

BUNYAN, J. **O peregrino.** São Paulo: Mundo Cristão, 2013.

BURCKHARDT, T. **The Foundations of Christian Art.** Indiana: [s.n.], 2006.

BURKE, P. **Testemunha ocular: História e imagem.** Bauru/São Paulo: EDUSC, 2004.

\_\_\_\_\_. **Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico.** Barcelona: A&M Gràfic, 2005.

BURUCÚA, J. E. **Historia, arte, cultura. De Aby Warburg a Carlo Ginzburg.** Buenos Aires, Letra E/Fondo de Cultura Económica. 2003.

\_\_\_\_\_. (Org.) **Historia de las imágenes e historia de las ideas. La escuela de Aby Warburg.** Centro Editor de América Latina, 1992.

BURKE, P. **Testemunha ocular: História e imagem.** Bauru/São Paulo: EDUSC, 2004.

\_\_\_\_\_. **Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico.** Barcelona: A&M Gràfic, 2005.

CALDEIRA, S. P. A religiosidade na dança: entre o sagrado e o profano. **História em Reflexão. Revista Eletrônica de História**, Dourados, v. II, n. N. 4, p. 1-13, jul/dez 2008. Disponível em: <<http://ojs.ufgd.edu.br/index.php/historiaemreflexao/article/view/372>>.

CAMPBELL, C. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno.** Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CAMPOS, L. S. **Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal.** São Paulo: Vozes, 1997.

\_\_\_\_\_. **Os "Dois Caminhos":** Observações sobre uma gravura protestante. **Horizonte**, Belo Horizonte, v. 12, n. 34, p. 339-381, abr/jun 2014.

CANUDO, R. Mis dos cafes. **Mis dos Cafes**, 2016. Disponível em: <[http://misdoscafes.com/wp-content/uploads/2016/02/Manifiesto\\_de\\_las\\_Siete\\_Artes.pdf](http://misdoscafes.com/wp-content/uploads/2016/02/Manifiesto_de_las_Siete_Artes.pdf)>. Acesso em: 17 jun. 2017.

CARVILLE, J. **Visualizing dublin. Visual culture, modernity and the representation of urban space.** Hochfeldstrasse: Peter Lang, 2014.

CASSIRER, E. **The Warburg Years – (1919-1933). Essays on language, art, myth, and technology.** New Haven and London: Yale University Press, 2013.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet. Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTRO, A. L. D. **Culto ao corpo e sociedade: Mídia, cultura de consumo e estilos de vida.** Campinas: Tese - Universidade de Campinas - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas., 2001. Disponível em: <<http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/280088>>.

CASTRO, G. G. S.; ROCHA, R. D. M. **Consumindo o Entretenimento. Dimensões comunicacionais de um processo sócio-cultural.** Anais da XVIII Compós, Belo Horizonte, 2009. Disponível em: <http://ppgcom.espm.br/blog/index.php/tag/consumo/page/116/>.

CHAMAS, F. C. **Origens das formas budistas.** Scielo, 2013. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ars/v13n25/1678-5320-ars-13-25-00104.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

CHAUÍ, M. **Simulacro e poder.** São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

CONTRERA, M. S. **Mediosfera- meios, imaginário e desencantamento do mundo.** São Paulo: Annablume, 2010.

\_\_\_\_\_. **O Titanismo na Comunicação e na Cultura: os maiores e os melhores do mundo.** Recife: Anais da XII Compós, 2003.

COSTA, A. V. D. F. D.; CARNEIRO, I. A. **Emoticons e letramento visual: Pedagogia da imagem.** Gearte, Porto Alegre, v. 6, n. 1, p. 67-79, jan/abr 2019.

COSTA, J. F. **Corpo e consumismo na moral do espetáculo.** Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

CUNHA, Magali D. N. **O conceito de religiosidade midiática como atualização do conceito de igreja eletrônica.** XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador, p. 11, setembro 2002.

\_\_\_\_\_. **A explosão gospel: um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil.** Rio de Janeiro: Mauad X: Instituto Mysterium, 2007.

\_\_\_\_\_. **A interseção mídia religiosa e mercado e a resignificação de signos bíblicos pelos evangélicos.** Relegens Thréskeia. Estudos e pesquisa em religião, Curitiba, v. 03, n. 01, 2014.

CUNHA, Maria João. **Corpo e Imagem na sociedade do consumo.** Lisboa: Clássica Editora, 2014.

DADJÍK, O.; STEJSKAL, J. **The aesthetic dimension of visual culture.** Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2010.

DE PAULA, R. R. **Audiência do Espírito Santo: música evangélica, indústria fonográfica e formação de celebridades no Brasil.** Rio de Janeiro: Tese (Doutorado em Ciências Sociais) Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2008.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DICIONÁRIO Priberam. **Dicionário Priberam,** 2019. Disponível em: <<https://dicionario.priberam.org/meme>>. Acesso em: 10 maio 2019.

DOLGHIE, J. Z. **Por uma sociologia da produção e reprodução musical: A Tendência gospel e sua influência no culto.** São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, Faculdade de Filosofia e Ciências, v. Tese (Doutorado), 2007.

DUBOIS, P. **O ato fotográfico e outros ensaios.** Tradução de Marina Appenzeller. Campinas: Papirus, 1993.

ECO, U. **História da beleza.** Rio de Janeiro: Editora Record, 2012.

\_\_\_\_\_. **História da feiura.** Rio de Janeiro: Editora Record, 2014.

EAGLE, D. E. Historicizing the Megachurch. **Journal of Social History Advance Access,** Oxford, fev. 2015.

ELIADE, M. **Imagens e Símbolos. Ensaio sobre o simbolismo mágico-religioso.** Tradução de Sonia Cristina Tamer. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

\_\_\_\_\_. **O sagrado e o profano. A essência das religiões.** São Paulo: Martins Fontes, 1992.

ELIAS, N.; DUNNING, E. **A busca da excitação.** Lisboa: Memória e Sociedade / DIFEL, 1992.

ELKINS, J. **Visual Cultures.** Chicago: Intellect Bristol, UK / Chicago, USA, 2010.

ESTEVIÃO, A.; BAGRICHEVSKY, M. **Cultura da "Corpolatria" e Body-Building: Notas para reflexão.** Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte, São Paulo, 2004. 13-25.

FAJARDO, A. **A atuação dos evangélicos no rádio brasileiro: Origem e expansão.** São Bernardo do Campo: Dissertação de Mestrado em Ciências da Religião. Universidade Metodista de São Paulo, 2011.

FENSKE, M. **Tattoos in american visual culture.** New York: Palgrave, 2007.

FEUERBACH, L. **A essência do cristianismo.** Tradução de José da Silva Brandão. Campinas: Papirus, 1988.

FINKELSTEIN, J. **The art of self invention.** New York: I.B.Tauris, 2007.

FLANAGAN, K. **Seen and unseen. Visual culture, sociology and theology.** New York: Palgrave, 2004.

FONSECA, A. B. C. **Evangélicos e Mídia no Brasil.** Rio de Janeiro: PPGS/IFCS/UFRJ, v. Dissertação de Mestrado em Sociologia, 1997.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade. A vontade de saber.** Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985.

\_\_\_\_\_. **Microfísica do Poder.** Rio de Janeiro: Paz & Terra, 2015.

FLUSSER, V. **O universo das imagens técnicas: Elogio da superficialidade.** São Paulo: Annablume, 2008.

FRANZÃO, A. **Midialização: o poder da mídia.** São Paulo: Nobel, 2006.

FREEDBERG, D. **The Power of Images.** Chicago: University of Chicago Press, 1989.

FREEDMAN, K. **Teaching visual culture. Curriculum, aesthetics, and the social life of art.** New York: Teachers College, Columbia University, 2003.

FUERY, P.; FUERY, K. **Visual cultures and critical theory.** London: Arnold, 2003.

GADE, C. **Psicologia do consumidor e da propaganda.** São Paulo: EPU, 1998.

GEIER, V. K. **Os templos evangélicos, suas configurações espaciais e seu valor para os usuários em Maceió, Alagoas.** Maceió: Dissertação de Mestrado - Programa de Pós Graduação de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Alagoas, 2012.

GENARI, E. D. S. **Acústica do ambiente externo às igrejas.** São Paulo: Dissertação de Mestrado - Universidade de São Paulo - Pós-Graduação da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo., 2015.

GIRARD, R. **A violência e o sagrado.** Tradução de Martha Conceição Gambini. São Paulo: Editora Universidade Estadual Paulista, 1990.

GOMBRICH, E. H. **Art and Illusion. A study in the psychology of pictorial representation.** London: Phaidon Press, 1984.

\_\_\_\_\_. **La Historia del Arte.** Mexico: Conaculta / Editorial Diana, 1999.

- GRAF, A. **Art of the Devil**. New York: Parkstone International, 2015.
- GINGRICH, F. W.; DANKER, F. W. **Léxico do Novo Testamento. Grego-Português**. São Paulo: Edições Vida Nova, 1983.
- GRUBER, C.; HAUGBOLLE, S. **Visual Culture in the modern middle east**. Indiana: Indiana University Press, 2013.
- HALBWACHS, M. **A Mémória Coletiva**. São Paulo: Edições Vértice, 1990.
- HASSAN, R. **Empires of Speed: Time and the Acceleration of Politics and Society**. Leiden/ Boston: Brill, 2009.
- HENDRIX, J. S.; CARMAN, C. H. **Renaissance theories of vision**. Burlington: Ashgate, 2010.
- HENTSCHEL, K. **Visual cultures in science and technology. A comparative history**. Oxford: Oxford University Press, 2014.
- HIGUET, E. A. Contribuição dos estudos de cultura visual para as Ciências da Religião. In: SILVEIRA, E. S. D. **Como estudar as religiões. Metodologias e estratégias**. Petrópolis: Vozes, 2018. p. 126-160.
- HOLT, D. B. **Como as marcas se tornam ícones. Os princípios do branding cultural**. São Paulo: Cultrix, 2005.
- IBGE**, 2014. Disponível em:  
[http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd\\_2010\\_religiao\\_deficiencia.pdf](http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf)  
 Acesso em: 09 out. 2014.
- IBGE**. **IBGE**, 2000. Disponível em:  
 <[http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd\\_2010\\_religiao\\_deficiencia.pdf](http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf)>. Acesso em: 22 jun. 2017.
- JENKS, C. **Visual Culture**. London and New York: Routledge, 1995.
- JOLY, M. **Introdução à Análise da Imagem**. Campinas: Papirus, 1996.
- JONES, G. **Beauty imagined. A history of the global beauty industry**. Oxford: Oxford University Press, 2010.
- JOHNSON, D. D. **Os perigos traiçoeiros do rock**. São Paulo: Batista Regular, 1988.
- KANTOROWICZ, E. H. **The King's two bodies. A Study in Mediaeval Political Theology**. New Jersey: Princeton University, 1997.
- KILDE, J. H. **Sacred Power, Sacred Space. An Introduction to Christian Architecture and Worship**. New York: Oxford University Press, 2008.

- KLEIN, A. **Imagens de culto e imagens da mídia. Interferências midiáticas no cenário religioso.** Porto Alegre: Sulina, 2006.
- KOZINETS, R. V. **Netnografia. Realizando pesquisa etnográfica online.** Tradução de Daniel Bueno. Porto Alegre: Penso, 2014.
- LANGENDONCK, R. V.; RENGEL, L. P. **Pequena Viagem pelo mundo da dança.** São Paulo: Moderna, 2006.
- LASCH, C. **A cultura do narcisismo.** Rio de Janeiro: Imago , 1983.
- LAZZARIN, L. F. **Grafite e o ensino da arte.** Educação e Realidade, Porto Alegre, v. 32(1), p. 59-74, jan/jun 2007.
- LÉVY, P. **Cibercultura.** Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: 34, 1999.
- LLOSA, M. V. **A civilização do espetáculo. Uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.
- MAFFESOLI, M. **O tempo das tribos. O declínio do individualismo nas sociedades de massa.** 2ª. ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Forense Universitária, 1998.
- MAGALDI, S. **Iniciação ao Teatro.** São Paulo: Ática, 2008.
- MARANHÃO Fº, E. M. D. A. **A grande onda vai te pegar. Marketing, espetáculo e ciberespaço na Bola de Neve Church.** São Paulo: Fonte Editorial, 2013.
- MARIANO, R. **Neopentecostais. Sociologia do novo pentecostalismo no Brasil.** São Paulo: Loyola, 1999.
- MAROVICH, R. **A city called heaven. Chicago and the birth of gospel.** Chicago: University of Illinois Press, 2015.
- MARTINO, L. M. **Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre a comunicação e campo religioso.** São Paulo: Paulus, 2003.
- MATAYOSHI, L. Y. **Bem-Aventurados aqueles que comunicam como marca. A igreja Renascer em Cristo.** São Bernardo do Campo: UMESP - (Dissertação de Mestrado), 1999.
- MATESCO, V. **Corpo, imagem e representação.** Rio de Janeiro. Editora Zahar.2009.
- MATTOS, M. Â.; JUNIOR, J. J.; JACKS, N. **Mediação & Mídiação.** Salvador-Brasília: EDUFBA - Compós, 2012.
- MAUSS, M. **Sociologia e Antropologia.** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Cosac Naify, 2003.
- MCCALL, T.; ROBERTS, S.; FIORENZA, G. **Visual cultures of secrecy in early modern Europe.** Missouri: Truman State University Press, 2013.

MEDEIROS, F. **Música, igreja e juventude. Um estudo comparativo dos Vencedores por Cristo (anos 1970) e Ministério de Louvor Diante do Trono (anos 2000).** São Bernardo do Campo: Dissertação de Mestrado. Universidade Metodista de São Paulo-UMESP, 2014.

MELO, J. M. D. **A esfinge midiática.** São Paulo: Paulus, 2004.

MENDONÇA, A. G. "**Crise do culto protestante no Brasil**" In: MENDONÇA; VELASQUES, Introdução ao protestantismo no Brasil. São Paulo : Loyola, 1990.

MENDONÇA, A. G. **O celeste porvir: a inserção do protestantismo no Brasil.** São Paulo: ASTE, 1995.

\_\_\_\_\_. **Protestantes, pentecostais e ecumênicos.** São Bernardo do Campo: UMESP, 1997.

MENDONÇA, J. D. S. **O evangelho segundo o gospel. Mídia, Música pop e neopentecostalismo.** Revista do conservatório de Música da UFPel, Pelotas/ RS, v. 1, 2008.

MIRANDA, A. P. D. **Consumo de Moda. A relação pessoa-objeto.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

MIRZOEFF, N. **The visual culture reader.** New York: Routledge, 2002.

MIKLOS, J. **A construção de vínculos religiosos na cibercultura: a ciber-religião.** São Paulo: Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo- PUC, 2010.

MITCHELL, W. J. T. **Iconology: image, text, ideology.** Chicago: The University of Chicago, 1986.

\_\_\_\_\_. **Picture Theory.** Chicago: University of Chicago Press, 1994.

MONDZAIN, M.-J. **Imagem, ícone, economia.** Rio de Janeiro: Contraponto/ Museu de Arte do Rio, 2013.

MORENO, R. **A beleza impossível: Mulher, mídia e consumo.** São Paulo: Ágora, 2016.

MORGAN, D. **Protestants and pictures. Religion, visual culture, and the age of american mass production.** New York: Oxford University Press, 1999.

\_\_\_\_\_. **The sacred gaze. Religious visual culture in theory and practice.** Berkeley /Los Angeles/ London: University of California Press, 2005.

\_\_\_\_\_. **Key words in religion, media and culture.** New York: Routledge, 2008.

- \_\_\_\_\_. **The forge of vision: a visual history of modern Christianity.** Oakland, California: University of California Press, 2015.
- MORGAN, D.; PROMEY, S. M. **The visual culture of american religions.** Berkeley /Los Angeles/ London: University of California Press, 2001.
- MOXEY, K. **Visual Time. The image in History.** United States of America: Duke University Press, 2013.
- NAKAMURA, L. **Digitizing race. Visual cultures of the internet.** London: University of Minnesota Press, 2008.
- OLIVEIRA, M. D. **Reflexos de Narciso: traços do arquétipo mítico-psicanalítico nos selfies.** Ciberlegenda, Rio de Janeiro, v. 32, p. 83-94, jan. 2015. Disponível em: <<http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/766/403>>. Acesso em: 20 abr. 2019.
- ORTEGA, F. **O corpo incerto: corporeidade, tecnologias médicas e cultura contemporânea.** Rio de Janeiro, Garamond Universitária, 2008.
- PALLASMAA, J. **Os olhos da pele: A arquitetura e os sentidos.** Tradução de Alexandre Salvaterra. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- PANOFSKY, E. **Significado nas artes visuais.** São Paulo: Perspectiva, 1955.
- \_\_\_\_\_. **Perspective as symbolic form.** New York: Zone Books, 1991.
- PASSOS, J. D.; USARSKI, F. **Compêndio de ciências da religião.** São Paulo: Paulinas, Paulus, 2013.
- PEREIRA, R. A. **Igreja Batista da Lagoinha: Trajetória e identidade de uma corporação religiosa em processo de pentecostalização.** São Bernardo do Campo: Tese (Doutorado em Ciências da Religião) - Faculdade de Humanidades e Direito. Programa de Pós em Ciências da Religião da Universidade Metodista de São Paulo, 2011.
- PIRES, B. F. **O corpo como suporte da arte. Piercing, implante, escarificação e tatuagem.** São Paulo, Senac, 2005.
- PROSS, H. **Medienforschung. Film, funk, presse, fernsehen.** Darmstadt: Carl Habel, 1972.
- PUNTEL, J. T. **Cultura Midiática e igreja. Uma nova ambiência.** São Paulo: Paulinas, 2005.
- RAMPLEY, M. **Exploring visual culture. Definitions, concepts, contexts.** Edinburgh: Edinburgh University Press, 2005.
- RANKE-HEINEMANN, U. **Eunucos pelo reino de Deus: Mulheres, sexualidade e a Igreja Católica.** 2. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1996.

RENDERS, H. **O fundamentalismo na perspectiva da teoria da imagem: distinções entre aproximações iconoclastas, iconófilas e iconólatras às representações do divino.** Estudos de Religião, São Paulo, v. 35, p. 87-107, julho a dez 2008.

\_\_\_\_\_. **A gravura "O caminho estreito e o caminho largo" de Hieronymus Wierix de 1600: uma análise panofskiana de uma obra da reforma católica com ecos latino-americanos.** Estudos de Religião, v. 30, p. 195-228, 2016.

\_\_\_\_\_. **Artefatos, imagens e logotipos como linguagens da religião: uma proposta multidisciplinar do estudo da cultura visual religiosa brasileira.** In: NOGUEIRA, P. A. Religião e linguagem: Abordagens teóricas interdisciplinares. São Paulo: Paulus., 2015. p. 63-88.

\_\_\_\_\_. **Religio cordis brasiliensis e espaço público: entre a rejeição, a dinamização e a indiferença diante de um projeto de cristianismo cidadão.** Revista Pistis Praxis, Curitiba, v. 7, p. 195-226, Jan/Abr 2015. ISSN 1.

\_\_\_\_\_. **Uma proposta de periodização da cultura visual evangélica brasileira: estabelecimento, apropriação, abrasileiramento e metamorfose glocal.** Numen: Revista de estudos e pesquisa da religião, Juiz de Fora, v. 21, n. 1, p. 10-37, jan/jun 2018.

REZENDE, E. **Marketing Pentecostal: inovação e inspiração para conquistar o Brasil.** Revista de estudos da Religião - Rever, São Paulo, n. 10, p. 20-41, Junho 2010. ISSN 1677-1222.

RIBEIRO, J. S. **Antropologia Visual. Da minúcia do olhar ao olhar distanciado.** Lisboa: Edições Afrontamento, 2004.

RISSMAN, R. **A History of Fashion - Essential Library of Cultural History.** Minnesota: Abdo Consulting Group, Inc. International, 2015.

ROCHA, E. L.; ROCHA, M. A. T. **O louvor e a adoração através da dança.** Revista Fragmentos de Cultura - Revista Interdisciplinar de Ciências Humanas, Goiânia, v. 19, n. 5/6, p. 485-495, maio/junho 2009.

ROSA, H.; SCHEUERMAN, W. E. **High-Speed Society. Social acceleration, power, and modernity.** United States of America: The Pennsylvania State University, 2009.

ROSAS, N. **Cultura evangélica e "dominação" do Brasil: música, mídia e gênero no caso Diante do Trono.** Minas Gerais: Tese (Doutorado) Universidade Federal de Minas Gerais. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, 2015.

ROSE, G. **Visual Methodologies. An introduction to the interpretation of visual materials.** London: Sage Publications, 2001.

SAD, B. B. **A tatuagem como processo.** São Paulo: Tese em Educação, Arte e História da Cultura -Universidade Presbiteriana Mackenzie -, 2016. Disponível em: <<http://tede.mackenzie.br/jspui/handle/tede/2931>>.

SAMAIN, E. **As "Mnemosyne(s)" de Aby Warburg: Entre Antropologia, Imagens e Arte.** Revista Poiesis, p. 29-51, jul. 2011. Disponível em: <[http://www.poiesis.uff.br/PDF/poiesis17/Poiesis\\_17\\_EDI\\_Mnemosyne.pdf](http://www.poiesis.uff.br/PDF/poiesis17/Poiesis_17_EDI_Mnemosyne.pdf)>. Acesso em: 23 de maio 2017.

SANTAELLA, L. **Cultura das mídias.** São Paulo: Editora Razão Social, 1992.

\_\_\_\_\_. **Cultura e artes do pós-humano. Da cultura das mídias à cibercultura.** São Paulo: Paulus, 2003.

\_\_\_\_\_. **Corpo e Comunicação: Sintonia da Cultura.** São Paulo: Paulus, 2004.

SANT'ANNA, D. B. D. **História da beleza no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2014.

SANTOS, D. R. D.; BRAZ, M. R. R. M. D. C. **Religiões evangélicas: Identidade, consumo e globalização,** Rio de Janeiro, 7a 9 maio 2009. 8-9. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/resumos/R14-0174-1.pdf>>. Acesso em: 7 jun. 2017.

SARAIVA, F. R. D. S. **Novíssimo Dicionário Latino-Português.** 12. ed. Belo Horizonte: Livraria Garnier, 2006.

SERROY, G. L. & J. **A estetização do mundo. Viver na era do capitalismo artista.** Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

SERVA, L. P. A **"fórmula da emoção" na fotografia de guerra.** São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC. Tese de Doutorado em Comunicação e Semiótica, 2017.

SIEPIERSKI, C. T. **"De bem com a vida": O sagrado num mundo em transformação.** Um estudo sobre a Igreja Renascer em Cristo e a presença evangélica na sociedade brasileira contemporânea. São Paulo: Tese - Faculdade de filosofia, letras e ciências humanas - USP, 2001.

SILVA, J. M. D. **As Feias (e os feios) que me desculpem, mas beleza é fundamental":** O uso contemporâneo da imagem e sua influência na mudança dos paradigmas estéticos utilizados na música gospel no Brasil. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010. Dissertação (Mestrado).

SILVA, J. V. D. **Tatuagem e religião - A tatuagem como expressão de fé entre os cristãos coptas.** Revista Lusófona de ciência das religiões, Lisboa, n. 21, p. 291-310, 1º Semestre 2018.

SILVEIRA, E. S. D. **Como estudar as religiões. Metodologias e Estratégias.** Petrópolis: Vozes, 2018.

SOUZA, P.V. **Comunicação, Modernidade, Religião – Relações culturais na história e produção do Centro Áudio Visual Evangélico – CAVE (1951-1971).** Tese de Doutorado, Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura, Escola de Comunicação, UFRJ, 2014.

- SMITH, M. **Visual Culture Studies**. London: Sage Publications, 2008.
- SOUZA, P. V. E. **Comunicação, Modernidade, Religião: Relações culturais na história e produção do Centro Audio Visual Evangélico - CAVE (1951-1971)**. Rio de Janeiro: Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, UFRJ, 2014.
- STEELE, P. **A history of fashion and costume. The medieval world**. Woodlands: Bailey Publishing Associates Ltd, v. II, 2005.
- SUDA, N. P. L. **As novas faces da igreja protestante e sua influência na representação e produção arquitetônica dos templos religiosos atuais no Brasil**. Revista On-line IPOG, Goiânia, p. 1-26, dez. 2014.
- STOCCHETTI, M.; KUKKONEN, K. **Images in use**. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2011.
- SUNG, J. M. **Desejo, mercado e religião**. Petrópolis/Rio de Janeiro: Vozes, 1997.
- SZEFEL, L. **The Gospel of Beauty in the Progressive Era. Reforming American Verse and Values**. New York: Palgrave/Macmillan, 2011.
- THOMPSON, J. B. **Mídia e Modernidade. uma teoria social da mídia**. Petrópolis/Rio de Janeiro: Vozes, 2001.
- TORRES, L. R. P. **Dança no culto cristão**. Goiânia: Dissertação de Mestrado em Ciências da Religião - Universidade Católica de Goiás, 2007.
- TREVISAN, A. **O rosto de Cristo: A formação do imaginário e da arte cristã**. Porto Alegre,RS: AGE, 2003.
- TÜRCKE, C. **Sociedade excitada. Filosofia da sensação**. Tradução de Antonio A.S Zuin [Et al.]. Campinas ,SP: Unicamp, 2010.
- TURNER, B. S. **The Body & Society. Explorations in Social Theory**. London: SAGE Publications, 2008.
- VAUCHEZ, A. **A espiritualidade na Idade Média ocidental (séculos VIII A XIII)**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1995.
- VICENTINI, É. D. C. **A produção musical evangélica no Brasil**. São Paulo: (Tese de Doutorado) Universidade de São Paulo, 2007.
- WARBURG, A. **Atlas Mnemosyne**. Tradução de Joaquin Chamorro Mielke. Madrid: Ediciones Akai, 2010.
- \_\_\_\_\_. **Histórias de fantasma para gente grande. Escritos, esboços e conferências**. Tradução de Lenin Bicudo Bárbara. São Paulo: Companhia das Letras, 2010. Leopoldo Waizbort, Organizador.

\_\_\_\_\_. et al. **Historia de las imágenes e historia de las ideas. La escuela de Aby Warburg.** [S.l.]: Centro Editor de América Latina, 1992.

\_\_\_\_\_. **El ritual de la serpiente.** Tradução de Joaquín Etorena Homaèche. Coyoacán: Sexto Piso, 2004.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo.** São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WENDT, B. **The Allure of the selfie. Instagram and the new self-portrait.** Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014.

WULF, C. **Homo Pictor. Imaginação, ritual e aprendizado mimético no mundo globalizado.** Tradução de Vinicius Spricigo. São Paulo: Hedra, 2013.

ZEVI, B. **Saber ver a Arquitetura.** Tradução de Maria Isabel Gaspar e Gaetan Martins Oliveira. São Paulo: Martins Fontes, 1978.

## Referências de Imagens

A Alegria. **Letras**, 2018. Disponível em: <<https://www.lettras.mus.br/mariana-valadao-andre-valadao/1922023/>>. Acesso em: 10 22 2018.

ADORAÇÃO. **Adoração**, 2016. Disponível em: <[https://www.google.com.br/search?q=adora%C3%A7%C3%A3o&espv=2&biw=1680&bih=881&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj8opHFpIfLAhXKCpAKHcciAdYQ\\_AUIBigB](https://www.google.com.br/search?q=adora%C3%A7%C3%A3o&espv=2&biw=1680&bih=881&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj8opHFpIfLAhXKCpAKHcciAdYQ_AUIBigB)>. Acesso em: 20 fev. 2016.

ALINE Barros. **Aline Barros**, 2016. Disponível em: <[www.alinebarros.com.br](http://www.alinebarros.com.br)>. Acesso em: 10 maio 2016.

ALINE BARROS INSTAGRAM. **INSTAGRAM**, 2017. Disponível em: <<https://www.instagram.com/alinebarros/>>. Acesso em: 20 maio 2017.

AMAZON.COM. **Amazon.com**, 2007. Disponível em: <<https://www.amazon.com/T57-Trin-I-Tee-5-7/dp/B000ULQV8O>>. Acesso em: 22 maio 2017.

AMERICAN Magazine, 2014. Disponível em: <<https://www.americamagazine.org/content/all-things/ritual-sincerity-response-worship-willow-creek>>. Acesso em: 30 jul. 2018.

ANDRE Valadao. **Andre Valadao**, 2008. Disponível em: <<http://www.andrevaladao.com/discografia>>. Acesso em: 26 maio 2017.

ANDRE VALADÃO INSTAGRAM. **ANDRE VALADÃO INSTAGRAM**, 2017. Disponível em: <<https://www.instagram.com/andrevaladao/?hl=pt-br>>. Acesso em: 13 maio 2017.

ANTIDEMON. **Selesnafes**, 2018. Disponível em: <<https://selesnafes.com/2018/08/banda-paulista-de-rock-gospel-fara-show-em-praca-de-macapa/>>. Acesso em: 11 maio 2019.

AO Cubo. **pontegospel.wordpress.com**, 2009. Disponível em: <<https://pontegospel.wordpress.com/tag/hip-hop-gospel/>>. Acesso em: 11 maio 2019.

APÓSTOLO ESTEVAM. **APÓSTOLO ESTEVAM**, 2016. Disponível em: <<http://apostoloestevamoficial.blogspot.com.br/2016/11/livres-da-religiosidade.html>>. Acesso em: 15 maio 2016.

APRENDENDO com Cristo. **Aprendendo com Cristo**, 2017. Disponível em: <<http://aprendendocomcristo.comunidades.net/street-dance>>. Acesso em: 16 maio 2017.

- ARIELY Bonatti. **Ariely Bonatti**, 2013. Disponível em:  
<<http://www.arielybonatti.com.br/discografia/?disco=110467>>. Acesso em: 10 jul. 2017.
- ATACADO Gospel. **Atacado Gospel**, 2017. Disponível em:  
<<http://www.atacadogospel.com.br/index.php>>. Acesso em: 15 maio 2017.
- ATLAS Mnemosyne, 2019. Disponível em:  
<<https://sites.google.com/site/opequenomuseudacondicaohumana/home/humanidade/mnemoys-atlas>>. Acesso em: 13 jan. 2019.
- BALADA Local. **Balada Local**, São Paulo, 23 out. 2009. Disponível em:  
<[www.baladalocal.com.br](http://www.baladalocal.com.br)>. Acesso em: 23 out. 2009.
- BANDA Eva. **Answers.com**, 2009. Disponível em:  
<<http://www.answers.com/topic/ao-vivo-1998-album-by-banda-eva-1>>. Acesso em: 07 dez. 2009.
- BLESSTHEFALL. **His Last Walk**, 2007. Disponível em:  
<<http://www.blessthefallmusic.com/music.html>>. Acesso em: 05 maio 2017.
- BLOG da Mari. **Blog da Mari**, 2012. Disponível em:  
<<http://www.oblogdamari.com/2012/07/uma-heranca-de-amor-quando-o-fim-pode-ser-o-comeco-lycia-barros.html>>. Acesso em: 13 maio 2017.
- BLOGS Universal. **Blogs Universal**, 2013. Disponível em:  
<<http://blogs.universal.org/cristianecardoso/pt/a-mulher-v-2/>>. Acesso em: 26 jun. 2017.
- BOAS Novas, 2009. Disponível em: <<http://marcosgospel.blogspot.com/2009/10/luis-de-carvalho-volume-1-1958.html>>. Acesso em: 02 out. 2009.
- BOLA de neve. **bola de neve**, 2017. Disponível em: <<http://boladeneve.com/apostolorina>>. Acesso em: 26 jul. 2017.
- BOLA de Neve. **Bola de Neve**, 2017. Disponível em: <<http://boladeneve.com/apostolorina>>. Acesso em: 26 jul. 2017.
- BOLA de Neve -Salvador. **Bola de Neve -Salvador**, 2010. Disponível em:  
<<http://thayanemarinho.blogspot.com.br/2010/07/bola-de-neve-church-em-salvador-ba.html>>. Acesso em: 19 jun. 2017.
- BRUM, F. Fernanda Brum. **Fernanda Brum**, 2016. Disponível em:  
<[www.fernandabrum.com.br](http://www.fernandabrum.com.br)>. Acesso em: 10 jul. 2016.
- BURNING Hell, 1974. Disponível em: <<https://366weirdmovies.com/stocking-coal-kirk-camerons-saving-christmas-2014-the-burning-hell-1974/>>. Acesso em: 05 fev. 2019.

- C.A.C.C. **C.A.C.C**, 2017. Disponível em:  
<<http://aprendendocomcristo.comunidades.net/street-dance>>. Acesso em: 14 maio 2017.
- CABO de Rede. **Wikipedia**, 2019. Disponível em:  
<[https://pt.wikipedia.org/wiki/RJ\\_\(conector\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/RJ_(conector))>. Acesso em: 14 maio 2019.
- CACP. **Centro Apologético Cristão de Pesquisas**, 2013. Disponível em:  
<<http://www.cacp.org.br/a-riqueza-e-a-pregacao-de-morris-cerullo/>>. Acesso em: 15 abr. 2019.
- CANTOR PG. **Cantor PG**, 2010. Disponível em: <<http://cantorpg.com.br/discos-cantor-pg>>. Acesso em: 23 maio 2017.
- CARAVAGGIO. Wikipédia. **Wikipédia**, 2019. Disponível em:  
<[https://en.wikipedia.org/wiki/Narcissus\\_\(Caravaggio\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Narcissus_(Caravaggio))>. Acesso em: 15 abr. 2019.
- CATEDRAL Presbiteriana RJ. **Catedral Presbiteriana RJ**, 2003. Disponível em:  
<<http://www.catedralrio.org.br/sobre-2/quem-somos/quem-somos/>>. Acesso em: 10 jul. 2017.
- CATEDRAL Presbiteriana\_2. **Wikipedia**, 2015. Disponível em:  
<[https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Catedral\\_Presbiteriana\\_do\\_Rio\\_de\\_Janeiro.jpg](https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Catedral_Presbiteriana_do_Rio_de_Janeiro.jpg)>. Acesso em: 19 jun. 2018.
- CD A Canção do Amor. **Diante do Trono**, 2016. Disponível em:  
<<http://www.lojadiantedotrono.com/cd-diante-do-trono-11-a-canCAo-do-amor-p194>>. Acesso em: 10 fev. 2016.
- CENTRAL Gospel. **Central Gospel**, 2016. Disponível em:  
<[http://centralgospel.com.br/\\_gutenweb/\\_loja/hotsite/revendedores/index.cfm](http://centralgospel.com.br/_gutenweb/_loja/hotsite/revendedores/index.cfm)>. Acesso em: 29 maio 2016.
- CERVEJA ITAIPAVA. **Meio e Mensagem**, 2016. Disponível em:  
<<http://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2017/02/02/o-antes-e-depois-das-campanhas-de-cerveja.html>>. Acesso em: 25 maio 2017.
- CHAMADA. **Chamada**, 2016. Disponível em:  
<[http://www.chamada.com.br/mensagens/oracao\\_de\\_adoracao.html](http://www.chamada.com.br/mensagens/oracao_de_adoracao.html)>. Acesso em: 17 fev. 2016.
- CLARA Rosa, 2019. Disponível em: <<https://clararosa.com.br/#>>. Acesso em: 04 maio 2019.
- COCA-COLA , 2017. Disponível em: <<http://mult-art.blogspot.com.br/2012/03/blog-post.html>>. Acesso em: 13 maio 2017.
- COMPUTER History, 2016. Disponível em:  
<<http://www.computerhistory.org/atcm/happy-20th-birthday-to-the-public-web/>>. Acesso em: 10 fev. 2016.

COMUNHÃO. **Comunhão**, 2016. Disponível em:  
<<http://www.comunhao.com.br/index.php/jvv/161-coberturas-jvv/11298-aline-barros-traz-extraordinaria-graca-para-o-jvv-2016>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

COMUNICART. **Comunicart**, 2017. Disponível em:  
<<http://comunicart.blog.br/2014/02/a-arte-de-manipular-photoshop/>>. Acesso em: 13 maio 2017.

CONCURSO do Homem Mais Feio. **Notícias Uol**, 2013. Disponível em:  
<<https://noticias.uol.com.br/tabloide/album/2013/07/24/feio-e-o-novo-belo-mais-feio-do-brasil-e-de-contagem-o-minas-gerais.htm#fotoNav=7>>. Acesso em: 14 maio 2017.

CPAD - Renúncia. **CPAD - Renúncia**, 2011. Disponível em:  
<<http://www.cpad.com.br/dvd-filme-renuncia-/p>>. Acesso em: 04 abr. 2017.

CPAD. CPAD News. **CPAD News**, 2016. Disponível em:  
<<http://www.cpadnews.com.br/universo-cristao/29217/segmento-gospel-cresce-14-ao-ano-afirma-organizacao-do-4%C2%B0-salao-gospel.html>>. Acesso em: 20 maio 2016.

CRIAÇÃO de Adão. **Wikipedia**, 2018. Disponível em:  
<[https://pt.wikipedia.org/wiki/A\\_Cria%C3%A7%C3%A3o\\_de\\_Ad%C3%A3o](https://pt.wikipedia.org/wiki/A_Cria%C3%A7%C3%A3o_de_Ad%C3%A3o)>. Acesso em: 12 out. 2018.

CULTO evangélico. **O diário**, 2015. Disponível em:  
<<http://blogs.odiariorio.com/inforgospel/2013/08/27/igrejas-evangelicas-promove-cultura-e-pode-virar-patrimonio-cultural-em-curitiba-pr-confira/>>. Acesso em: 22 jun. 2015.

CULTURA Mix. **Cultura Mix**, 2016. Disponível em:  
<<http://musica.culturamix.com/artistas/maiores-idolos-da-musica-gospel>>. Acesso em: 13 fev. 2016.

DANÇA Gospel. **Slideshare**, São Pa, 2011. Disponível em:  
<[https://pt.slideshare.net/lu\\_campos26/revista-dana-gospel-julho-e-agosto-2011](https://pt.slideshare.net/lu_campos26/revista-dana-gospel-julho-e-agosto-2011)>. Acesso em: 11 maio 2017.

DANCAIBL. **dancaibl**, 2018. Disponível em: <<https://dancaibl.wordpress.com/o-que-e-dna/>>. Acesso em: 14 nov. 2018.

DERPILANDIA. **Derpilândia**, 2012. Disponível em:  
<<http://derpilandia.blogspot.com.br/2012/04/prancha-no-altar-pq.html>>. Acesso em: 01 jun. 2017.

DESIGN, Q. Quartel Design. **Quartel Design**, 2014. Disponível em:  
<<http://www.quarteldesign.com/blog/projeto-novo-cd-fernanda-brum-da-eternidade/>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

DIANTE do Trono. **Diante do Trono**, 1998. Disponível em:  
<<http://www.diantedotrono.com/Discografia/diante-do-trono/>>. Acesso em: 14 fev. 2016.

DIANTE do Trono. **Diante do Trono**, 2017. Disponível em:  
<<http://diantedotrono.com/>>. Acesso em: 20 jul. 2017.

DIANTE do Trono I. **Diante do Trono I**, 1998. Disponível em:  
<<https://www.youtube.com/watch?v=9jOiDiuvk3Q>>. Acesso em: 22 jun. 2017.  
DUDA Alves. **Duda Alves**, 2017. Disponível em:  
<[http://picssr.com/photos/pintor\\_dudaalves/interesting?nsid=28181164@N04](http://picssr.com/photos/pintor_dudaalves/interesting?nsid=28181164@N04)>. Acesso em: 8 jun. 2017.

EDITORA Central Gospel, 1999. Disponível em:  
<<https://www.editoracentralgospel.com/institucional>>. Acesso em: 10 fev. 2019.

EDUCAÇÃO PÚBLICA. Educação Pública. **Educação Pública**, 2016. Disponível em:  
<[http://www.educacaopublica.rj.gov.br/biblioteca/educacao\\_artistica/0037.html](http://www.educacaopublica.rj.gov.br/biblioteca/educacao_artistica/0037.html)>. Acesso em: 02 ago. 2016.

ELAINE de Jesus. **Elaine de Jesus**, 2009. Disponível em:  
<<http://www.elainedejesus.com>>. Acesso em: 20 dez. 2009.

ELIANA. **ELIANA**, 2017. Disponível em:  
<<http://m.sbt.com.br/eliana/fiquepordentro/7807/Eliana-comanda-a-grande-final-do-Tem-Um-Cantor-Gospel-La-Em-Casa.html>>. Acesso em: 01 maio 2017.

ENGRAMMA. **Engramma**, 2019. Disponível em:  
<[http://www.gramma.it/eOS/core/frontend/eos\\_atlas\\_index.php?id\\_tavola=1039&lang=eng](http://www.gramma.it/eOS/core/frontend/eos_atlas_index.php?id_tavola=1039&lang=eng)>. Acesso em: 11 jan. 2019.

ERIC Lawson. **EM**, 2014. Disponível em:  
<[https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2014/01/27/interna\\_internacional,492176/morre-mais-um-cowboy-da-marlboro-o-4-por-doenca-pulmonar.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2014/01/27/interna_internacional,492176/morre-mais-um-cowboy-da-marlboro-o-4-por-doenca-pulmonar.shtml)>. Acesso em: 22 maio 2019.

ESCULTURA Evangélica. **Escultura Evangélica**, 2017. Disponível em:  
<[http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-690978109-escultura-evangelica-salmo-91-em-resina-de-poliester-\\_JM](http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-690978109-escultura-evangelica-salmo-91-em-resina-de-poliester-_JM)>. Acesso em: 02 jun. 2017.

ESPELHO Feminino. **Espelho Feminino**, 2017. Disponível em:  
<<http://espelhofeminino2.blogspot.com.br/2013/12/diferenca-entre-grife-e-marca.html>>. Acesso em: 13 maio 2017.

ETERNOS Canticos. **Eternos Canticos**, 2016. Disponível em:  
<<http://eternoscanticos.blogspot.com.br/2015/01/edna-harrington-meu-brasil-o-evangelho.html>>. Acesso em: 01 ago. 2016.

EVANGÉLICO na Sociedade. **Evangelico na Sociedade**, 2014. Disponível em:  
<<https://evangeliconasociedade.files.wordpress.com/2014/06/bola-de-neve.jpg>>. Acesso em: 22 maio 2017.

EVERYSTOCKPHOTO. **Everystockphoto**, 2006. Disponível em: <<http://www.everystockphoto.com/photo.php?imageId=2333245>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

EXPO São Paulo Cristã. **Expo São Paulo Cristã**, 2017. Disponível em: <<http://www.exposaopaulocrista.com/index.html>>. Acesso em: 16 maio 2017.

EXPOCRISTA. Expocrista, 2008. Disponível em: <[www.expocrista.com.br](http://www.expocrista.com.br)>. Acesso em: 14 mar. 2008.

EXPOCRISTÃ 2017. **Expocristã 2017**, 2017. Disponível em: <<http://expocrista.com.br/expositores/>>. Acesso em: 16 jun. 2017.

EXPOSITOR Cristão. **Expositor Cristão**, 2017. Disponível em: <<http://www.expositorcristao.com.br/colégio-episcopal-e-cogeam-tomam-posse-na-catedral-metodista-de-sao-paulo>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

EXTRA. **Extra**, 2017. Disponível em: <[http://www.extra.com.br/livros/LivrosdeReligioeEspiritismo/Biblia/?Filtro=C484\\_C649\\_C1354](http://www.extra.com.br/livros/LivrosdeReligioeEspiritismo/Biblia/?Filtro=C484_C649_C1354)>. Acesso em: 10 jun. 2017.

FABRICADEARTES. **fabricadeartes**, 2018. Disponível em: <<https://www.fabricadeartes.org.br/>>. Acesso em: 10 dez. 2018.

FACEBOOK. Facebook, 2004. Disponível em: <[www.facebook.com](http://www.facebook.com)>. Acesso em: 20 fev. 2008.

FACEBOOK. **Facebook**, 2018. Disponível em: <[https://www.facebook.com/pg/leoshungraffiti/photos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/leoshungraffiti/photos/?ref=page_internal)>. Acesso em: 19 dez. 2018.

FACEGLORIA. **Facegloria**, 2008. Disponível em: <[www.facegloria.com](http://www.facegloria.com)>. Acesso em: 22 fev. 2008.

FATHERJOHN. **Fatherjohn**, 2013. Disponível em: <<http://fatherjohn.blogspot.com.br/2013/10/stump-priest-virgin-marys-sister-mary.html>>. Acesso em: 22 maio 2017.

FATIMA Correa. **Fatima Correa**, 2017. Disponível em: <<https://fatimacorrea.wordpress.com/pintura-em-tela-sob-encomenda/>>. Acesso em: 15 jun. 2017.

FÉ pra todo lado. **fepratodolado**, 2018. Disponível em: <<https://fepratodolado.com/home>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

FEIRA FLIC. **Feira FLIC**, 2012. Disponível em: <<http://feiraflic.com.br/>>. Acesso em: 12 jul. 2017.

FESTIVAL Promessas. **G1.globo**, 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/12/festival-promessas-celebra-musica-evangelica-no-rio.html>>. Acesso em: 26 maio 2017.

FLICKR Bola, 2013. Disponível em: <[https://www.flickr.com/photos/galera\\_bola/8693830378/](https://www.flickr.com/photos/galera_bola/8693830378/)>. Acesso em: 10 maio 2019.

FLIP. **FLIP**, 2003. Disponível em: <<http://flip.org.br/>>. Acesso em: 12 jul. 2017.

FLORATTA. **Floratta**, 2017. Disponível em: <<https://www.florattamodas.com.br/produto/51106/4086---vestido-executiva-c-cinto.html>>. Acesso em: 11 jul. 2017.

FLORENCE Welch. **Florence Welch**, 2013. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/34621490856838205/>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

FOLHA. **folha**, 2014. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/07/1494128-inauguracao-de-tempo-da-igreja-universal-reuniu-petistas-e-tucanos.shtml>>. Acesso em: 15 out. 2018.

FOTOGRAFIA. **Wikipedia**, 1826. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Fotografia>>. Acesso em: 20 abr. 2019.

FOURSQUARE. **Foursquare**, 2018. Disponível em: <<https://pt.foursquare.com/v/renascer-hall/4bc4b6beabf49521de72c593/photos>>. Acesso em: 31 maio 2018.

FOURSQUARE. **Foursquare**, 2018. Disponível em: <<https://pt.foursquare.com/v/bola-de-neve/4bf7391b5317a5930dc5fd7e?openPhotoId=579e8058498e3b956b04ec0f>>. Acesso em: 30 jul. 2018.

GERAÇÃO RP. **Geração RP**, 2017. Disponível em: <<http://geracaorp.blogspot.com.br/2011/02/igreja-renascer-em-cristo-25-anos.html>>. Acesso em: 22 jun. 2017.

GLOBO. **G1 Globo**, 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,MUL962423-5605,00->

COBERTURA+COMPLETA+DESABAMENTO+DO+TETO+DA+RENASCER.html >. Acesso em: 11 dez. 2018.

GLOBO. **Globo.com**, 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pa/para/noticia/2013/04/banda-gospel-diante-do-trono-faz-show-em-belem-neste-sabado.html>>. Acesso em: 23 jan. 2016.

GOSPEL 10. **Gospel 10**, 2017. Disponível em: <<http://www.gospel10.com/poesias/novidades>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

GOSPEL Geral. **Gospel Geral**, 2016. Disponível em:

<<https://www.gospelgeral.com.br/2016/12/morre-tid-hernandes-filho-de-sonia-e-estevam-hernandes/>>. Acesso em: 15 out. 2018.

GOSPEL Goods. **Gospel Goods**, 05 fev. 2016. Disponível em:

<<http://www.gospelgoods.com.br/produto/2665/Cd-Varios-Promessas-Adoracao>>.

GOSPEL Live Festival. **Gospel Live Festival**, 2015. Disponível em:

<<http://www.atacama.rec.br/>>. Acesso em: 14 maio 2017.

GOSPEL Mais. **Gospel Mais**, 2006. Disponível em: <<https://gospelmais.com.br/>>.

Acesso em: 22 maio 2017.

GOSPEL Mais. **Gospel Mais**, 2012. Disponível em:

<<https://musica.gospelmais.com.br/fotos-trofeu-promessas-reune-celebridades-musica-gospel-20213.html>>. Acesso em: 25 out. 2018.

GOSPEL Mais. **Gospel Mais**, 2014. Disponível em:

<<https://noticias.gospelmais.com.br/pastor-lista-oito-motivos-templo-salomao-universal-67710.html>>. Acesso em: 05 set. 2018.

GOSPEL Mais. **Gospel Mais**, 2018. Disponível em:

<<https://noticias.gospelmais.com.br/grafiteiro-leo-shun-usa-arte-para-evangelizar-98522.html>>. Acesso em: 18 dez. 2018.

GOSPEL Pop. **Gospel Pop**, 2016. Disponível em: <<http://gospelpop.com.br/ate-quando-voce-permitira-ser-um-idolo-gospel/>>. Acesso em: 09 fev. 2016.

GOSPEL Prime. **Gospel Prime**, 2018. Disponível em:

<<https://www.gospelprime.com.br/artista-leva-o-grafite-para-os-pulpitos-para-atrair-os-jovens/>>. Acesso em: 20 dez. 2018.

GOSPEL Prime, 2019. Disponível em: <<https://www.gospelprime.com.br/andre-valadao-cartao-de-credito-fe/>>. Acesso em: 02 maio 2019.

GOSPEL Records. **Gospel Records**, 1990. Disponível em:

<[https://pt.wikipedia.org/wiki/Gospel\\_Records](https://pt.wikipedia.org/wiki/Gospel_Records)>. Acesso em: 25 maio 2017.

GRAFITE Taly. **Grafite Taly**, 2012. Disponível em:

<<http://grafitetaly.blogspot.com.br/2012/02/grafites-biblicosevangelicosigrejas.html>>. Acesso em: 22 jun. 2017.

GSHOW. **Globo.com**, 2015. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/Musica/festival-promessas/noticia/2015/11/quero-ser-inspiracao-diz-cantora-bruna-karla-apos-perder-14-kg.html>>. Acesso em: 19 maio 2017.

GUIA Me. **Guia Me**, 2014. Disponível em: <<http://guiame.com.br/gospel/mundo-cristao/grupo-cristao-apresentou-peca-flores-em-mostra-de-teatro-em-montes-claros.html>>. Acesso em: 22 mar. 2017.

HANS Memling. **Wikimedia**, 2017. Disponível em:  
<[https://commons.wikimedia.org/wiki/Hans\\_Memling](https://commons.wikimedia.org/wiki/Hans_Memling)>. Acesso em: 13 maio 2017.

HERITAGE Church. **Heritage Church**, 2017. Disponível em:  
<<https://www.heritagechurch.org/mess-fest/>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

HINOS Evangelicos, 2016. Disponível em:  
<<http://hinosevangelicosantigos.blogspot.com/2016/04/luiz-de-carvalho-o-rei-esta-voltando.html>>. Acesso em: 05 jan. 2019.

HODEGÉTRIA. **Wikipedia**, 2018. Disponível em:  
<<https://pt.wikipedia.org/wiki/Hodeg%C3%A9tria>>. Acesso em: 25 nov. 2018.

HYPESCIENCE. **hypescience.com**, 2016. Disponível em:  
<<http://hypescience.com/veja-as-mais-antigas-pinturas-humanas-com-42-mil-anos-de-idade/>>. Acesso em: 02 fev. 2016.

IGOSPEL. **Igospel**, 2010. Disponível em:  
<[http://igospel.org.br/br/noticia.php?m=\\*A8F9A19F1BDDB4E9C1FB714B74920EAD31F5FD09](http://igospel.org.br/br/noticia.php?m=*A8F9A19F1BDDB4E9C1FB714B74920EAD31F5FD09)>. Acesso em: 13 jun. 2017.

IGOSPEL. **igospel**, 2013. Disponível em:  
<[http://www.igospel.org.br/br/noticia.php?m=\\*3148316EA61860F7037BF0F4623FA3500B8CE07C](http://www.igospel.org.br/br/noticia.php?m=*3148316EA61860F7037BF0F4623FA3500B8CE07C)>. Acesso em: 10 jul. 2018.

IGREJA Cristo Redentor. **Igreja Cristo Redentor**, 2015. Disponível em:  
<[www.igreja-cristoredentor.org.br](http://www.igreja-cristoredentor.org.br)>. Acesso em: 10 maio 2016.

IGREJA Cristo Salva. **Igreja Cristo Salva**, 2017. Disponível em:  
<<https://igrejacristosalva.com.br/igreja/nossa-historia/>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

IGREJA Renascer em Cristo. **Igreja Renascer em Cristo**, 2016. Disponível em:  
<<https://www.youtube.com/watch?v=-ig7vK7jTT8&index=30&list=WL&t=288s>>. Acesso em: 14 jul. 2017.

IGREJA Wesleyana. **Igreja Wesleyana**, 2016. Disponível em:  
<<http://seeklogo.com/igreja-metodista-wesleyana-logo-70219.html>>. Acesso em: 11 fev. 2016.

III Festival de Cinema Cristão. **Festival de Cinema FICC**, 2015. Disponível em:  
<<http://www.festivaldecinemaficc.com.br/festival/>>. Acesso em: 14 mar. 2017.

INFINITO, S. Significados. **Significados**, 2016. Disponível em:  
<<http://www.significados.com.br/simbolo-do-infinito/>>. Acesso em: 14 jul. 2016.

INFOESCOLA. **infoescola**, 2018. Disponível em:  
<<https://www.infoescola.com/artes/mascara/>>. Acesso em: 15 jan. 2019.

INPHAMOUSDESIGN. **Inphamousdesign**, 2017. Disponível em:  
<<https://inphamousdesign.wordpress.com/category/the-truth/>>. Acesso em: 13 maio 2017.

INSTAGRAM. Instagram, 2017. Disponível em: <[www.instagram.com](http://www.instagram.com)>. Acesso em: 13 abr. 2017.

INSTAGRAM Bruna Karla. **Instagram**, 2019. Disponível em: <<https://www.instagram.com/brunakarlabk/>>. Acesso em: 20 maio 2019.

INSTAGRAM Cassiane. **Instagram**, 2019. Disponível em: <<https://www.instagram.com/cassianecantora/>>. Acesso em: 05 20 2019.

INSTAGRAM Fernandinho. **Instagram Fernandinho**, 2017. Disponível em: <<https://www.instagram.com/fernandinhoepaula/?hl=pt-br>>. Acesso em: 20 maio 2017.

JACKSON Coelho. **pinturaartisticaemparedede**, 2017. Disponível em: <<https://pinturaartisticaemparedede.blogspot.com/2017/10/pinturas-artisticas-em-igrejas.html>>. Acesso em: 10 out. 2018.

JAILSON Artes. **Jailson Artes**, 2017. Disponível em: <<https://plus.google.com/+ARTESJAILSONARTESrealista>>. Acesso em: 19 jun. 2017.

JÓIA. Coliseu. **Coliseu**, 2016. Disponível em: <<http://www.coliseu.com.br/gargantilha-em-ouro-18k-amarelo-simbolo-infinito-prod-944.html>>. Acesso em: 15 jul. 2016.

JORNAL Estadão. **Jornal Estadão**, 2014. Disponível em: <<http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,pastores-evangelicos-usam-arte-para-pregar-e-se-manifestar-imp-,1115039>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

JORNAL Gospel News. **Jornal Gospel News**, 2011. Disponível em: <<http://jornalgospelnews.com.br/2011/07/22/iv-seminario-de-adoracao-com-dancas-adoracao-com-entendimento-de-09-a-11-de-setembro2011/>>. Acesso em: 02 jul. 2017.

JUSTWATCH. **Justwatch**, 2005. Disponível em: <<https://www.justwatch.com/br/serie/sobrenatural>>. Acesso em: 20 jul. 2017.

LAGOINHA Dança. **Lagoinha Dança**, 2017. Disponível em: <<http://www.lagoinha.com/ibl-noticia/lagoinha-60-anos-louvando-a-deus-com-dancas/>>. Acesso em: 22 jul. 2017.

LAGOINHA.COM. **Lagoinha.Com**, 2017. Disponível em: <<http://www.lagoinha.com/ibl-noticia/abertura-congresso-dt-2017/>>. Acesso em: 23 maio 2017.

LED Zeppelin. **Pinterest**, 1974. Disponível em: <<https://uk.pinterest.com/pin/338121884496453630/>>. Acesso em: 22 maio 2017.

LED Zeppelin. **Led Zeppelin**, 2008. Disponível em: <<https://www.discogs.com/Led-Zeppelin-Greatest-Hits/release/1968156>>. Acesso em: 16 maio 2017.

LETÍCIA Fernanda. **2timoteo316**, 2012. Disponível em:  
<<http://2timoteo316.blogspot.com/2012/07/mulher-deve-se-vestir-de-modo-que.html>>.  
Acesso em: 13 maio 2019.

LETRAS.MUS. **Lestras.Mus**, 2017. Disponível em:  
<<https://www.letras.mus.br/shirley-carvalhaes/fotos.html#162307>>. Acesso em: 18 maio 2017.

LIBERDADE. **Liberdade**, 2016. Disponível em:  
<[https://www.google.com.br/search?q=liberdade&espv=2&biw=1680&bih=881&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiznZ-kmIfLAhWKIJAKHSzaCUcQ\\_AUIBigB&dpr=1](https://www.google.com.br/search?q=liberdade&espv=2&biw=1680&bih=881&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiznZ-kmIfLAhWKIJAKHSzaCUcQ_AUIBigB&dpr=1)>. Acesso em: 14 fev. 2016.

LIBRARY, N. Y. P. Wikipedia. **Wikipedia**, 2009. Disponível em:  
<[https://pt.wikipedia.org/wiki/B%C3%ADblia\\_de\\_Gutenberg](https://pt.wikipedia.org/wiki/B%C3%ADblia_de_Gutenberg)>. Acesso em: 26 nov. 2018.

LOJA Nissi. **Loja Nissi**, 2015. Disponível em:  
<<http://loja.ministeriojeovanissi.com.br/>>. Acesso em: 27 maio 2017.

MADONNA. **alphafm**, 2018. Disponível em:  
<<https://www.alphafm.com.br/materia/60-anos-de-madonna-10-curiosidades-sobre-a-cantora>>. Acesso em: 21 maio 2019.

MALAFAIA, S. YouTube. **Lucas Braz**, 2012. Disponível em:  
<<https://www.youtube.com/watch?v=mNpgKFzE2PY>>. Acesso em: 20 maio 2019.

MARCOS gospel. **Marcos gospel**, 2009. Disponível em:  
<<http://marcosgospel.blogspot.com/2009/10/luis-de-carvalho-volume-1-1958.html>>.  
Acesso em: 2009.

MELLO, M. Marcus Mello. **Marcus Mello**, 2012. Disponível em: <<https://marcus-melo.com/2012/07/23/fernandinho/>>. Acesso em: 26 maio 2017.

METODISTALONDRINA , 2019. Disponível em:  
<<http://www.metodistalondrina.com.br/igreja.php>>. Acesso em: 11 fev. 2019.

METROPOLITAN Museum. **metmuseum**, 2018. Disponível em:  
<<https://www.metmuseum.org/toah/works-of-art/55.220.2/>>. Acesso em: 26 nov. 2018.

MINISTERIO Jeova Nissi. **Ministerio Jeova Nissi**, 2010. Disponível em:  
<[http://ministeriojeovanissi.zip.net/arch2010-01-17\\_2010-01-23.html](http://ministeriojeovanissi.zip.net/arch2010-01-17_2010-01-23.html)>. Acesso em: 16 jul. 2017.

MISSÃO Gospel. **Missão Gospel**, 2013. Disponível em:  
<<http://www.missaogospel.com.br/noticias/sao-goncalo-tera-mutirao-de-grafite-evangelista.html>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

MIX GOSPEL NEWS. **MIX GOSPEL NEWS**, 2014. Disponível em:  
<<http://mixgospelnews.blogspot.com.br/2014/02/a-biografia-do-apostolo-estevam.html>>. Acesso em: 17 maio 2017.

MK Shopping. **Mk Shopping**, 2009. Disponível em:  
<<http://www.mkshopping.com.br/classicos-da-musica-crist.html>>. Acesso em: 10 maio 2017.

MODA Feminina. **Moda Feminina**, 2015. Disponível em:  
<<http://modafeminina.biz/moda-primavera-verao/modelos-de-roupas-femininas>>.  
Acesso em: 22 jun. 2017.

MUNDO Cristão. **Mundo Cristão**, 2017. Disponível em:  
<<http://www.mundocristao.com.br/produto/820/B%C3%ADb%20da-galera-radical---NTLH-2-edi%C3%A7%C3%A3o>>. Acesso em: 20 jul. 2017.

MUNDO Cristão. **Mundo Cristão**, 2017. Disponível em:  
<<http://www.mundocristao.com.br/produto/584/Colcha-de-retalhos>>. Acesso em: 22 jun. 2017.

NETFLIX. **Netflix**, 2016. Disponível em:  
<<https://www.netflix.com/br/title/80995792>>. Acesso em: 23 jan. 2019.

NOSSA Igreja Brasileira. **Facebook**, 2018. Disponível em:  
<[https://www.facebook.com/IgrejaCulturaBrasil/?tn-str=k\\*F](https://www.facebook.com/IgrejaCulturaBrasil/?tn-str=k*F)>. Acesso em: 26 nov. 2018.

O Crente, 2008. Disponível em: <<http://ocrente.blogspot.com/2008/03/vencedores-por-cristo-se-eu-fosse.html>>. Acesso em: 12 mar. 2019.

O Fuxico Gospel, 2017. Disponível em:  
<<https://www.ofuxicogospel.com.br/2017/12/bispa-sonia-posta-foto-intima-do-marido-na-web-e-seguidores-nao-perdoam.html/>>. Acesso em: 19 maio 2019.

O Inferno em Chamas, 1974. Disponível em:  
<<http://filmegospelcompleto.blogspot.com/2016/12/assistir-filme-gospel-online-inferno-em-chamas-1974-completo.html>>. Acesso em: 10 jan. 2019.

O jardim do inimigo. **Ministerio Jeova Nissi**, 2017. Disponível em:  
<<http://loja.ministeriojeovanissi.com.br/produto/o-jardim-do-inimigo/6264>>. Acesso em: 16 maio 2017.

OFICINA G3. **Oficina G3**, 2016. Disponível em:  
<<http://www.oficinag3.art.br/discografia/>>. Acesso em: 10 maio 2016.

OLHAR PENTECOSTAL. **OLHAR PENTECOSTAL**, 2010. Disponível em:  
<<http://olharpentecostal.blogspot.com.br/2011/10/damares-vende-mais-de-300-mil-copias.html>>. Acesso em: 11 maio 2017.

OS Dois Caminhos. **Os Dois Caminhos**, 2008. Disponível em: <<http://semana-tranquila.blogspot.com.br/2012/10/os-dois-caminhos.html>>. Acesso em: 17 maio 2017.

OSCAR, T. oscar. **oscar**, 2009. Disponível em: <<http://oscar.go.com/>>. Acesso em: 10 dez. 2009.

PAMELA Music. **Instagram**, 2019. Disponível em:  
<[https://www.instagram.com/p/Bv6-lpTJayd/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/Bv6-lpTJayd/?utm_source=ig_web_copy_link)>.  
Acesso em: 23 maio 2019.

PASTORAVIVIANLAZZERINI. **pastoravivianlazzerini**, 2017. Disponível em:  
<<http://pastoravivianlazzerini.com.br/conhecendo-os-tipos-de-danca/>>. Acesso em: 11 dez. 2018.

PINTEREST. Pinterest. **Pinterest**, 2017. Disponível em:  
<<https://br.pinterest.com/pin/561050066068609273/>>. Acesso em: 13 maio 2017.

PINTEREST Vestes. **Pinterest**, 2017. Disponível em:  
<<https://br.pinterest.com/pin/322851867014802315/>>. Acesso em: 19 maio 2017.

PORTALMIE. **portalmie**, 2014. Disponível em:  
<<http://www.portalmie.com/atualidade/2014/08/excesso-de-photoshop-leva-os-eua-a-propor-nova-lei-para-regularizar/>>. Acesso em: 20 jan. 2019.

PRAISE, R. renascer praise. **renascer praise**, 2009. Disponível em:  
<<http://renascerpraise.com.br/release.html>>. Acesso em: 17 dez. 2009.

PRINCIPE da Paz. **Diante do Trono**, 2007. Disponível em:  
<<http://www.diantedotrono.com/Discografia/principe-da-paz/>>. Acesso em: 14 fev. 2016.

PROJETO 242. **projeto242**, 2018. Disponível em:  
<<http://www.projeto242.com/new/>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

QUARTEL André. **quarteldesign**, 2018. Disponível em:  
<<https://quarteldesign.com/portfolio/logo-andre-valadao/>>. Acesso em: 22 out. 2018.

QUARTEL Design. **quartel design**, 2014. Disponível em:  
<<http://www.quarteldesign.com/blog/projeto-novo-cd-fernanda-brum-da-eternidade/>>.  
Acesso em: 20 jun. 2017.

QUARTEL Design. **quarteldesign**, 2018. Disponível em:  
<<https://quarteldesign.com/sobre-nos/>>. Acesso em: 15 out. 2018.

RACHEL Malafaia. **Rachel Malafaia**, 2013. Disponível em:  
<<https://www.rachelmalafaia.com/divulgacao>>. Acesso em: 22 maio 2017.

RAQUEL Mello. **Raquel Mello**, 2017. Disponível em:  
<<http://www.raquelmello.com.br/Site/index.php/discografia-2/>>. Acesso em: 16 jul. 2017.

RATNER, B. National Geographic. **nationalgeographic**, 2010. Disponível em:  
<<https://news.nationalgeographic.com/news/2010/07/100727-who-wrote-dead-sea-scrolls-bible-science-tv/>>. Acesso em: 16 nov. 2018.

REALLUSION. **Reallusion**, 2017. Disponível em:  
<[https://www.reallusion.com/contentstore/iClone/pack/Realistic\\_Human\\_100/default.aspx](https://www.reallusion.com/contentstore/iClone/pack/Realistic_Human_100/default.aspx)>. Acesso em: 11 maio 2017.

RECORDS, L. Line Records. **Line Records**, 2009. Disponível em:  
<<http://www.linerecords.com.br>>. Acesso em: 20 dez. 2009.

RED Brick Parsonage. **redbrickparsonage**, 2017. Disponível em:  
<<https://redbrickparsonage.wordpress.com/tag/allegory-on-law-and-grace/>>. Acesso em: 26 nov. 2018.

REFLEXÕES Evangélicas. **Reflexões Evangélicas**, 08 fev. 2016. Disponível em:  
<[www.reflexoesevangelicas.com.br](http://www.reflexoesevangelicas.com.br)>. Acesso em: 2016.

REVISTA MDA. **Revista MDA**, 2016. Disponível em:  
<<http://www.revistamda.com/conheca-os-10-cantores-gospel-que-possuem-mais-seguidores-no-facebook/>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

REVISTA SAUDE. **REVISTA SAUDE**, 2017. Disponível em:  
<<http://www.rsaude.com.br/londrina/materia/rinoplastia-cirurgia-do-nariz/5810>>. Acesso em: 13 maio 2017.

SALÃO Internacional Gospel. **Salão Internacional Gospel**, 2016. Disponível em:  
<<http://www.salaointernacionalgospel.com.br/4--salao-gospel-2015.html>>. Acesso em: 25 maio 2016.

SAUDE DICAS. **SAUDE DICAS**, 2017. Disponível em:  
<<https://www.saudedicas.com.br/saude-infantil/os-perigos-do-piercing-na-lingua-075635>>. Acesso em: 13 maio 2017.

SBB , 1948. Disponível em: <<http://www.sbb.org.br/>>. Acesso em: 20 abr. 2019.

SBB. sbb. **sbb**, 1948. Disponível em: <<http://www.sbb.org.br/>>. Acesso em: 28 nov. 2018.

SHANA Saint. **Amazon**, 2016. Disponível em:  
<<https://www.amazon.co.uk/Maravilhoso-Tu-%C3%89s/dp/B01M5FW46F>>. Acesso em: 12 maio 2019.

SHIRLEY Carvalhaes. **Shirley Carvalhaes**, 2017. Disponível em:  
<<http://www.cantorashirleycarvalhaes.com/>>. Acesso em: 16 maio 2017.

SHOFAR. **lagoinha.com**, 2013. Disponível em: <<https://www.lagoinha.com/lagoinha-wp-site/wp-content/uploads/2013/02/DSC02676.jpg>>. Acesso em: 22 set. 2018.

SING Out. **YouTube**, 2011. Disponível em:  
<<https://www.youtube.com/watch?v=ExAFL8KeFqQ>>. Acesso em: 10 nov. 2018.

SITE Universal. **Site Universal**, 2014. Disponível em:  
<<http://sites.universal.org/templodesalomao/passeio-pelo-jardim-biblico/>>. Acesso em:  
19 jun. 2017.

SITES Universal. **Sites Universal**, 2018. Disponível em:  
<<https://sites.universal.org/templodesalomao/regras-de-conduta-no-templo-de-salomao/>>. Acesso em: 06 set. 2018.

SOL da Terra. **Sol da Terra**, 2017. Disponível em:  
<<https://www.soldaterra.net/index.php?tool=ecommerce&a=grupo&d=index&codigo=4>>. Acesso em: 14 maio 2017.

SPOTIFY. **Spotify**, 2017. Disponível em:  
<<https://open.spotify.com/playlist/37i9dQZF1DX0OEZC3cbQmU>>. Acesso em: 20 dez. 2018.

STÉFANO Dias. **gospel mais**, 2015. Disponível em:  
<<https://musica.gospelmais.com.br/cantor-stefanno-dias-cap-a-album-deus-vivo-30405.html>>. Acesso em: 20 maio 2019.

STEROIDCENTRALUK. **Steroidcentraluk**, 13 maio 2017. Disponível em:  
<<http://steroidcentraluk.tumblr.com/page/6>>. Acesso em: 13 maio 2017.

STRATFORDPERTHMUSEUM. **Stratfordperthmuseum**, 2019. Disponível em:  
<<https://www.stratfordperthmuseum.ca/theatre-masks/>>. Acesso em: 22 jan. 2019.

SUELLEN Lima. **Suellen Lima**, 2015. Disponível em: <[www.suellenlima.com.br](http://www.suellenlima.com.br)>.  
Acesso em: 16 out. 2015.

SWAN Song. **Led Zeppelin**, 1974. Disponível em: <<http://www.ledzeppelin.com/>>.  
Acesso em: 15 maio 2017.

TALENTO, T. Troféu Talento. **Troféu Talento**, 2009. Disponível em:  
<[www.trofeutalento.com.br](http://www.trofeutalento.com.br)>. Acesso em: 26 dez. 2009.

TATUAGEM Evangélica. **Despertar Adoração**, 2012. Disponível em:  
<[http://despertaradoracao.blogspot.com/2012/10/tatuagem-gospel\\_20.html](http://despertaradoracao.blogspot.com/2012/10/tatuagem-gospel_20.html)>. Acesso  
em: 20 maio 2019.

TEATRO Gospel. **Teatro Gospel**, 2016. Disponível em:  
<<http://festivaldeteatrogospel.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 02 maio 2017.

TEATRO Procopio Ferreira. **teatroprocopioferreira**, 2019. Disponível em:  
<<http://teatroprocopioferreira.com.br/index.php/pecas/rua-azusa/>>. Acesso em: 22 fev.  
2019.

TEMPLO Inauguração. **Isto é**, 2014. Disponível em:  
<[https://istoe.com.br/375678\\_A+MECA+DOS+EVANGELICOS/](https://istoe.com.br/375678_A+MECA+DOS+EVANGELICOS/)>. Acesso em: 15  
out. 2018.

TEMPLO Inspiração. **universal**, 2018. Disponível em: <<https://sites.universal.org/templodesalomao/a-inspiracao/#section5>>. Acesso em: 15 out. 2018.

TEMPLO Obra. **Templo Obra**, 2018. Disponível em: <<https://sites.universal.org/templodesalomao/detalhes-da-obra/#>>. Acesso em: 15 out. 2018.

TEMPLO Salomão. **universal**, 2014. Disponível em: <<https://sites.universal.org/templodesalomao/>>. Acesso em: 22 set. 2018.

TEMPO de Festa. **Diante do Trono**, 2007. Disponível em: <<http://www.diantedotrono.com/Discografia/tempo-de-festa-10-anos/>>. Acesso em: 10 fev. 2016.

THE Playlist. **The Playlist**, 2017. Disponível em: <<http://theplaylist.net/jennifer-aniston-dennis-quaid-join-jackie-brown-prequel-20120216/>>. Acesso em: 15 maio 2017.

THIAGO Costackz. **Thiago Costackz**, 2017. Disponível em: <<http://www.thiagocostackz.com/wp/mitos-icone-mais-100-mil-visitantes-3/>>. Acesso em: 17 maio 2017.

THIAGO Pires. **YouTube**, 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=hRz-HgDJ3Tc>>. Acesso em: 12 dez. 2018.

TRIPADVISOR. **Tripadvisor**, 2016. Disponível em: <[https://www.tripadvisor.com.br/LocationPhotoDirectLink-g303506-d3877960-i183279304-Catedral\\_Presbiteriana\\_Do\\_Rio\\_De\\_Janeiro-Rio\\_de\\_Janeiro\\_State\\_of\\_Rio\\_de\\_.html](https://www.tripadvisor.com.br/LocationPhotoDirectLink-g303506-d3877960-i183279304-Catedral_Presbiteriana_Do_Rio_De_Janeiro-Rio_de_Janeiro_State_of_Rio_de_.html)>. Acesso em: 25 nov. 2018.

TROPICÁLIA , 2019. Disponível em: <<http://tropicalia.com.br/identifisignificados/movimento>>. Acesso em: 12 mar. 2019.

TUDO para Homens. **Tudo para Homens**, 2015. Disponível em: <<http://tudoparahomens.com.br/dentes-bonitos-podem-contribuir-para-o-sucesso-na-vida-segundo-pesquisadores/>>. Acesso em: 12 maio 2017.

TWITTER. Twitter, 2006. Disponível em: <[www.twitter.com](http://www.twitter.com)>. Acesso em: 10 set. 2015.

TWITTER- Elaine de Jesus. **Twitter- Elaine de Jesus**, 2015. Disponível em: <[https://twitter.com/elaine\\_dejesus](https://twitter.com/elaine_dejesus)>. Acesso em: 12 jun. 2015.

ÚLTIMO Segundo. **Último Segundo**, São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/sp/2012-08-10/justica-mantem-condenacao-da-igreja-renascer-por-queda-do-teto-em-sao-paulo.html>>. Acesso em: 31 maio 2018.

UNICODE. **Unicode**, 2019. Disponível em: <<https://unicode.org/emoji/index.html>>. Acesso em: 04 maio 2019.

VAN Gogh. **Wikipédia**, 1889. Disponível em:  
<[https://pt.wikipedia.org/wiki/A\\_Noite\\_Estrelada](https://pt.wikipedia.org/wiki/A_Noite_Estrelada)>. Acesso em: 13 maio 2017.

VIA Evangélica. **Via Evangélica**, 2016. Disponível em:  
<<https://www.viaevangelica.com/>>. Acesso em: 19 maio 2016.

VIA Evangélica Fitness, 2019. Disponível em:  
<<https://www.viaevangelica.com.br/shorts-saia-fitness-evangelica-mescla-detalhe-amarelo-epulari>>. Acesso em: 10 maio 2019.

VIA Evangélica Homens, 2018. Disponível em:  
<<https://www.viaevangelica.com.br/blog/moda/moda-evangelica-para-homens>>.  
Acesso em: 10 maio 2019.

VISÃO Profética. **Luizaamatias**, 2011. Disponível em:  
<<http://luizaamatias.blogspot.com/2011/01/visao-profetica.html>>. Acesso em: 06 out. 2018.

VOZ das Comunidades. **Voz das Comunidades**, 2013. Disponível em:  
<<http://www.vozdascomunidades.com.br/comunidades/fest-gospel-comunitario/>>.  
Acesso em: 23 maio 2017.

WARBURG Chaa. **Warburg Chaa**, 2019. Disponível em: <<http://warburg.chaa-unicamp.com.br/obras/view/10922>>. Acesso em: 23 jan. 2019.

WARBURG, A. live-warburglibrarycornelledu. **live-warburglibrarycornelledu**, 2013. Disponível em: <<https://live-warburglibrarycornelledu.pantheonsite.io/panel/b>>.  
Acesso em: 10 jun. 2017.

WHATSAPP , 2017. Disponível em: <[www.whatsapp.com](http://www.whatsapp.com)>.

WIKI A Primavera. **Wiki A Primavera**, 2019. Disponível em:  
<[https://pt.wikipedia.org/wiki/A\\_Primavera\\_\(Botticelli\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/A_Primavera_(Botticelli))>. Acesso em: 15 jan. 2019.

WIKIPÉDIA. **Wikipédia**, 1534. Disponível em:  
<[https://pt.wikipedia.org/wiki/B%C3%ADblia\\_de\\_Lutero](https://pt.wikipedia.org/wiki/B%C3%ADblia_de_Lutero)>. Acesso em: 28 nov. 2018.

WIKIPÉDIA. **Wikipedia**, 2016. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Cruz>>.  
Acesso em: 08 fev. 2016.

WIKIPEDIA Igreja Presbiteriana. **Wikipedia Igreja Presbiteriana**, 2017. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Igreja\\_Presbiteriana\\_do\\_Rio\\_de\\_Janeiro](https://pt.wikipedia.org/wiki/Igreja_Presbiteriana_do_Rio_de_Janeiro)>. Acesso em: 18 jun. 2017.

WIKIPEDIA Vênus. **Wikipedia**, 2019. Disponível em:  
<[https://pt.wikipedia.org/wiki/O\\_Nascimento\\_de\\_V%C3%AAnus](https://pt.wikipedia.org/wiki/O_Nascimento_de_V%C3%AAnus)>. Acesso em: 11 jan. 2019.

WIKTIONARY , 2007. Disponivel em:

<<https://eo.wiktionary.org/wiki/Dosiero:Christianandapollyon.jpg>>. Acesso em: 10 fev. 2019.

WILLIAM Tattoo. **Facebook**, 2017. Disponivel em:

<<https://www.facebook.com/wxtattoo/posts/1787577287934514/>>. Acesso em: 20 maio 2019.

WILSONVIEIRA. **wilsonvieira**, 2017. Disponivel em:

<<http://www.wilsonvieira.net.br/2016/08/como-era-higiene-no-sec-xviii.html>>. Acesso em: 13 maio 2017.

YOUTUBE. Youtube, 2005. Disponivel em: <[www.youtube.com](http://www.youtube.com)>. Acesso em: 15 out. 2015.

YOUTUBE. **YouTUBE**, 19 fev. 2015. Disponivel em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=S0IywgKQPic>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

## ANEXOS

### ANEXO A – Registro da Marca *Gospel* no INPI

BRASIL		Acesso à informação		Participe	Serviços	Legislação	Canais
Instituto Nacional da <b>Propriedade Industrial</b> Ministério da Economia							
Consulta à Base de Dados do INPI							
[ Início   Ajuda? ]							
» Consultar por: Pesquisa Básica   Marca   Titular   Cód. Figura ]							
<b>RESULTADO DA PESQUISA</b> (26/04/2019 às 16:33:56)							
Marca: "gospel"							
Foram encontrados <b>28</b> processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página <b>1</b> de <b>2</b> .							
Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe		
814759416	07/04/1989	GOSPEL	✗ Extinto	ABBUD & ASSOCIADOS COMUNICACAO INTEGRADA LTDA	NCL(8) 41		
815914369	20/12/1990	GOSPEL	✗ Extinto	EDITORA SEPAL LTDA,	NCL(8) 16		
815977271	04/02/1991	GOSPEL	✗ Extinto	BOM PASTOR PRODUcoes ARTISTICAS E PHONOGRAFICAS LTDA	09 : 40		
815985312	08/02/1991	GOSPEL	✗ Arquivado	BOM PASTOR PRODUcoes ARTISTICAS E PHONOGRAFICAS LTDA	11 : 10		
816041091	13/02/1991	GOSPEL	Registro de marca em vigor	GOSPEL RECORDS INDUSTRIAL LTDA	40 : 60		
816041083	13/02/1991	GOSPEL	✗ Arquivado	ATOS DE COMUNICACAO LTDA	38 : 10		
816041075	13/02/1991	GOSPEL	✗ Arquivado	ATOS DE COMUNICACAO LTDA	09 : 40		
816041105	13/02/1991	GOSPEL	✗ Arquivado	ATOS DE COMUNICACAO LTDA	11 : 10		
816706204	12/06/1992	GOSPEL	✗ Arquivado	FUNDAÇÃO RENASCER	41 : 20		
816706212	12/06/1992	GOSPEL	✗ Arquivado	FUNDAÇÃO RENASCER	16 : 20		
816949026	20/10/1992	GOSPEL	Registro de marca em vigor	EDITORA E LIVRARIA RENASCER LTDA	16 : 20		
817323821	24/06/1993	GOSPEL	✗ Arquivado	GOSPEL VIDEO E GAME LTDA ME	40 : 20		
817841598	20/06/1994	GOSPEL	✗ Arquivado	RENASCER VIDEO PRODUÇÕES LTDA	40 : 20		
818002069	06/10/1994	GOSPEL	Registro de marca em vigor	EDITORA E LIVRARIA RENASCER LTDA	20 : 10		
818002093	06/10/1994	GOSPEL	Registro de marca em vigor	EDITORA E LIVRARIA RENASCER LTDA	15 : 10		
818002107	06/10/1994	GOSPEL	✗ Arquivado	FUNDAÇÃO RENASCER	38 : 10		
818002115	06/10/1994	GOSPEL	Registro de marca em vigor	FUNDAÇÃO RENASCER	41 : 10		
818002123	06/10/1994	GOSPEL	Registro de marca em vigor	FUNDAÇÃO RENASCER	39 : 10		
818003448	07/10/1994	GOSPEL	✗ Arquivado	RENASCER COMERCIO DE ESTAMPARIA LTDA	24 : 10		
818003456	07/10/1994	GOSPEL	✗ Arquivado	RENASCER COMERCIO DE ESTAMPARIA LTDA	37 : 25		