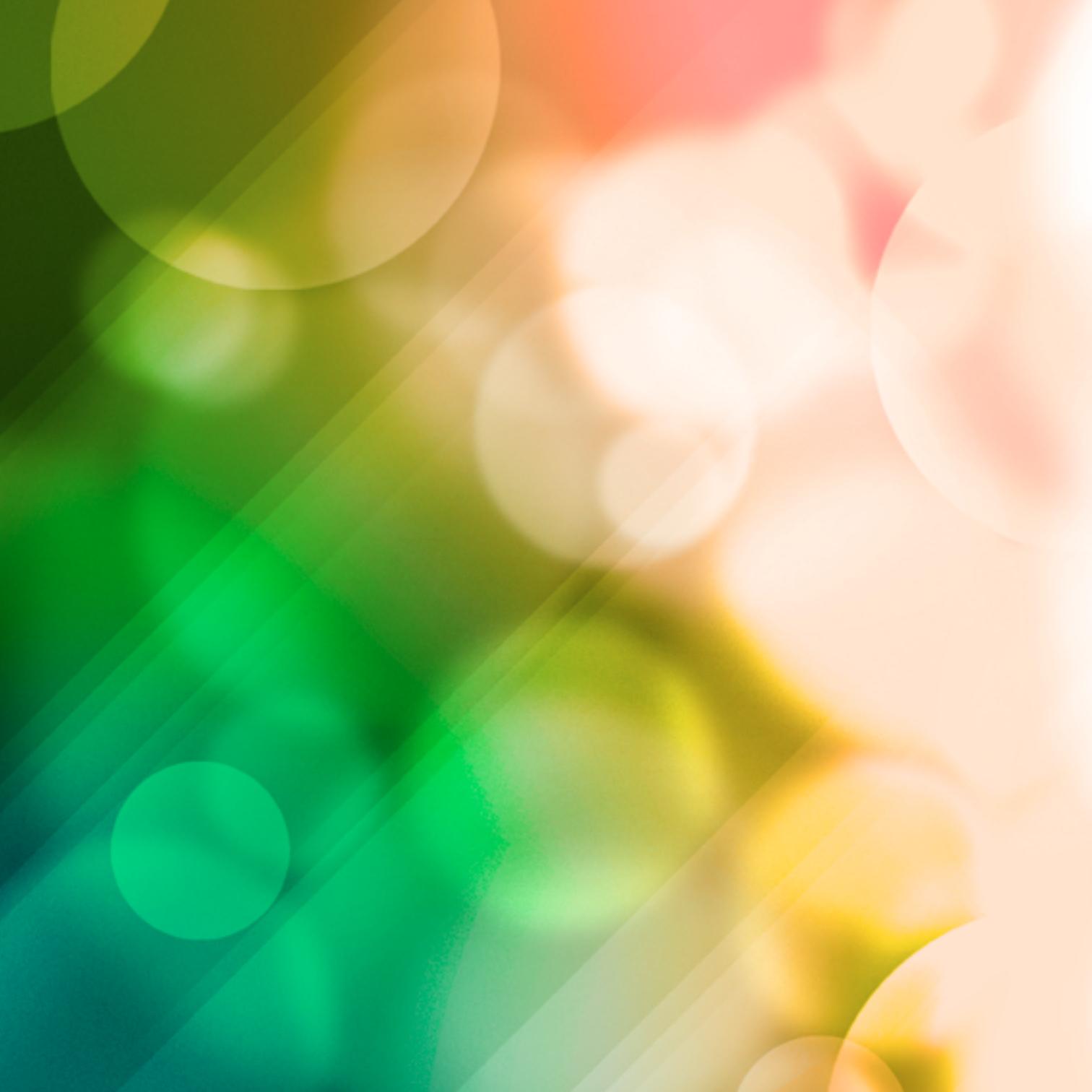


REHEW ME

A CONSTRUÇÃO DO IMAGINÁRIO DE UMA BANDA.









Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Audiovisual e Publicidade
Projeto Final em Publicidade e Propaganda

EVERTON DANTAS RUELA
PAULA CALAIS ROMEZ

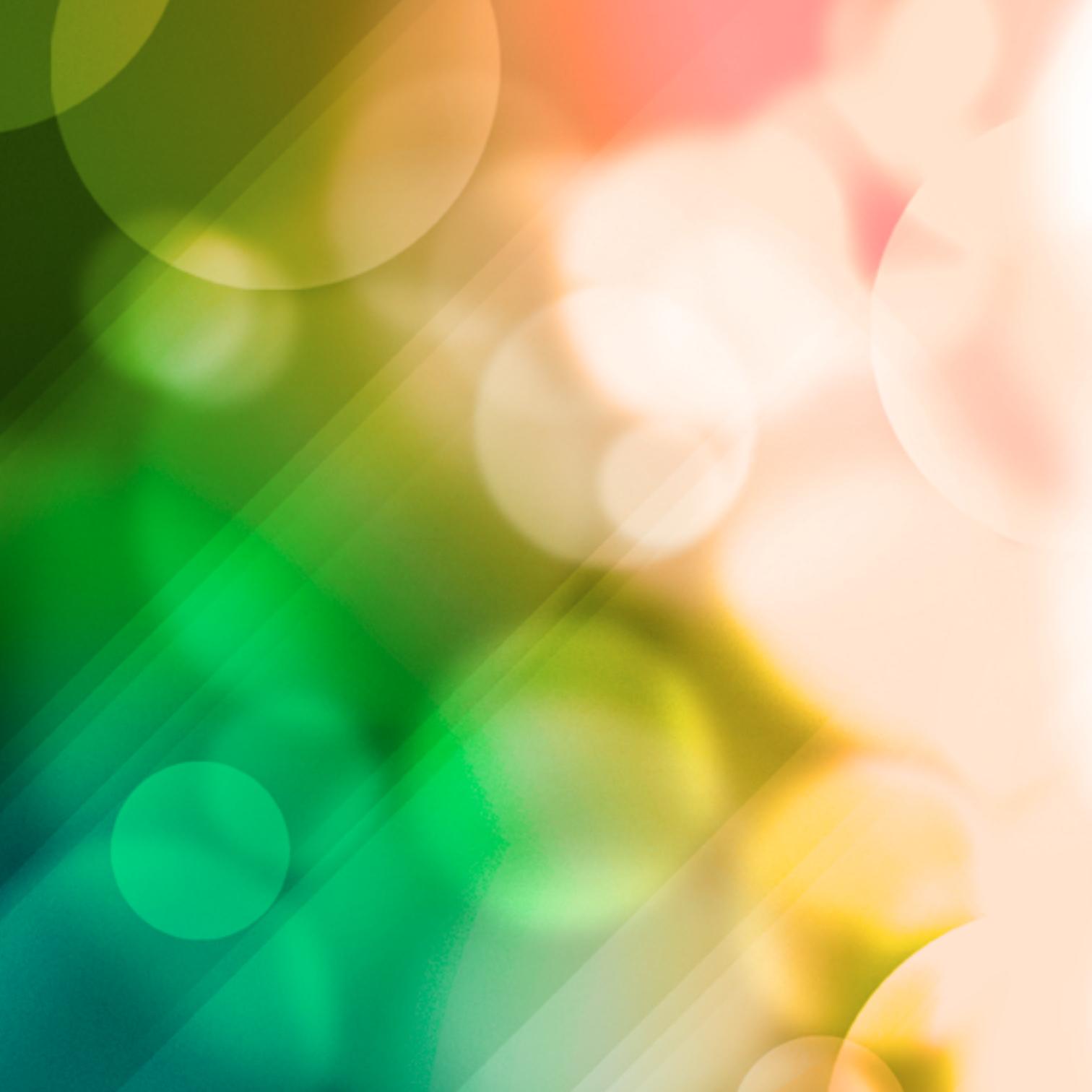
SHOW ME
A construção do imaginário de uma banda

Monografia de conclusão de graduação no curso de
Comunicação Social com habilitação em Publicidade
e Propaganda pela Universidade de Brasília.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Selma Regina Nunes de
Oliveira

Design Gráfico: Igor de Sá

BRASÍLIA - DF
SETEMBRO DE 2012



Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Departamento de Audiovisual e Publicidade
Projeto Final em Publicidade e Propaganda

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Selma Regina Nunes de Oliveira
Orientadora

Prof. Dr. Wagner Antonio Rizzo
Examinador

Prof^a. Ms. Fabíola Orlando Calazans Machado
Examinadora

BRASÍLIA - DF
SETEMBRO DE 2012



DEDICATÓRIA

“PORQUE DELE, POR ELE E PARA ELE SÃO TODAS AS
COISAS.”



AGRADECIMENTOS

EVERTON DANTAS RUELA

Quanto mais complexa a missão, mais ajuda se faz necessária. Quanto mais prazerosa a missão, mais estreitos acabam por se tornar os laços construídos com base na luta e na gratidão. Esse trabalho me fez suar, arrepen-der de ter me disposto a algo tão grande e a duvidar de mim, mas estou muito orgulhoso. Obrigado DEUSÃO LINDO, porque sua bondade me deu os ajudantes certos, na hora perfeita. Prometo que o conhecimento aqui acumulado ao Senhor regressará, através dos mais belos e abundantes frutos.

Obrigado de verdade aos anjos Luli, Igor de Sá, Clarissa, Clarice e Paulo. O apoio técnico, material e psicológico de vocês fez toda a diferença. Desejo que isso retorne a vocês em dobro. Obrigado por essa corrente do bem.

À UnB, agradeço por me permitir vislumbrar o universo. Por me revelar quão pequeno sou e o quanto poderei crescer eternamente. Faculdade de Comunicação, você me trouxe tanta coisa boa que é de partir o coração a ideia de não te frequentar todos os dias. Obrigado pelas aulas, pelo CACOM e pelo bambuzal. Continue crescendo linda e ricamente.

Selma, Wagner e Fabíola, mestres da Comunicação e da vida, muito obrigado! As aulas, conselhos e risadas fizeram deste trabalho e da faculdade, uma experiência inspiradora e memorável. Vocês são lindos e sempre vão me despertar admiração. Tenho certeza. Obrigado a todos os professores da FAC.

Doisnovemeia, meu coração verde, você me deu o futuro. Obrigado por me sacudir, pelo HEY, por me misturar com mundos e com ideias tão variadas e criativas. Amo cada rosto pintado de verde e sei que todos vamos arrasar porque você nos faz querer isso cada vez mais. Continue apaixonante e apaixonada!

Família e amigos amados, a cada suspiro de dúvida e medo, via o rosto de vocês. Era Deus dizendo: faça-os orgulhosos. Especialmente o seu mãe + linda. Espero ter conseguido. Obrigado por me tornarem o que sou e me ensinarem sobre o amor.

Paula, minha bff, você já era enorme dentro de mim e depois desse TCC só se multiplicou. Tínhamo desde o ajuste de matrícula na UnB e pra sempre. Devo confessar que você e Deus foram as forças que me seguraram a mão pra que NÃO fizesse CTRL+C e CTRL +V. hEHhEhHe s2 foreverandever



AGRADECIMENTOS

PAULA CALAIS ROMEZ

Às vezes parece clichê começar agradecendo a Deus. Mas de fato não há outro modo de começar já que, sem Ele, eu nem estaria aqui escrevendo esses agradecimentos. Sem Ele, não haveria pelo que mais agradecer, pois Ele me deu tudo. Ele que me amou e me ama de tal maneira que mesmo sem merecer, me fez merecedora desse tão grande amor. Tudo que sou, tudo que tenho, tudo que faço, que seja apenas para Sua honra e glória. Obrigada, meu Pai amado.

À melhor família que poderia ter, obrigada por me apoiarem durante todo esse processo e toda a vida. Papai Paulo, por me fazer amar a música desde criança e me inspirar a cada dia. Mamãe Clarice, por cuidar de mim e nunca medir esforços para me ajudar e proteger. Irmãzinha linda, Clarissa, você é a melhor irmã que alguém poderia ter. Obrigada por nos ajudar tanto em cada etapa. Não teríamos conseguido sem você. Só cheguei até aqui graças ao apoio e amor de vocês três. Amo vocês demais! Meus avôs, Milton e Julio, minhas avós, Maria e Antonieta, minhas tias, Carminha, Sônia, Julia, Sandra, todos os tios, primos e restante da família, pelo apoio, amor e orações durante toda a vida. Sem todos vocês, não chegaria até aqui. Amo vocês!

Everton, meu melhor amigo e grande companheiro. Não poderia fazer esse trabalho com mais ninguém a não ser você. Obrigada por fazer isso comigo. Não “me arrependi” só porque você estava comigo. Te amo de verdade, meu amigo, meu irmão!

Selminha, obrigada por ser a melhor orientadora e nossa diva máster! Não teríamos conseguido sem você. Wagner e Fabíola, obrigada por todo o aprendizado, não só nessa monografia, mas em todo o curso. Professora Gabriela Freitas, obrigada por nos ajudar e nos direcionar. Vocês quatro marcaram meu curso de Comunicação.

À Doisenovemeia, que sempre amarei de todo o coração, e a todos os amigos que fiz lá. Vocês marcaram minha vida e sem vocês não teria chegado até aqui. Igor de Sá, pelo layout mais lindo ever. Você é o melhor de todos e tenho certeza que Deus irá abençoar esse seu coração maravilhoso! Luli, obrigada pela paciência e por toda a ajuda. Você é linda! Thor, obrigada por existir e fazer minha Dois mais feliz.

Ao Pastor JB Carvalho e a Soraya Moraes pelo apoio e ajuda. Tia Gezi, obrigada por tudo sempre. Te amo! Aos meus pastores, aos tão queridos amigos Thiago, Yara, Alex, Edu, Vivi, Lívia e todos da Comunidade das Nações, minha amada igreja, que me apoiaram e ajudaram tanto nesse processo. Amo vocês!



"A MÚSICA EXPRIME A MAIS ALTA FILOSOFIA NUMA LINGUAGEM QUE A RAZÃO NÃO COMPREENDE."

ARTHUR SCHOPENHAUER



RESUMO

A Comunicação, desde seus primórdios, utiliza-se do imaginário para construir relações de significação para os indivíduos e ela mesma também contribui para sua formação. A música, por sua vez, é um dos maiores meios de expressão e comunicação do ser humano. Na era da Indústria Cultural é possível observar como a música e seus produtos têm criado universos nos imaginários coletivos e individuais. Analisando-se duas bandas, U2 e Jesus Culture, pudemos compreender o processo de construção do imaginário que as permeia, no desenrolar de seu contexto e histórico, assim como através de seus mecanismos formadores, particulares a cada uma delas.

Palavras-chave: Comunicação, Publicidade, imaginário, música, U2, Jesus Culture.



ABSTRACT

Communication, from the very beginning, uses the imaginary to build relationships of meaning for individuals, also contributing to its formation. Music, on the other hand, is a major way of communication and expression of the human being. In the era of Cultural Industry it is possible to observe how music and its products have created universes in the collective and individual imaginary. Analyzing two bands, U2 and Jesus Culture, we comprehend the construction process that permeates the imaginary, in the course of its context and history, as well as through their former mechanisms specific to each one of them.

Keywords: Communication, Advertising, imaginary, music, U2, Jesus Culture.



LISTA DE ILUSTRAÇÕES

CLIQUE PARA IR DIRETO ATÉ A PÁGINA

Figura 1: Dança de cura.....	57
Figura 2: Dançarinos brancos em uma fila.....	58
Figura 3: O concerto.....	62
Figura 4: Capa do EP Three (1979) – U2.....	93
Figura 5: Capa e contracapa do álbum Boy (1980) – U2.....	96
Figura 6: Imagem do videoclipe I will follow (1980) – U2.....	98
Figura 7: Capa e contracapa do álbum October (1981) – U2.....	101
Figura 8: Videoclipe da música Gloria (1981) – U2.....	103
Figura 9: Capa do álbum War (1983) – U2.....	105
Figura 10: Bandeiras da turnê War.....	107
Figura 11: Capa do álbum The Joshua Tree (1987) – U2.....	113
Figura 12: Capa do álbum Achtung Baby (1991) – U2.....	116
Figura 13: Palco da PopMart tour (1997) – U2.....	120
Figura 14: Capa do álbum All That I Can't Leave Behind (2000) – U2.....	122
Figura 15: Palco da Elevation Tour (2001) – U2.....	123
Figura 16: Palco “The Claw”, da 360° Tour (2009) – U2.....	124
Figura 17: Palco “The Claw”, da 360° Tour (2009) II – U2	125
Figura 18: Home do site U2.com.....	126
Figura 19: Página do U2 no Facebook.....	128
Figura 20: Carro que premiou o ganhador da promoção.....	130
Figura 21: Twitter oficial do U2.....	131
Figura 22: Canal do U2 no YouTube.....	132
Figura 23: Gráfico contendo as palavras mais presentes no imaginário que envolve o U2.....	137
Figura 24: Capa do CD Everything – Jesus Culture (2006).....	146
Figura 25: Contracapa do CD Everything – Jesus Culture (2006).....	147

Figura 26: Capa do CD We Cry Out – Jesus Culture (2007).....	151
Figura 27: Kim Walker na gravação do CD e DVD We cry out:.....	153
Figura 28: Case do CD We Cry Out – Chris Quilala.....	154
Figura 29: Case do CD We Cry Out – Melissa Wise.....	155
Figura 30: Palco do DVD We Cry Out – Jesus Culture.....	159
Figura 31: Capa do CD Your Love Never Fails – Jesus Culture (2008).....	160
Figura 32: Kim Walker na gravação do CD e DVD Your Love Never Fails:.....	162
Figura 33: Melissa How e Chris Quilala na gravação do CD e DVD Your Love Never Fails:.....	163
Figura 34: Capa do CD Consumed – Jesus Culture (2009).....	165
Figura 35: Contracapa – Parte I.....	167
Figura 36: Case do CD Consumed – Parte I.....	168
Figura 37: Case do CD Consumed – Parte II.....	169
Figura 38: Kim Walker na gravação do CD e DVD Consumed:.....	170
Figura 39: Chris Quilala na gravação do CD e DVD Consumed:.....	171
Figura 40: Palco do CD e DVD Consumed:.....	172
Figura 41: Capa do CD Come away – Jesus Culture (2010).....	173
Figura 42: Fotografia promocional da banda para o CD Come Away.....	175
Figura 43: Capa do CD Awakening – Jesus Culture (2011).....	177
Figura 44: Home do Site JesusCulture.com.....	178
Figura 45: Site do Jesus Culture, área Jesus Culture Band.....	180
Figura 46: Site do Jesus Culture, área Team.....	182
Figura 47: Página do Jesus Culture no Facebook.....	184
Figura 48: Instagram do Jesus Culture – Home.....	186
Figura 49: Foto no Instagram do Jesus Culture.....	187
Figura 50: Foto no Instagram do Chris Quilala.....	188
Figura 51: Página do Jesus Culture no Twitter.....	189
Figura 52: Canal do Jesus Culture no YouTube.....	191
Figura 53: Posts no Twitter sobre a vinda do Jesus Culture ao Brasil.....	196

Figura 54: Imagem do Vídeo Hey Brazil.....	197
Figura 55: Hotsite do Jesus Culture no Brasil.....	198
Figura 56: Primeira menção direta à vinda ao Brasil no Instagram do Jesus Culture.....	200
Figura 57: Kim Walker no Jesus Culture One Night Brasília.....	203
Figura 58: Chris Quilala no Jesus Culture One Night Brasília.....	204
Figura 59: Banning Liebscher no Jesus Culture One Night Brasília.....	205
Figura 60: Banda e palco no Jesus Culture One Night Brasília.....	206
Figura 61: Gráfico contendo as palavras mais presentes no imaginário que envolve o Jesus Culture no Brasil	208
Figura 62: Gráfico contendo as palavras mais presentes no imaginário que envolve o Jesus Culture em Países Diversos (Fora o Brasil).....	209



SUMÁRIO INTERATIVO

CLIQUE NO TEMA PARA IR DIRETO ATÉ A PÁGINA

1	Introdução.....	29
1.1	Tema.....	31
1.2	Questão Principal.....	31
1.2.1	Questões Secundárias.....	32
1.3	Justificativa.....	32
1.4	Objetivo.....	33
2	Metodologia.....	37
3	Referencial teórico.....	40
3.1	Imaginário.....	40
3.2	Mitologia da marca.....	42
3.3	A marca.....	44
3.4	A música no contexto da Indústria de Massa.....	47
3.5	A música secular.....	49
3.6	Música cristã / gospel.....	51
4	Os caminhos do rock.....	56
4.1	O rock'n'roll.....	56
4.1.1	As origens da música.....	56
4.1.2	A música na História Antiga e Idade Média.....	59
4.1.3	A música na Idade Moderna.....	61
4.1.4	A música na Idade Contemporânea.....	63
4.1.5	As origens do rock.....	64

4.2 A música e o rock cristãos.....	69
4.2.1 A música no Antigo Testamento.....	70
4.2.2 A música no Novo Testamento.....	75
4.2.3 A música no Cristianismo pós-bíblico.....	78
4.2.4 A música cristã contemporânea e o rock cristão.....	81
5 U2.....	88
5.1 História inicial.....	89
5.2 CD's, DVD's e turnês – De 1979 a 1983.....	93
5.3 CD's, DVD's e turnês – De 1984 a 1988.....	110
5.4 CD's, DVD's e turnês – Nos anos 90.....	115
5.5 CD's, DVD's e turnês – Século XXI.....	121
5.6 Utilização de outras mídias.....	126
5.6.1 Site.....	126
5.6.2 Facebook.....	128
5.6.3 Twitter.....	131
5.6.4 Canal no YouTube.....	132
5.7 O imaginário U2.....	134
6 Jesus Culture.....	140
6.1 O Avivamento, a Bethel Church e o Jesus Culture.....	140
6.2 CDs e DVDs.....	146
6.2.1 Everything.....	146
6.2.2 We cry out.....	151
6.2.3 Your Love Never Fails.....	160
6.2.4 Consumed.....	165
6.2.5 Come away.....	173
6.2.6 Awakening.....	177

6.3 Utilização de outras mídias.....	178
6.3.1 Site.....	178
6.3.1.1 Hotsites para CDs da banda Jesus Culture.....	183
6.3.2 Facebook.....	184
6.3.3 Instagram.....	186
6.3.4 Twitter.....	189
6.3.5 Canal no YouTube.....	191
6.4 Eventos.....	193
6.4.1 Conferências Jesus Culture.....	193
6.4.2 Apenas a banda Jesus Culture.....	194
6.4.3 Jesus Culture One Night.....	195
6.4.3.1 Jesus Culture One Night Brasília/São Paulo.....	196
6.5 O imaginário Jesus Culture.....	207
7 Conclusão.....	214
8 Referências Bibliográficas e Documentais.....	222



INTRODU- ÇÃO

1 INTRODUÇÃO

Continuamente estamos cercados de sons e ruídos da natureza e das várias formas de vida que ela produz. O que fazemos desses sons varia, conforme o nosso temperamento, educação, povo, raça, cultura e época. Entretanto, podemos perceber que a própria natureza nos dá a música. Desde a antiguidade, o homem, para expressar seus mais diversos sentimentos, utiliza-se dos sons e cria a música, conseguindo, através dela, exteriorizar aquilo que muitas vezes nem mesmo as palavras conseguem dizer.

A música é algo presente na humanidade desde a época pré-histórica. Na arte rupestre, encontrada nas cavernas, é possível ver desenhos em que as pessoas parecem estar cantando, dançando ou até tocando instrumentos musicais. Já na Idade Antiga, é possível encontrar diversas representações iconográficas de instrumentos musicais e de práticas relacionadas à música. Desde esse período, vê-se a música como atividade ligada à magia, à saúde, à metafísica e até à política, tendo papel frequente em rituais religiosos, festas e guerras.

Na história atual, com o advento do rádio, das novas mídias e tecnologias, surgem novas formas de gravar, capturar, reproduzir e distribuir a música. Nesse cenário, aparece e se solidifica a figura do artista. Pode-se ouvir o próprio artista cantando ou tocando, não há mais a necessidade de um terceiro reproduzir a música que se quer ouvir. Surge também o prosumer, um consumidor que consome e produz ao mesmo tempo. O produto musical pode facilmente ser distribuído em uma escala global, principalmente com o advento da internet. Assim, ainda que de longe, é possível criar uma relação de identificação e familiaridade do fã com o artista.

Em todo esse processo de formação do novo produto musical, a imagem do artista ou de uma banda passa a ser então o grande cerne do consumo da indústria fonográfica. Não se consome apenas a música, mas todo o universo perceptual que passa a envolver aquela figura artística, dentro de um imaginário coletivo e individual.

Este trabalho tem por objetivo compreender melhor questões relacionadas à cons-

trução do imaginário de uma banda. Serão analisadas duas bandas de diferentes seguimentos. A primeira delas, U2, sendo uma banda secular¹ tipicamente engajada que carrega no próprio nome o ideal de inclusão social e que marcou a geração dos anos 90, sustentando até os dias atuais magnitude considerável no mercado fonográfico mundial. A segunda, Jesus Culture, uma banda cristã de Redding, interior da Califórnia, Estados Unidos da América, que vem conquistando os cristãos de todo o mundo com uma mensagem que é explanada desde o seu nome, para popularização da cultura bíblica de Jesus Cristo.

1.1 Tema

A construção do imaginário de uma banda.

1.2 Questão Principal

Como se dá a construção do imaginário de uma banda musical?

¹ Para a compreensão deste estudo, deve-se considerar como música secular toda composição que não seja destinada à utilização em cultos religiosos. Música secular pode ser tonal ou atonal e pertencer a qualquer gênero musical, isso não influencia.

1.2.1 Questões Secundárias

- No contexto da Indústria de Massa, como foram construídos os imaginários que cercam as bandas U2 e Jesus Culture, considerando que esse processo pode ser influenciado pelas particularidades do mercado secular e do mercado cristão?
- O processo de criação desse imaginário acontece, majoritariamente, de forma passiva ou ativa?

1.3 Justificativa

Desde o início do século XX, pensadores problematizam e versam sobre as consequências socioculturais da comunicação veiculada com grande alcance, sendo que o tema ainda é de grande importância até os dias de hoje. Por sua vez, a influência da música na sociedade é percebida não só nos efeitos causados pelos elementos musicais - melodia, ritmo e discurso - mas amplia-se graças aos processos de divulgação em massa.

Nesse cenário, percebe-se uma característica sinérgica entre a sociedade e a música, onde uma tem dependência e influências diretas e indiretas sobre a outra. A música então participa e se apropria dos elementos formadores do imaginário coletivo e individual, e se constitui como um produto cultural da indústria fonográfica.

Nesse sentido, pode-se compreender o produto musical com características de produto como qualquer outro, aplicando-se a ele os mesmos conceitos de marca e todo o universo teórico pressuposto a este. Assim sendo, vale a compreensão dos mecanismos de branding, posicionamento e personalidade, identificação da imagem do usuário, e demais mecanismos do marketing e da comunicação, agregados a uma marca, onde o artista/banda é o principal elemento formador

desse produto como marca.

Portanto, este projeto visa analisar os elementos construtores do imaginário de uma banda e como eles transformaram as bandas analisadas em nomes de grande projeção e reconhecimento.

1.4 Objetivo

Compreender o processo de formação do imaginário das bandas (U2 e Jesus Culture), considerando seu contexto, assim como analisando o decorrer da sua história. Neste processo, buscaremos explicitar as ferramentas de marketing, comunicação e publicidade utilizadas por cada uma.



METODO- LOGIA

2 METODOLOGIA

Este trabalho possui caráter qualitativo, buscando a interpretação dos fenômenos que baseiam a construção do imaginário, em um contexto da Indústria Cultural, permeando os conceitos da música e seu desenvolvimento histórico até o rock. Foi realizada uma pesquisa exploratória bibliográfica e documental, buscando encontrar teorias e conceitos aplicáveis ao problema de pesquisa visando proporcionar uma visão geral do tema, assim como identificar os mecanismos formadores do imaginário das bandas analisadas por meio de dois estudos de caso. Ainda, foi realizada uma pesquisa qualitativa buscando identificar os elementos presentes na mente do público ligados a essas bandas.

A escolha das bandas foi baseada na observação de fenômenos atuais da música secular e da música cristã, na tentativa de identificar padrões que possam ou não ser replicados. Os materiais analisados de cada uma delas foram escolhidos com base no foco do trabalho, que era identificar os mecanismos construtores dos imaginários que as cercam.



REFEREN-
CIAL
TEÓRICO

3 REFERENCIAL TEÓRICO

Este trabalho permeia os conhecimentos das áreas de Marketing, Comunicação, Música e Sociologia. Os principais conceitos trabalhados são sobre:

- Imaginário – com referência aos autores Cornelius Castoriadis e Gilbert Durand, Bronislaw Backzo, concebendo-o uma rede de significações que ocorrem no campo imaterial, criada através de símbolos e relações de sentido próprios a cada indivíduo.
- Mitologia de marca – com referência aos autores Sal Randazzo e Naomi Klein, concebendo-a como o universo perceptual, desenvolvido através de símbolos, imagens, valores e sentimentos, que definem a marca na mente do consumidor.
- A marca – com referência aos autores Sal Randazzo, Ricardo Guimarães, David Aaker, Martin Linstrom, Al Ries e Jack Trout, concebendo-a como elemento que identifica algo de modo perceptível, abordando os conceitos de branding, gestão de marca e posicionamento.
- Indústria cultural – com referência aos autores Edgar Morin, Theodor Adorno e Max Horkheimer, para designar a situação da arte na sociedade capitalista industrial.
- Música secular e gospel – com referência aos autores José Miguel Wisnik, George Grove, Jacqueline Dolghie e Magali Cunha, elucidando o conceito de música e explanando as particularidades de suas terminologias.

3.1 Imaginário

Por muito tempo quis-se acreditar que apenas o palpável, aquilo que se encontrava na dimensão do concreto, podia ser considerado real. Percebeu-se porém que diferentes níveis de concretude e que dimensões diversas também constituíam o real. A realidade deveria então

ser analisada como um todo, composto não só por bens materiais e concretos, mas também por bens simbólicos e imateriais, que podem ser expressos em diferentes tipos de linguagens e de um conjunto de reproduções. Essa apropriação de símbolos e de relações de sentidos acontecem no imaginário. O imaginário então se utiliza do simbólico para se exprimir, mas também para passar do virtual para qualquer outra dimensão². Assim, a materialização do imaginário acontece dentro de uma rede de significações, formada de traços de enunciados anteriores, que fazem apelo ao inconsciente, à memória coletiva e à tradição.

A lógica do imaginário se explica exatamente em sua alógica. Suas manifestações mais típicas costumam ser no sonho, no onírico, no rito, no mitos, na narrativa da imaginação, onde a repetição e sincronicidade das ligações simbólicas os compõem e sustentam. Neles, cada mitema se responsabiliza por carregar uma verdade que consolida a totalidade do mito ou rito. A união dessas metonímias holográficas definem uma lógica que não se dá como o modelo lógico aristotélico.³ As metonímias holográficas são aqui a projeção da parte, uma explicação real que possui sentido ao indivíduo. Para Durand, essa lógica do mito se dá de forma muito semelhante a da música.

A música, da mesma forma como o mito e o onírico, repousa sobre as inversões simétricas dos “temas” desenvolvidos ou “variados”, um sentido que somente pode ser conquistado pela redundância (o refrão, a sonata, a fuga, o Leitmotiv, etc.) persuasiva de um tema. A música, acima de qualquer coisa, procede por uma ação de imagens sonoras obsessivas.⁴

O Imaginário social é uma das forças reguladoras da vida coletiva. A apropriação de símbolos e das relações de sentido torna o imaginário um lugar estratégico. Isso porque em meio a atos e agentes sociais, as imagens simbólicas que entrelaçam esses atos e agentes são atuantes reais no desentrelaçar do que ocorre no real. O poder simbólico de uma imagem não funciona apenas de modo ilusório, como por muito tempo se acreditou, mas sim garante a obediência pela

2 CASTORIADIS, 1982, p. 154

3 DURAND, 1998, p. 86-87

4 DURAND, 1998, p. 87

conjugação das relações de sentido e poderio.⁵

O imaginário comporta-se então como um lugar de expressão das expectativas populares latentes, e também onde ocorrem lutas e conflitos entre possíveis forças opressoras e um povo dominado⁶. No imaginário, é preciso uma experiência individual, para que se torne coletiva.

Abordar cientificamente o imaginário corresponde, segundo estas últimas tendências, a aprendê-lo como epifenômeno do real e opô-lo rigorosamente aos conhecimentos e ao saber. Cabe às ciências positivas explorar, por um lado, as faculdades e mecanismos psicológicos que provocam a deformação do real mediante a produção das ilusões; e por outro lado, descobrir os determinismos socioculturais através de cujo o jogo os homens confundem o real e o imaginário nos seus mitos e preconceitos, crenças e práticas. O evolucionismo impregnado de eurocentrismo incitava a situar as épocas e os povos, onde tais confusões sobrelevam os conhecimentos positivos nos estádios menos “civilizados” da evolução humana. O impacto dos imaginários sobre os comportamentos dos agentes sociais explicar-se-ia apenas pela ausência ou insuficiência dos seus conhecimentos positivos.⁷

3.2 Mitologia da marca

Por muito tempo se pensou que para um produto ser escolhido em detrimento de outro, bastava que ele fosse melhor em seus atributos físicos. O mito da ratoeira dizia que se alguém escreve um livro melhor, prega um sermão melhor, ou constrói uma ratoeira melhor que a do vizinho, mesmo que sua casa fosse construída na floresta, o mundo abriria uma trilha até a sua porta⁸. Foi se percebendo porém que não apenas os atributos físicos de um produto são essenciais para que ele se consolide como algo a ser valorizado na mente do consumidor e que isso influencie completamente sua decisão de compra. Porém, percebe-se que muito mais do que

5 BACKZO, 1985, p. 298-299

6 BACKZO, 1985, p. 303

7 BACKZO, 1985, p. 303-304

8 RANDAZZO, 1996, p. 23

atributos físicos, o consumidor é influenciado por fatores de um ambiente social, assim como elementos psicológicos para definir sua compra.

Em seu artigo *Marcas Globais e Poder Corporativo*, Naomi Klein fala sobre como o relacionamento com as primeiras grandes marcas se deu. Elas buscavam substituir o relacionamento que o consumidor tinha com o fazendeiro de confiança ou dono de armazém com o qual costumava comprar seus produtos, que ainda não tinham marca. Nesse caso, a relação de confiança com a figura do vendedor dos produtos era direcionada para a qualidade esperada dos mesmos. Assim, as primeiras marcas buscavam uma forma de relacionamento comunitário familiar substitutivo, onde mesmo em um contexto de distância e mesmice fabricada, havia a qualidade garantida da marca.

Desse contexto, pode-se entender a necessidade do consumidor em perceber muito mais do que atributos físicos em um produto, mas em ser envolvido em um universo perceptual da marca. O aspecto físico de um produto é geralmente estático e finito, já o aspecto perceptual é dinâmico e maleável e existe na mente do consumidor⁹. É importante salientar que, a não ser para produtos muito novos, existe a mitologia latente de produto. Nesse caso, abaixo do limiar consciente do consumidor. Ela abarca uma totalidade de percepções, crenças, experiências e sentimento associados com o produto. Ela provém de fatos, o folclore e as experiências do consumidor com o produto genérico. Ela é a base para uma forte e duradoura mitologia de marca. É importante entender a diferença entre a mitologia da marca e a mitologia latente do produto. Acerca da mitologia da marca, Sal Randazzo propõe:

A mitologia da marca é tudo aquilo que a marca representa na mente do consumidor. É geralmente uma mistura de imagens, símbolos, sentimentos e valores que resultam do inventário perceptual específico da marca, e que coletivamente definem a marca na mente do consumidor.¹⁰

Pode-se compreender então que a marca existe dentro do imaginário do consumidor,

9 RANDAZZO, 1996, p. 24

10 RANDAZZO, 1996, p. 29

como uma entidade perceptual. A publicidade e a comunicação podem então se utilizar dos elementos do imaginário coletivo para trabalhar imagens, símbolos e sensações que permitam ao consumidor se identificar com o universo da marca. A marca, com suas próprias imagens, símbolos, sensações e associações, pode projetar em si mesma valores e sensibilidades do consumidor, tornando-se um meio de expressar as identidades pessoais e culturais do indivíduo.

A marca pode então mitologizar atributos de um produto, podendo tornar um atributo genérico em algo apresentado de modo singular e memorável. Para isso é importante que a marca compreenda seu público, para que possa trabalhar de modo a criar a afinidade mútua com o consumidor. As percepções criadas pela marca, principalmente através da publicidade, podem não ter veracidade com a realidade comportamental, criando sua própria realidade, que é percebida pela mente do consumidor.

Portanto, percebe-se que o imaginário, como lugar de expectativas populares latentes e fonte de valores simbólicos individuais e coletivos, pode ser utilizado em favor da criação de marcas de sucesso, que não permeiam apenas nos atributos físicos de seu produto, mas nos valores percebidos pelo indivíduo como consumidor.

3.3 A marca

De acordo com o dicionário da American Marketing Association¹¹, juridicamente, a marca é “a name, term, design, symbol, or any other feature that identifies one seller’s good or service as distinct from those of other sellers.”¹²

Embora consensual e amplamente usada, essa concepção é apenas um ponto inicial

11 BRAND. In: American Marketing Association Dictionary. Chicago: American Marketing Association, 2012. Disponível em: <http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=B>. Acesso em: 4 set. 2012.

12 Um nome, termo, sinal, um desenho, ou uma combinação destes, que identifica os bens e serviços de uma empresa e diferenciando-os dos concorrentes.

para a compreensão do significado do amplo conceito “marca”. A identificação do produto é o principal objetivo da marca, mas sua função vai além disso. As grandes marcas, hoje, carregam em si informações a serem transmitidas veloz e simplificadamente, mas que foram previamente pesquisadas e analisadas, para que fossem bem aceitas pelo seu potencial consumidor. Com isso, essas informações se deslocam de forma recíproca entre produtor e receptor, num movimento dialógico no qual a marca funciona como mediadora, criando e adaptando valores sociais.

Compramos em busca de satisfação, por necessidade primária (alimentação, vestuário, lazer, dentre outros) ou secundária (cultura, conforto etc.), porém, há muito por trás do que nos leva a consumir, de fato. Isso é demonstrado no excerto abaixo, referente à pesquisa realizada em 2003, pelo Dr. Read Montague, diretor do Laboratório de Neuroimagem Humana na Faculdade Baylor de Medicina, em Houston.

Todas as associações positivas que os pesquisados tinham em relação à Coca-Cola – história, logomarca, cor, design e aroma; suas próprias lembranças de infância que remetiam à Coca-Cola, os anúncios na televisão e na mídia impressa ao longo dos anos, a indiscutível, inexorável, inelutável emoção ligada à marca Coca-Cola – derrotaram sua preferência racional e natural pelo sabor da Pepsi. Por que? Porque é por meio das emoções que o cérebro codifica as coisas que tem valor, uma marca que nos cativa emocionalmente – pense em Apple, Harley-Davidson e L’Oréal, só para início de conversa – vencerá todos eles.¹³

Atualmente, somos impactados por propaganda durante quase toda a nossa rotina e já aprendemos a filtrar essa informação excessiva. Por causa dessa seletividade por parte do consumidor, o trabalho dos profissionais de Publicidade e Marketing se complexifica, fazendo-se necessário ter habilidades técnicas e, principalmente, sensibilidade como ferramentas de trabalho, pois o elo científico entre a marca dos produtos e o cérebro do consumidor já foi revelado: o branding.

“O branding é uma filosofia de gestão de marca, ou seja, uma maneira de agir e pensar sobre uma determinada marca”¹⁴. Ele revela que a gestão de marca vai muito além do design

13 LINDSTROM, 2009, p. 32

14 GUIMARÃES, 2003, p. 87

de sua logo, ou das promoções e propagandas que realiza, envolvendo integralmente as áreas de conhecimento (tecnologia, psicologia, entre outras) gerenciando os seus diversos discursos através de ações interdisciplinares.

Quatro pontos fundamentais orientam o desenvolvimento, a gestão e a mediação da marca. São: a conscientização da marca – que diz respeito à percepção e familiaridade que podem ser desenvolvidas nas pessoas de forma a conquistar-lhes o gosto; a qualidade percebida – ponto esse que afeta diretamente a lucratividade, pois está ligada ao preço do produto; associação de marca – qualquer elemento significativo ou situação que ligue o cliente à marca; fidelidade à marca – o cerne de seu valor, pois pode quantificar o grau de influência sobre seu consumidor. Esses pontos, de acordo com o autor, compõem o Brand Equity.¹⁵

Aaker defende ser importante permitir que a marca assuma múltiplas identidades. Isso porque pode ser estrategicamente mais proveitoso certa maleabilidade em sua imagem, principalmente ao se tratar de marcas globalmente atuantes.¹⁶ Sua ideia é completada ao ressaltar a essencialidade do posicionamento.

Para Randazzo o“(…) posicionamento da marca é aquilo que os publicitários querem que a marca represente no mercado e na mente do consumidor”.¹⁷ Para posicionar a marca no mercado, seus atributos (tangíveis ou não) são comunicados após serem comparados a seus competidores. A publicidade faz isto ao criar, com o tempo e a qualidade da exposição, a mitologia de marca.

Al Ries e Jack Trout explicam que“o marketing não é uma batalha de produtos, é uma batalha de percepções”¹⁸. O marketing é o processo de lidar com essas percepções, que estendem-se por aspectos tangíveis – acesso ao produto, funcionalidade da embalagem, dentre outros – e intangíveis – status decorrente do valor agregado ao consumo, por exemplo.

O fato de o consumidor decidir sua compra baseado em percepções de segunda mão

15 AAKER, 2000, p. 31

16 AAKER, 2000, p. 75

17 RANDAZZO, 1997, p. 47

18 RIES e TROUT, 1993, p. 17

complexifica a batalha das marcas. Em vez de utilizar as suas próprias percepções, baseamo-nos também na percepção que outra pessoa tem da realidade, percepção essa que pode ser encontrada numa conversa cotidiana ou no que é veiculado nos meios de comunicação em massa.

3.4 A música no contexto da Indústria de Massa

Desde a criação da prensa de Gutenberg, nossa sociedade tem vivenciado o aumento da relevância dos meios de comunicação. No final do século XIX, podemos verificar o auge de uma fase em que jornais, folhetins e livros, por exemplo, estavam ali acessíveis como nunca na história. Já no século XX, com a complexificação do consumo nessa sociedade e também do maior acesso à comunicação, o cenário formado permitiu que fosse elaborada uma rede de conceitos e ideias comuns a uma grande quantidade de pessoas. Dessa forma, o conhecimento popular era transmitido pelos meios de comunicação e legitimado pelo próprio fato de ser veiculado, permitindo-se vislumbrar a origem da cultura de massa. O advento dessa cultura popular marca o momento a partir do qual pode-se conceber a ideia de Indústria Cultural, conceito essencial para a compreensão da música como negócio.

Edgar Morin, no livro *A Cultura de massas no século XX*, afirma que a cultura de massa segue as normas capitalistas buscando o máximo consumo, sendo destinada a um “aglomerado gigantesco de indivíduos compreendidos aquém e além das estruturas internas da sociedade (classes, famílias, etc.)”¹⁹. Seu conteúdo é de fácil assimilação e sua interpretação, literal. Amplamente disseminada pelos meios de comunicação em massa, essa coleção de ideias permeia o cotidiano da vida em sociedade, influenciando-o.

Por sua vez, o conceito de Indústria Cultural foi elaborado pelos filósofos e sociólogos alemães Theodor Adorno (1903-1969) e Max Horkheimer (1895-1973) com a finalidade de designar a situação da arte na sociedade capitalista industrial. Para estes membros da Escola de Frankfurt, o modo de produção burguês capitalista fez emergir toda uma rede de negócios que prefere trabalhar com o entretenimento a promover reflexão, além de moldar seu conteúdo para que adquira padrões comerciais. Nesse sentido, a arte se tornava alienada e desprovida de ideologia. Por sua vez, a cultura para eles se caracterizava como um mero produto industrial banalizado pela grande difusão da comunicação em massa.

A comunicação massiva, para os pensadores da Escola de Frankfurt, caracterizava-se como um meio manipulatório em que o único objetivo era fazer que as massas obtivessem os bens culturais ditados pelo mercado. Dessa forma, os meios de comunicação seriam ferramentas mantenedoras do domínio capitalista, pela divulgação dos valores e bens da classe dominante. Tal corrente deu espaço, em 1970, a uma forma de pensar mais abrangente: os Estudos Culturais. Sedeados na Universidade de Birmingham, na Inglaterra, tem como fundadores Richard Hoggart, E. P. Thompson, Raymond Williams e Stuart Hall. Suas principais colaborações nos permitem hoje ver a produção cultural como um processo orgânico e que é influenciado pelos mais diversos âmbitos; que não deixa de considerar o senso crítico do consumidor, assim como sua participação no processo de produção cultural. Isso porque a vida humana deve ser analisada de forma holística, não considerando apenas o fenômeno influenciador ou causador do consumo, mas também o contexto em que acontece.

Os Estudos Culturais reconhecem que a Indústria Cultural, na perspectiva das empresas que buscam a lucratividade nesse mercado, age intencionalmente de forma a promover dominação, no entanto, possuem a visão ampla de que existem também elementos intervenientes que fazem que estas intencionalidades possam ou não obter êxito. O principal desses elementos é ilustrado pelo conceito cunhado pelo escritor americano e futurista Alvin Toffler: prosumers. Segundo ele, os indivíduos são produtores e consumidores concomitantemente e, partir dessa ideia, pode-se conceber a Indústria Cultural genuinamente fluídica.

É a reprodução musical em larga escala a pedra angular da Indústria Fonográfica. Com

o advento da tecnologia gramofônica, a partir dos anos de 1800, e das evoluções dessa tecnologia até os dias de hoje, o estado contemplativo de ouvir um concerto ao vivo foi suplantado pela execução mecânica. Dessa forma, discursos, valores e ditames estéticos se tornaram engrenagens de toda uma indústria que tem na criatividade e na expressão dos sentimentos sua principal obra-prima. Esses elementos sofrem adaptações, como compreenderam os próprios Adorno e Horkheimer, para serem frutíferos na divulgação massiva.

Para agradar o maior número de pessoas, os elementos musicais foram simplificados. Com isso, a procura pelo consumo das sinfonias extensas e harmônicas, nos grandes teatros, deu lugar ao refrão melodioso facilmente fixado à memória, tanto pela repetição quanto pela simplicidade. Mais pessoas, dessa forma, podiam consumir a música e tê-la como integrante de sua rotina, das conversas cotidianas, de seu background.

Materializador do intangível, o mercado fonográfico assume, nos dias atuais, dimensões gigantescas. Não só pela quantidade bilionária de recursos financeiros que movimenta, mas devido também à característica multilateral que adquire nas nossas vidas. A música assume papel de produto cultural atemporal que tangencia o ser humano do lazer ao trabalho, do consumo consciente ao inconsciente, estendendo-se da compra das entradas para os shows aos royalties do artista.

3.5 A música secular

A origem do termo secular é latina, significando “do mundo, que vive no século”. Ele faz referência à época medieval, em que a Igreja possuía a hegemonia ideológica e determinava o que era ou não voltado para a Igreja.

Definir a música, por sua vez, é um trabalho complexo, tanto quanto fazê-la:

Um som constante, com altura definida, se opõe a toda sorte de barulhos percutidos provocados pelo choque dos objetos. [...] Ao fazer música, as culturas trabalharão nessa faixa em que o som e o ruído se opõem e se misturam. Descreve-se a música originariamente como a própria extração do som ordenado e periódico dos meios turbulentos dos ruídos.²⁰

Contrariamente à complexidade da música, sua apreciação é uma característica intrínseca ao ser humano. Antes de escrever, pintar ou fazer esculturas, nossos ancestrais fizeram música. O próprio ato de falar pode ser interpretado como produção musical, dando à música o status da arte que versa sobre a manipulação do som. Dessa forma, considerar a voz como o primeiro instrumento musical não seria incorrer em erro, pois o homem primitivo produzia sons guturais diversos para se comunicar e os agrupava formando linhas melódicas. Essas primeiras linhas, há de se convir, foram a inspiração para a confecção de outros instrumentos musicais, posteriormente.

A necessidade de comunicação do ser humano, assim como sua inventividade, são a força motriz para a concepção dos diferentes estilos musicais. A inventividade dá ao homem a habilidade para criar os instrumentos musicais e as mais diversas melodias. Por sua vez, a necessidade de comunicar identifica e categoriza essas melodias de acordo com a semelhança de suas características, legando à sociedade os gêneros²¹ musicais que se consagrarem.

Neste estudo, das modalidades de música existentes, damos foco à canção. No dicionário Grove de música e músicos consta a seguinte definição para canção, encontrada na verbete *song*: “A piece of music for voice or voices, whether accompanied or unaccompanied, or the act or art of singing”²².

Pelo fato de possuírem letras, essas músicas são quantitativamente mais comunicativas. Não só os elementos rítmicos, melódicos e o contexto transmitem mensagens, mas também o discurso do poema torna-se essencial atuante na comunicação.

20 WISNIK, 1999, p. 27

21 Uma classe, tipo ou categoria [na música], sancionada por convenção. (GROVE, verbete **genre**)

22 Uma peça de música para voz ou vozes, seja acompanhada ou não acompanhada, ou o ato ou arte de cantar. (T.L.A.)

3.6 Música cristã / gospel

O ser humano sempre se utilizou da música na sua vida religiosa. Estudos históricos e antropológicos mostram que desde os povos chamados primitivos, a música fazia parte das mais diversas formas de culto e, em meio a isso, foram desenvolvidas várias técnicas de erudição. Ainda hoje, a parte musical dos cultos religiosos é um dos elementos básicos de sua formação e costuma ter grande ligação com a transcendência ou busca pelo divino. Para a compreensão da importância da música vale a compreensão do próprio ato cúltico.

O culto, antes de tudo, pode ser definido como um ritual. No ritual, estão presentes os ritos que, interligados de forma coesa e simbólica, dão sentido aos celebrantes. O rito é a repetição gestual que traz à memória o ato fundador que o originou. Portanto, trata-se de um movimento que se exterioriza ou a partir de algo subjetivado, a experiência religiosa, ou pode levar a ela. Nesse sentido, dizemos que o rito é a manifestação objetivada da religião, e, por conseguinte, o culto também o é. O culto é o espaço no qual as experiências subjetivas da religião encontram-se de forma objetivada, ou seja, ritualística.²³

A música, representa uma das formas mais elaboradas da expressão religiosa, principalmente pelo sentido comunitário da experiência religiosa que ela proporciona. A música estimula corpo e mente e ativa a emoção e a sensibilidade. O grupo que canta as mesmas canções pode compartilhar das mesmas ideias e sentimentos e assim fortalecer os laços comunitários tão essenciais à sobrevivência do próprio grupo religioso.

A música sempre esteve presente na cultura judaico-cristã. Na bíblia a música aparece como instrumento de louvor a Deus, uma forma de expressão, uma força dinâmica de poder, energia e vitalidade capaz de exercer grandes influências não só nos homens como também nos animais e plantas. A Bíblia não nos fornece um tratado ou um capítulo especificamente sobre música. Para conseguirmos ter um vislumbre do ponto de vista bíblico da música, precisamos recolher as

informações ao longo de toda a bíblia, conforme nos deparamos com os vários eventos e acontecimentos na vida de Israel. Ainda, o livro de Salmos nos traz várias referências ao chamados louvor e adoração²⁴, que biblicamente costumam ser ligados a prática da música. Eles costumam ter ligação com a música como canção, onde são utilizadas palavras, que são direcionadas a Deus. Podemos perceber isso várias vezes no livro de Salmos:

Abre, Senhor, os meus lábios, e a minha boca entoará o teu louvor.²⁵

Encha-se a minha boca do teu louvor e da tua glória todo o dia.²⁶

Os meus lábios proferiram o louvor, quando me ensinaste os teus estatutos.²⁷

Também no Novo Testamento, parte bíblica que apresenta Jesus como Cristo, existem várias referências às práticas de louvor e adoração através da música. Na história do próprio Jesus, são relatados momentos em que a música era utilizada, com destaque a vez em que Jesus incluiu música na celebração da Ceia com os apóstolos²⁸. A música passou a ser uma prática estabelecida como meio de expressão de fé e manifestação da graça divina.

O Novo Testamento não traz de forma pragmática como deveria ser o culto cristão, ou seja, como deveria ser cada etapa da forma da adoração a Deus. Assim, a igreja cristã foi desenvolvendo ritos individuais, variantes a cada vertente da mesma. Ainda, com a separação da Igreja Católica Apostólica Romana e da Igreja Protestante – com suas diversas denominações e diferentes movimentos – o culto cristão foi cada vez mais pulverizado e na medida que isso ocorria e ocorre, ele sofre modificações particulares a cada manifestação. Existem porém linhas teológicas e de culto comuns a diferentes denominações. Assim, o cenário da parte musical dos cultos cristãos também

24 Para melhor compreensão deste trabalho, as palavras louvor e adoração podem ser entendidas como uso de música para culto a Deus, tanto nos textos bíblicos a serem utilizados, quanto no texto dos autores.

25 BÍBLIA, Salmos, 51:15

26 BÍBLIA, Salmos, 71:8

27 BÍBLIA, Salmos, 119:171

28 BÍBLIA, Mateus, 26:30

parte desse mesmo princípio. Cada denominação foi desenvolvendo e compreendendo suas próprias formas de adoração a Deus através da música.

Na década de 1920, surgiu nas igrejas protestantes dos Estados Unidos da América um novo gênero musical onde um solista era acompanhado por um coro e um grupo instrumental. Esse gênero passou a ser conhecido como Gospel. O termo vem da junção de duas palavras em inglês, God e spell, que pode ser traduzido como “palavra de Deus”. A partir da década de 1960, outros gêneros músicas, como o rock, pop, funk, reggae, entre outros, passaram a ser absorvidos e incorporados pelas igrejas, fazendo com que a música evangélica²⁹ norte-americana não se limitasse mais ao gênero gospel, passando a ser chamada de Christian Music, ou seja “Música Cristã”. Este fenômeno aconteceu primeiramente nos Estados Unidos, mas se expandiu por todo o mundo, principalmente através do desenvolvimento da indústria musical evangélica em diversos países.

No Brasil, diferentemente dos Estados Unidos da América, a música cristã no geral costuma ser denominada como Gospel, em toda sua variabilidade. A apropriação do termo tem origem na década de 1980, quando o presidente da gravadora evangélica Gospel Records, Estevam Hernandez Filho – também chamado Apóstolo da Igreja Renascer em Cristo – patenteou o termo, tendo todos os direitos sobre a marca gospel no Brasil³⁰. Assim, no Brasil o gospel diz respeito a produção musical cristã, que pode ser de qualquer gênero, mas de temática religiosa, sendo portanto correspondente à nomenclatura Christian Music nos Estados Unidos da América. A palavra Gospel serviu para não apenas denominar o gênero musical cristão, mas também como agente delimitador de um segmento musical específico da indústria fonográfica em geral. É importante ressaltar que o gospel não é sinônimo de música evangélica, sendo também comumente utilizado no Brasil pela música cristã católica apostólica romana.³¹

29 O termo evangélica, adota-se aqui neste trabalho como proveniente das igrejas evangélicas, que entende-se como àquelas que fazem parte do movimento protestante, as quais, unidas pela fé, divergem quanto ao rito que praticam.

30 DOLGHIE, 2004.

31 CUNHA, 2004.



OS CAMI-
NHOS
DO ROCK

4 OS CAMINHOS DO ROCK

4.1 O rock'n'roll

Esse gênero musical é caracterizado pelo som da junção da guitarra elétrica ou do violão com um forte contratempo estabelecido pelo ritmo do baixo elétrico, da bateria, do teclado e outros instrumentos como órgão, piano, ou mesmo os sintetizadores digitais.

Termo usado normalmente para se referir à música popular da segunda metade do século 20, seu uso pode ser encontrado nas letras de blues, na década de 1930, como um eufemismo para conotar uma relação sexual. [...] Alguns historiadores argumentam que o rock'n'roll começou no início dos anos 50, quando muitos adolescentes brancos começaram a ouvir e dançar o rhythm and blues.³²

Para a compreensão do rock'n'roll, faz-se necessário traçar sucintamente o histórico da música. Este estudo enfoca a história da música ocidental, visto que o rock é um fenômeno majoritariamente influenciado por ela, além de ter surgido na própria cultura ocidental.

4.1.1 As origens da música

A habilidade da fala é que permite a concepção das canções. A canção é uma forma musical caracterizada por ser um veículo poderoso de discursos, e disso o rock se apropria. É

impossível datar de forma exata o surgimento da linguagem falada, porém estima-se que tenha acontecido por volta de 40 mil anos atrás.

Registros de pinturas rupestres dos primeiros hominídeos ilustram que a prática musical acontecia em grupos. Não se sabe se a música cantada surgiu primeiro ou a batucada, mas é certo que ela sempre foi uma prática grupal, como corrobora o ilustrado nas figuras 1 e 2, a seguir:

Figura 1: Dança de cura



Fonte: Acervo digital do The Metropolitan Museum of Art, cortesia do Instituto de Pesquisa de Pintura Rupestre, Universidade de Witwatersrand, África do Sul. Pessoas dançam ao redor de uma figura deitada, aparentemente em ritual de cura.

Figura 2: Dançarinos brancos em uma fila



Fonte: Dr. Jean Clottes, sítio arqueológico de Bhimbetka, Índia, sítio este constante na lista do patrimônio mundial da UNESCO desde 2003. A figura ilustra uma dança tribal, com pessoas em linha reta.

Da cultura das primeiras civilizações – Mesopotâmia, Índia, Egito e China – a música fazia parte. Sua iconografia é rica em representações de instrumentos sonoros e de práticas musi-

cais relacionadas à religião, à magia, à saúde, à metafísica e até à política destas civilizações, tendo papel frequente em rituais religiosos, festas e guerras.

4.1.2 *A música na História Antiga e Idade Média*

Para os gregos antigos, a música era fenômeno de origem divina e também estava ligada à magia e à mitologia. Nos mitos deste povo, há referências de que seria a música um elemento constituinte da percepção que tinham da origem de suas vidas. Além dos ritos religiosos, a música era usada nos Jogos Olímpicos, em suas aberturas, e nos jogos Píticos³³, bem como nas festas cívicas, nas atividades de lazer e como subsídio de outras formas artísticas. A característica da música grega mais interessante para este estudo era a sua modalidade, ou seja, o fato de serem utilizados exclusivamente determinados intervalos melódicos numa composição. Isso revela a intensa preocupação com a forma que os gregos possuíam.

Os romanos, por sua vez, herdaram dos gregos muito de sua cultura musical. Instrumentos de sopro e liras eram os mais comuns, estando presentes também os instrumentos de percussão, que eram usados para exaltar a glória militar. Conhece-se mais da música grega que da música romana, pois, assim que o cristianismo se tornou a religião oficial, sua música, bem como sua produção voltada ao teatro, aos festivais e aos ritos pagãos foram suprimidas por desagradarem aos primeiros cristãos.

Após a queda do Império Romano, surge a música medieval, no contexto do feudalismo e dos castelos. Dividida entre música secular e sacra, os instrumentos utilizados eram o alaúde,

33 Realizados de quatro em quatro anos em honra ao deus Apolo, em Delfos, diferenciavam-se dos Jogos Olímpicos porque incorporavam competições de música e poesia, além de não haver corridas de carros com quatro cavalos.

a cítola, as flautas de pã, a rabeca, dentre outros. Dessa época, são produtos o canto gregoriano, o protótipo de notação musical como conhecemos hoje e a polifonia, ou seja, a coexistência de duas ou mais linhas melódicas independentes numa mesma composição. Há de se destacar também a figura dos poetas-músicos, performáticos e transeuntes: os goliardos, estudantes clericais egressos das universidades que protestavam as contradições da Igreja; e dos trovadores, que abordavam satiricamente temas como a cavalaria e o amor cortês.

O pensamento humanístico e a retomada às heranças literárias e artísticas gregas e romanas caracterizam o período seguinte, o renascentista. O desenvolvimento do comércio ocorrido neste período proporcionou inovações e descobertas que modificaram a sociedade, originando a figura burguesa e toda uma nova dinâmica cultural. A arte, diante do novo aparato tecnológico, a impressão, podia agora ser divulgada em larga escala e ser documentada, demandando cada vez mais pessoas habilitadas à sua prática e ao seu ensinamento. Num cenário que ambientava a reforma protestante, música sacra e secular coexistiam, assim como a música instrumental e a vocal, numa abundância de estilos³⁴ nunca vista anteriormente. Este é o período dos madrigais, das danças nos salões reais ao som de músicas instrumentais, dos avanços na harmonia e da aurora de um senso de cor e timbre que enriqueceriam a música dando-lhe a expressividade e o dramatismo que preparariam para o Barroco.

34 Termo que denota a maneira do discurso, o seu modo de expressão; mais particularmente, a forma em que um trabalho artístico é executado. Na discussão sobre música, que é orientada mais pelas relações que pelo significado, o termo levanta dificuldades especiais; deve ser usado para denotar características musicais de um compositor específico, de um período, de uma região geográfica, sociedade ou função social. (GROVE, *verbete style*)

4.1.3 A música na Idade Moderna

Entre os anos finais do século XVI e a metade do século XVIII, vigora a elaboração e o ornamento técnico na música, no que diz respeito à sua composição e à sua execução. A música barroca expandiu o tamanho, a amplitude e a complexidade da performance musical, também firmando a ópera como um gênero muito apreciado. Os compositores deste período voltavam-se à progressão harmônica da melodia, mais que à adoção de modos, num movimento propulsor da expressão afetiva na música. Apesar da forte tradição musical religiosa, a música secular veio à tona com o desenvolvimento das sonatas e dos concertos. Algumas das características principais desse período são a dominância do instrumental, o surgimento das músicas projetadas para a improvisação durante a performance e a utilização do cravo como instrumento básico, ilustrado na figura 3 a seguir:

Figura 3: O concerto



Fonte: Acervo do site Lessing Photo Archive. Pintura barroca do século XVII, de Antonio Domenico Gabbiani, retratando Ferdinando de' Medici e seus músicos, em 1687. A pintura está no Palazzo Pitti, na Galleria Palatina, em Florença, Itália.

A ornamentação barroca deu espaço para a clareza, objetividade, equilíbrio e simetria, no classicismo. Ambientado entre a segunda metade do século XVIII e início do XIX, vigorava o pensamento iluminista. Religião, superstição e sobrenaturalidade eram questionados pelo pensamento racional, acontecendo o mesmo na produção musical da época. O comum era a utilização de melodias óbvias em que as vozes seguiam ao mesmo padrão rítmico e melódico. O canto continuo forte, mas foi substituído pelo instrumental, na preferência do público. Wolfgang Amadeus

Mozart, Joseph Haydn, Ludwig van Beethoven e Franz Schubert são os nomes mais relevantes desse período, que cristalizou as sonatas, sinfonias e concertos.

4.1.4 *A música na Idade Contemporânea*

O século XIX ambienta o romantismo na música, na literatura e demais artes, mas também na filosofia e no pensamento sociopolítico. A ideia que caracteriza esse momento histórico é a espontaneidade na expressão, ou seja, o foco no homem natural, partindo do fato de que certas realidades só poderiam ser captadas através da emoção, do sentimento e da intuição. Esteticamente, pouco mudou, comparando-se com o período anterior, havendo mais ponderação e propriedade ao utilizar os elementos componentes da sintaxe musical. Sendo assim, a música romântica extrapolava à forma, priorizando a transmissão do sentimento, soando mais passional e expressiva. Por causa disso, o século XIX viu a expansão do tamanho da orquestra, do papel dos concertos na rotina da sociedade, surgindo também idiosincrasias e expressividades que permitiam identificar o trabalho estilístico de um compositor.

A partir do século XX, a música experiencia uma verdadeira revolução. Os meios de comunicação em massa, a acessibilidade proporcionada pelos meios de transportes velozes e a reprodutibilidade facilitada decorrente do advento das novas tecnologias viabilizaram o fenômeno conhecido hoje por Globalização. Assim, o lançamento e a distribuição de produtos musicais não mais se restringiam a uma determinada região, tornando-se abundantes como nunca em quantidade e diversidade. Por não mais estar limitada aos concertos e às casas de ópera, a música e o artista podiam ganhar influência e reconhecimento globais. Essa mesma liberdade estende-se à composição musical, que experimentou novos estilos e formas desafiadoras às regras dos gêneros

musicais dos períodos anteriores, originando o modernismo experimental de Gustav Mahler, Ígor Stravinsky e Richard Strauss. Estes compositores se consagraram como exploradores da forma, da tonalidade e da dissonância na orquestração.

4.1.5 *As origens do rock*

Na segunda metade do século XX, a modernidade traz consigo novos instrumentos musicais e novos gêneros que conquistam espaço na preferência do público. Nesse contexto onde a TV e a radiodifusão germinavam, a música erudita passa a se restringir a uma audiência menor, tradicionalista e cativa, cada vez mais. No entanto, várias das técnicas pioneiras dos compositores eruditos de vanguarda apareceriam posteriormente na música das décadas de 60 e 70, na música eletrônica e também nas trilhas sonoras utilizadas nos cinemas para grandes audiências.

Surge o fenômeno que será associado principalmente aos jovens: o Pop. Originalmente significando gêneros predominantes nos Estados Unidos e Reino Unido, espalhou-se subseqüentemente pelo mundo. O termo pop é desdobramento da Pop Art, sendo cunhado e discutido referindo-se a toda uma gama de novos produtos culturais direcionados a um aglomerado de indivíduos: a massa.

Na época em que o termo começou a ser utilizado, o gênero pop podia ser confundido com o gênero rock. No início da década de 60, nos EUA, o termo pop designava amplamente os mais novos desenvolvimentos de gêneros musicais e, desde então, sua utilização acarreta uma certa confusão epistemológica. Para fins didáticos, neste trabalho convencionou-se entender que, na utilização da época:

Rock é geralmente considerado como a composição pesada, mais agressiva, cheia de improvisações e relacionada às raízes negras americanas, enquanto o pop é mais organizado e mais atraente ao padrão popular. Fundamentalmente, há uma divisão ideológica de peso: rock é considerado mais autêntico e próximo à arte, enquanto o pop é mais comercial, mais obviamente voltado ao entretenimento.³⁵

O papel da classificação musical em gêneros é basicamente pragmático – fazer o conhecimento tanto maleável quanto persuasivo – mas seus efeitos podem moldar e até mesmo condicionar nosso conhecimento sobre o mundo³⁶. Ou seja, ao compartimentalizar músicas em gêneros, estamos organizando e elaborando um código utilizável por uma quantidade de pessoas no intuito de facilitar-lhes a comunicação e contextualizar-lhes, mas também estamos limitando nossa experiência de ouvintes a essas classificações, que tendem a considerar nebulosamente os híbridos e a excluir o peculiar.

Muito mais que validar e determinar as características componentes de um determinado gênero musical, a divisão do universo da música ajuda a criar as condições para seu consumo. Nesse processo, disponibilizam-se as ferramentas-chave para utilizar e interpretar a música, circulando seus significados na sociedade. Informações como o tema e o objetivo das composições, bem como sua estrutura musical, estão intrínsecos no novo gênero criado e todos esses elementos se relacionam agregando valor, hierarquizando e constituindo um significado para que o consumidor da música com ela se relacione.

A situação que envolve o consumo da música como produto cultural é um fator importante para a determinação de gêneros musicais. De acordo com os resquícios históricos, pode-se afirmar que o público das civilizações antigas ouvia atentamente às cerimônias, pois a música era algo respeitado e de cunho religioso, sendo que quem a praticava tinha autonomia concedida pelo restante da população para tal. O mesmo aconteceu nos grandes salões da nobreza medieval e nos teatros da era moderna, onde a repercussão do espetáculo era medida pela quantidade de detritos deixada pelos cavalos na parte externa do teatro. A partir do avanço tecnológico que permitiu a

35 GROVE, verbete Pop. (T.L.A.)

36 GROVE, verbete genre. (T.L.A.)

realização dos grandes espetáculos em espaços abertos é que o público se torna parte essencial da apresentação, podendo desde subir ao palco e cantar junto ao artista, como vaiá-lo, ou fazer moshing³⁷.

O consumo da música é um fator determinante para a compreensão do pensamento em vigor de uma época. As pessoas mais jovens tendem a valorizar as composições recentes e difusoras de tendências, devido à própria característica da personalidade do jovem, naturalmente mais questionador e aventureiro. Seguindo a mesma ótica, as pessoas com mais idade tendem a legitimar e atestar a qualidade daqueles produtos culturais que atingiram o auge em sua época jovem, ou daquilo que sua busca por conhecimento permite valorar com propriedades técnicas, como a pessoa que passa a apreciar a música erudita depois de fazer um curso para melhor entendê-la. Sendo assim, na segunda metade do século XX, permeava o imaginário geral uma disputa entre o conservadorismo cristão capitalista e a rebeldia jovem. Barreiras sociais, resíduos da escravatura, mesclavam-se à cultura religiosa cristã/católica e aos argumentos da reforma protestante, contrapondo-se às ideias provenientes do capitalismo florescente e da popularização das universidades, fazendo uma mistura de valores na mente do cidadão comum. Esse era o pensamento que vigorava e era ilustrado principalmente nos gêneros Jazz, Rhythm and Blues, no Gospel e na música Country.

Dois gêneros musicais precisam ser compreendidos para que se possa falar em rock, o objeto deste estudo: o Rhythm and Blues e a música Country. Isso porque, o rock é geralmente descrito como uma mistura de ambos, com ênfase nas contribuições dos músicos afrodescendentes.

O termo *rhythm and blues* foi cunhado pela Billboard em 1949 para designar a música voltada ao público afro-americano estadunidense, como alternativa aos termos “*race records*” e “*sepie series*”, ambos com teor pejorativo. Por *rhythm and blues* (R&B), entende-se todo o espectro de músicas voltadas a esse público, ou seja, os gêneros blues, jazz e o gospel. Todos eles tem em comum a improvisação, que pode ser explicada por dois motivos: memorização falha, uma vez que a maioria de seus compositores possuía pouca formação escolar e precisavam decorar as letras,

37 Estilo de dança cujos participantes empurram e batem uns aos outros. Está mais associada aos gêneros musicais agressivos, como hardcore punk, rock e heavy metal. É feito, principalmente, em música ao vivo.

por mal conseguirem ler; a expressividade essencial do gênero, favorecendo que emoções genuínas sejam evocadas e expressadas durante a performance. Deve-se destacar, para complementar a compreensão sobre o R&B, que a maioria da população afro-americana era menos favorecida economicamente e sofria intenso preconceito, encontrando nessa música ritmada e extasiante uma forma de sublimação de seus problemas.

A música country estende suas raízes desde a música celta, passa pelo jazz e também pela música gospel. Imigrantes europeus que se instalaram nas terras norte-americanas trouxeram consigo seus instrumentos musicais, valores e ideais religiosos. O country se desenvolveu rapidamente na década de 1920, passando de música comemorativa das comunidades rurais para uma indústria milionária. Por se tratar de um gênero representado pelos homens do campo, é muito associado a vestimentas e instrumentos musicais rústicos como o banjo, o bandolim e o violão. O aumento na popularidade da música country contou com dois fatores destacáveis: o jukebox, aparelho presente em todos os saloons e cafés da época, constituiu-se um colaborador porque permitia que as pessoas escolhessem o que queriam ouvir e dançarem, usufruindo da característica social do country; a Segunda Guerra Mundial, visto que os jovens soldados e os moradores rurais levaram consigo o hábito de escutar músicas nos campos militares e centros de defesa.

Com a Segunda Guerra Mundial afetando os ânimos de toda a sociedade tem-se o cenário para o surgimento de um verdadeiro fenômeno cultural. Com a guerra, a situação econômica internacional precária e as incertezas quanto ao futuro do mundo – sublimadas e consoladas no blues, no country e no gospel – era de se esperar que o jovem encontrasse um novo meio para se expressar. Para os padrões atuais é difícil imaginar, mas até 1950, na sociedade ocidental capitalista, o único espaço socialmente aceito (desconsidera-se, pois, os rituais pagãos, aborígenes, etc) para a expressão corporal coletiva do êxtase era as igrejas e cultos de cunho religioso.

De acordo com GROVE³⁸ esse gênero musical combinou o boogie woogie³⁹, com os ritmos, as formas e estilos de música vocal do blues e de música country, além dos ganidos e gritos de êxtase do gospel. Um novo gênero musical surge, nos anos 50, rompendo as barreiras sociais

38 GROVE, 1980, verbete rock and roll. (T.L.A.)

39 Uso sincopado (execução de som no tempo fraco) da mão esquerda ao piano.

existentes entre a população branca e afrodescendente, uma vez que os veículos midiáticos comuns a ambas impeliam-nas à interação.

Em sua essência, o rock é unificador, transgressor e ideológico. Ideais racistas defendidos pelos governantes da época e também algumas convenções sociais opressoras foram transpassadas pela juventude que se uniu para legitimar ideais alternativos, cantando e dançando em ritmo frenético numa catarse que envolveu crianças, jovens, adultos, afrodescendentes e brancos:

*"We're gonna rock around the clock tonight.
Put your glad rags on and join me hon'.
We'll have some fun when the clock strikes one.
[...] When it's eight, nine, ten, eleven too,
I'll be goin' strong and so will you."⁴⁰*

O rock pode ser interpretado a partir de três dimensões:

Sociologicamente, é uma música popular comercialmente produzida que visa a atingir uma exclusivista audiência jovem típica das sociedades de capitalismo tardio. Musicalmente, tende a ser altamente amplificada, com batida forte e padrões rítmicos comumente considerados como eróticos e cujas raízes remetem à música tribal afro-americana. Ideologicamente, é associado a um programa estético de "autenticidade", desenvolvendo elementos de discursos populares e de música arte ("originalidade", "expressão pessoal", "integridade").⁴¹

Com pouco mais de 60 anos de existência, o rock se desenvolveu e deu origem a diversos subgêneros, de acordo com as influências às quais se associou. Os primeiros, resultaram da mistura com os gêneros mais tradicionais da época: o folk, o jazz e o blues, originando o folk rock, o jazz-rock e o blues-rock, respectivamente. Nos anos posteriores, psychedelic, christian, glam, punk

40 HALEY AND HIS COMETS, Bill. Rock Around the Clock. (Em HALEY AND HIS COMETS, Bill. Rock Around the Clock: Decca Records. 1955. Lado A de disco sonoro. Faixa 1. 2 min 2 s.). "Hoje nós vamos varar a noite dançando rock. Vista seus trapos alegres e aproveite comigo, teremos diversão quando o relógio marcar uma hora. Quando der oito, nove, dez e onze horas, estarei firme e você também". (T. L. A.)

41 ROCK. In: GROVE, The New Dictionary of Music and Musicians

e indie, foram outros nomes que surgiram, dentre outros, para amplificar a gama de subgêneros do rock.

Além dos elementos musicais, essa mistura também ocorreu no âmbito do fator comum a todos eles: o discurso ideológico. O rock foi adquirindo as características do comportamento dos seus espectadores, incorporando, por exemplo, a extravagância e o exibicionismo da moda glam; o engajamento político e social evidente da moda punk. Mesmo com essas hibridizações, no entanto, preservou o discurso ideológico voltado para autenticidade desde sua origem.

O discurso ideológico no rock começou a se estender a seus diversos estilos e particularidades, próprias a cada um deles. Após quebrar as barreiras do preconceito, o gênero cresceu tanto que passou a vir das mais diversas camadas da sociedade e passou a assumir os conceitos aos quais cada interlocutor buscava empregar, porém, sempre invocando um imaginário preconcebido ao mesmo. Suas barreiras sociológicas foram rompidas de tal modo que a própria música cristã começou a adotá-lo e hoje ele se tornou um dos gêneros mais utilizados da Música Cristã Contemporânea.

4.2 A música e o rock cristãos

A música cristã seguiu por longos caminhos para chegar até o que hoje é concebido como rock cristão. A compreensão do seu histórico, nos permite entender as barreiras iniciais colocadas a ele e como elas foram sendo derrubadas. Vale portanto o entendimento do seu processo histórico desde seus primórdios.

O cristianismo primitivo não rompeu ligações com a religião judaica, sendo percebido como uma pequena e perseguida seita da mesma. Seguindo o modelo de Jesus, os cristãos ainda iam às sinagogas e ao Templo de Jerusalém, assim, é presumível que a igreja cristã primitiva – antes de se formar como Instituição através da Igreja Católica Apostólica Romana – seguia as mesmas

tradições musicais do judaísmo. Portanto, para se compreender como funciona e como se desenvolveu a música cristã é necessária se considerar a Bíblia como fonte primária de conteúdo acerca da música na crença judaico-cristã.

4.2.1 *A música no Antigo Testamento*

No Antigo Testamento bíblico, a música começa a ter mais destaque expressivo a partir da história do Rei Davi. Sua primeira citação ocorre em uma passagem⁴² onde há a genealogia dos descendentes de Caim, filho de Adão, onde algumas atividades foram atribuídas a cada homem, considerando-o como pai daquele tipo de atividade. Nela, Jubal foi considerado como pai de todos os que tocam harpa e órgão. A música terrena mecânica, feita através de instrumentos, passa então biblicamente a ser considerada como iniciada por ele.

A segunda citação bíblica ocorre quando Labão lamenta que Jacó tenha saído fugido de sua casa⁴³, sem que ele pudesse se despedir com “alegria, e com cânticos, e com tamboril, e com harpa”. Essa passagem demonstra a antiga tradição judaica, em que nas festas havia música com instrumentos e cânticos.

A próxima citação bíblica já aparece na história do êxodo do Egito, onde após a passagem pelo Mar Vermelho, os israelitas cantam um cântico ao Senhor⁴⁴, sendo então a primeira menção bíblica do uso explícito da música como forma de adoração a Deus. Ainda no mesmo capítulo de Êxodo, são feitas outras referências à música sendo utilizada com o mesmo propósito, inclusive

42 Bíblia, Gênesis, 4:21

43 Bíblia, Gênesis 31:27

44 Bíblia, Êxodo 15: 1-2

realizada por mulheres, com destaque no texto a Miriã⁴⁵, irmã de Moisés e Arão.

Ainda no livro de Êxodo, as citações seguintes remetem ao som de uma trombeta, ouvida no Monte Sinai, sendo atribuída a uma manifestação da presença do próprio Deus⁴⁶. A bíblia também relata que Moisés e Josué ouviram sons de cantos, ligados a um incidente com um bezerro de ouro⁴⁷, em que o povo de Israel havia feito um bezerro de ouro para o adorassem, já que Moisés havia sumido por muito tempo e eles não sabiam o que poderia ter acontecido com ele. Nesta situação podemos observar mais uma vez o uso da música em ocasiões religiosas, desta vez ligadas ao uso de um deus em forma de bezerro feito de ouro, ao qual eles chamaram de “Senhor”⁴⁸ que, na versão hebraica, pode-se ver que o povo chamava o ídolo que haviam feito de Yehovah, também conhecido como Jeová ou Yahweh, nome que em toda a bíblia é atribuído unicamente ao Deus de Israel. Assim pode-se entender que o povo tentava atribuir adoração àquele deus de ouro, tentando atribuir ao Deus que sempre adoraram, mesmo que de modo considerado errado por Deus⁴⁹.

As demais citações antes de Davi são: momento em que o povo de Israel canta um cântico no deserto sobre um poço que Deus havia providenciado para eles⁵⁰; Deus instruindo Moisés a criar e ensinar um novo cântico para o povo, que serviria como testemunha de Deus contra Israel no evento da sua apostasia futura⁵¹; a história da guerra de Jericó, quando o povo passou 6 dias dando uma volta na cidade e no 7º dia deram 7 voltas, tocaram trombetas e o povo gritou louvores a Deus e então os muros da cidade caíram⁵²; Débora comemorando a vitória sobre os cananeus com um canto de louvor a Deus⁵³; A filha de Jefté o cumprimentando na sua volta da batalha “com adufes e com danças”⁵⁴; depois de ser ungido por Samuel, Saul foi ao encontro de um bando de profetas, que estaria profetizando, no que deve ter sido uma espécie de canto ou salmodia, já que

45 BÍBLIA, Êxodo 15:20

46 BÍBLIA, Êxodo 19:13-19; 20:18.

47 BÍBLIA, Êxodo 32:18.

48 BÍBLIA, Êxodo 32:5

49 BEVERE, 2012, p. 35

50 BÍBLIA, Números 21:17

51 BÍBLIA, Deuteronômio 31:19, 32:1-43

52 BÍBLIA, Josué 6:1-20

53 BÍBLIA, Juízes 5:1,3,12

54 BÍBLIA, Juízes 11:3

foi feito com “saltérios, e tambores, e flautas, e harpas”⁵⁵.

Quando chegamos à história de Davi, podemos perceber que desde o começo dos relatos a seu respeito, ele aparece como músico. Quando um espírito mau começou a incomodar o Rei Saul, os seus conselheiros sugeriram que ele buscasse “um homem que saiba tocar harpa” que pudesse contrariar os efeitos do espírito maligno com a sua música⁵⁶. Desta maneira, Davi, que já havia sido ungido secretamente como o substituto de Saul, veio até Saul como um “que sabe tocar” a harpa. Aqui é a primeira vez em que vemos na bíblia a música sendo utilizada contra a ação de maus espíritos. A partir da história de Davi são diversas as citações da música em forma de adoração a Deus e também em comemoração frente à acontecimentos no cotidiano de Israel.

Um momento bíblico marcante que envolve o uso da música na história de Davi é a entrada da Arca da Aliança⁵⁷ na cidade de Jerusalém. Nesta passagem, podemos ver uma grande estrutura de música preparada para a adoração ao Senhor, através da cerimônia para trazer a Arca até Jerusalém:

“E os filhos dos levitas trouxeram a arca de Deus sobre os seus ombros, pelas varas que nela havia, como Moisés tinha ordenado conforme a palavra do SENHOR. E disse Davi aos chefes dos levitas que constituíssem, de seus irmãos, cantores, para que com instrumentos musicais, com alaúdes, harpas e címbalos, se fizessem ouvir, levantando a voz com alegria. (...) E os cantores, Hemã, Asafe e Etã, se faziam ouvir com címbalos de metal; E Zacarias, Aziel, Semiramote, Jeiel, Uni, Eliabe, Maaséias, e Benaia, com alaúdes, sobre Alamote; E Matitias, Elifeleu, Micnéias, Obede-Edom, Jeiel, e Azazias, com harpas, sobre Seminite, para sobressaírem. E Quenania, chefe dos levitas, tinha o encargo de dirigir o canto; ensinava-os a entoá-lo, porque era entendido. E Berequias e Elcana eram porteiros da arca. E Sebanias, Jeosafá, Netanel, Amasai, Zacarias, Benaia, e Eliezer, os sacerdotes, tocavam as trombetas perante a arca de Deus. (...) E Davi ia vestido de um manto de linho fino, como também todos os levitas que levavam a arca, e os cantores, e Quenania, mestre dos cantores; também Davi levava sobre si um éfode de linho, E todo o Israel fez subir a arca da aliança do SENHOR, com júbilo, e ao som de buzinas, e de trombetas, e de

55 BÍBLIA, 1 Samuel 10:5 ou 1 Crônicas 25:1

56 BÍBLIA, 1 Samuel 16:16

57 A Arca da Aliança é descrita na Bíblia como o objeto em que as tábuas dos Dez mandamentos e outros objetos sagrados teriam sido guardados. Ela era considerada como a presença do próprio Deus no meio dos homens e também funcionava como o meio de comunicação entre Deus e o povo de Israel. Era tratada como o objeto mais sagrado e a Bíblia relata complexos rituais para se estar em sua presença dentro do Tabernáculo. Tocá-la era considerado um ato tolo, pois quem a tocasse seria morto, razão pela qual existiam varas para seu transporte.

címbalos, fazendo ressoar alaúdes e harpas. E sucedeu que, chegando a arca da aliança do SENHOR à cidade de Davi, Mical, a filha de Saul, olhou de uma janela, e, vendo a Davi dançar e tocar, o desprezou no seu coração.”⁵⁸

Em outro texto bíblico a respeito do mesmo momento da história de Israel, diz-se que Davi “saltava com todas as suas forças diante do Senhor”. Essa passagem bíblica é muito rica em demonstrar como acontecia o louvor e adoração a Deus no costume judeu. Ela mostra não só a organização e importância à adoração através da música dada por Davi, mas também um tipo de adoração alegre e festiva, onde o próprio rei de Israel saltava, tocava e dançava.

Davi também deixou instruções claras de como deveriam ser as atividades ligadas a música no templo a ser construído por seu filho, Salomão, em Jerusalém. A bíblica conta que Davi separou “quatro mil para louvarem o SENHOR” com instrumentos feitos por Davi com este propósito⁵⁹. Certos levitas foram separados para “profetizarem com harpas, alaúdes e címbalos”⁶⁰. Outros levitas foram colocados “sob a direção de Jedutum, seu pai, que profetizava com harpas, em ações de graças e louvores ao SENHOR”⁶¹. Os filhos e, aparentemente, as filhas de Hemã estavam envolvidos “Todos estes estavam sob a direção respectivamente de seus pais, para o canto da Casa do SENHOR, com címbalos, alaúdes e harpas, para o ministério da Casa de Deus, estando Asafe, Jedutum e Hemã debaixo das ordens do rei”⁶². As pessoas aparentemente eram treinadas com este propósito “O número deles, juntamente com seus irmãos instruídos no canto do SENHOR, todos eles mestres, era de duzentos e oitenta e oito”⁶³.

Nos reinados seguintes em Israel, vemos que no reinado de Salomão, seu filho, as instruções do Rei Davi com relação a música em adoração a Deus foram respeitadas. Depois disso, o povo de Israel passou por um grande período de apostasia, em que creram nos deuses de outros povos e não seguiam as regras estabelecidas por Moisés e por Davi no cuidado com o Templo.

58 BÍBLIA, 1 Crônicas, 15:15-29

59 BÍBLIA, 1 Crônicas, 23:5

60 BÍBLIA, 1 Crônicas, 25:1

61 BÍBLIA, 1 Crônicas, 25:3

62 BÍBLIA, 1 Crônicas, 25:4-6

63 BÍBLIA, 1 Crônicas, 25:7

Neste, há poucas citações sobre música, a não ser em alguns momentos em que o rei de Judá ou de Israel⁶⁴ buscavam restaurar a adoração ao Deus de Israel através do cumprimento da Lei de Moisés e das ordens dadas por Davi.

Após o período de apostasia, o povo de Judá é levado em cativo para a Babilônia por 70 anos, mas eventualmente a nação voltou à terra que possuía anteriormente. Enquanto isso, tudo havia sido desorganizado. Jerusalém e seu templo haviam sido deixados em ruínas. Os sacrifícios, as festas religiosas, o serviço do templo – todos haviam sido descontinuados. Quando as pessoas voltaram a terra natal, o templo teve que ser reconstruído e o sistema inteiro teve que ser restaurado. Os livros de Esdras e Neemias trazem passagens sobre a restauração da música do templo. Eles mencionam “os cantores” entre aqueles que voltaram do cativeiro⁶⁵ assim como relatam a restauração do serviço de cânticos:

“Quando, pois, os edificadores lançaram os alicerces do templo do SENHOR, então apresentaram-se os sacerdotes, já vestidos e com trombetas, e os levitas, filhos de Asafe, com címbalos, para louvarem ao SENHOR conforme à instituição de Davi, rei de Israel. E cantavam juntos por grupo, louvando e rendendo graças ao SENHOR, dizendo: porque é bom; porque a sua benignidade dura para sempre sobre Israel. E todo o povo jubilou com altas vozes, quando louvaram ao SENHOR, pela fundação da casa do SENHOR.”⁶⁶

Depois do cativeiro babilônico, houve um retorno aos modelos da lei de Moisés e do serviço sistemático do templo, estabelecido por Davi. Em relação a música, os líderes de Israel no período depois do cativeiro não inventaram um novo sistema, mas apenas restauraram a organização estabelecida por Davi.

Além das passagens históricas, o Antigo Testamento está cheio de citações sobre louvor e adoração a Deus através da música. O livro de Salmos é a principal fonte cristã de citações de louvor a Deus. Ainda hoje, muitas músicas cantadas nas igrejas cristãs remetem aos salmos, que em sua maioria foram escritos por Davi. Também temos o livro de Cantares de Salomão, que é um

64 Após o reinado de Salomão, a nação de Israel se separou em Israel e Judá.

65 BÍBLIA, Esdras, 2:41 e 70 ou Esdras 8:20

66 BÍBLIA, Esdras, 3:10-11

grande poema que celebra o amor romântico e físico. Ele é frequentemente usado para comparar o amor de Jesus Cristo para com a igreja. Neste caso, a música é utilizada como forma de demonstrar o amor de um homem por uma mulher. Ainda acerca do Antigo Testamento, é importante ressaltar que as atividades no templo eram realizadas pelos levitas, pois eles haviam se separado para Deus⁶⁷ e assim foram escolhidos para serem os ministros e sacerdotes do Templo⁶⁸. Assim, como os levitas também eram responsáveis pela música no Templo, desde que o Rei Davi os designou para tal, ainda hoje em dia é comum nas igrejas que se chame os músicos cristãos como levitas⁶⁹.

4.2.2 A música no Novo Testamento

As primeiras passagens sobre música no Novo Testamento são nos Evangelhos. Começando no livro de Mateus (com algumas reincidências no livro de Marcos), Jesus proibiu que se tocasse trombetas antes de dar esmolas⁷⁰. Quando Jesus foi para a casa de Jairo orar por sua filha que havia morrido, ele encontrou instrumentistas⁷¹ junto aos lamentadores, o que pode ser considerada como uma tradição judaica de músicas nas cerimônias de velórios, apesar de o Antigo ou Novo Testamento não prescreverem como deveriam ser essas cerimônias. Jesus também compara aquela geração a “crianças na praça dizendo aos seus companheiros: ‘Nós vos tocamos flauta, e não dançastes; entoamos lamentações, e não pranteastes’”⁷². Embora nenhum instrumento seja

67 BÍBLIA, Êxodo, 32:26

68 BÍBLIA, Números, 3:6-8

69 Essa nomenclatura pode ser considerada inadequada, pois todos aqueles que trabalhavam no Templo, não só nas atividades musicais, eram descendentes da tribo de Levi, ou seja, levitas. No Novo Testamento não há divisão das atividades no templo através das tribos de Israel.

70 BÍBLIA, Mateus, 6:2.

71 BÍBLIA, Mateus, 9:23

72 BÍBLIA, Mateus, 11:27 ou Lucas, 6:32

mencionado, presume-se que a dança de Salomé diante de Herodes tenha tido acompanhamento musical⁷³. A música também está ligada ao momento da ceia de Jesus com seus discípulos, na celebração da Páscoa, o que era uma observância doméstica, e não um culto no templo ou na sinagoga. A Bíblia diz que no fim da refeição, Jesus e seus discípulos cantaram um hino⁷⁴.

Em Lucas, apesar de a Bíblia não dizer isso, acredita-se que a oração espontânea de Maria⁷⁵ possa ter sido em forma de cântico e é até hoje conhecida como “O Cântico de Maria”. Também há o “Cântico de Zacarias”, que também apesar de a Bíblia não dizer que era em forma de música, diz que Zacarias louvava ao Senhor e em seguida, profetizou em agradecimento a Deus por ocasião do nascimento de seu filho, João Batista⁷⁶. Também temos uma descrição do que parece ser um canto celestial, realizado por anjos, que cantavam “Glória a Deus nas alturas, paz na terra, boa vontade para com os homens”⁷⁷. Ainda, na parábola do Filho Pródigo⁷⁸, o filho mais velho ouviu música na casa após a volta do irmão⁷⁹. O Evangelho de João não faz alusão a música, nem à secular, nem à religiosa.

Já no livro de Atos, conta-se a história da igreja cristã primitiva. Nele, há a primeira alusão na história ao canto cristão. Conta-se que, na prisão, Paulo e Silas oravam e cantavam hinos a Deus. Enquanto os dois faziam isso, começou um grande terremoto de modo que todos na prisão foram libertos, mas não fugiram, pois ouviram falar de Jesus Cristo através de Paulo. No dia seguinte a esse evento Paulo foi libertado da prisão. Essa passagem bíblica parece refletir o poder do louvor e adoração a Deus através da música.

Nas Cartas (ou Epístolas) de Paulo⁸⁰ há algumas citações sobre o louvor ou adoração

73 BÍBLIA, Mateus, 14:6 ou Marcos, 6:22

74 BÍBLIA, Mateus 26:30 ou Marcos 14:26

75 BÍBLIA, Lucas, 1:46-55

76 BÍBLIA, Lucas, 1:64-79

77 BÍBLIA, Lucas, 2:14

78 BÍBLIA, Lucas, 15:11-32

79 BÍBLIA, Lucas, 15:25

80 Paulo e os demais apóstolos bíblicos queriam estar certos de que aqueles que haviam aceitado a Jesus como Cristo estivessem crescendo em sua comunhão espiritual. Acredita-se que, inspirados por Deus, eles passaram a escrever cartas saudando e ensinando sobre os preceitos do cristianismo. Eles não sabiam que as cartas enviadas as igrejas cristãs primitivas (primeiras igrejas) fossem ser preservadas e lidas até os dias de hoje. O Apóstolo Paulo escreveu 9 cartas às igrejas e também 4 cartas a pessoas. As cartas às igrejas são os considerados livros bíblicos de Romanos, 1ª e 2ª Coríntios, Gálatas, Efésios, Filipenses, Colossenses e 1ª e 2ª Tessalonicenses. Individualmente ele escreveu para Timóteo (duas cartas), Tito e

a Deus através da música. Primeiramente, Paulo cita dois versículos de Salmos que dizem “Assim que, ó Senhor, te louvarei entre os gentios, e cantarei louvores ao teu nome”⁸¹ e “Louvai ao SENHOR todas as nações, louvai-o todos os povos”⁸². Paulo diz à igreja que cantem com espírito, mas também com o entendimento (ou mente)⁸³. Há mais três citações do uso de música através dos salmos e hinos⁸⁴.

Que fareis, pois, irmãos? Quando vos ajuntais, cada um de vós tem salmo, tem doutrina, tem revelação, tem língua, tem interpretação. Faça-se tudo para edificação.⁸⁵

Falando entre vós em salmos, e hinos, e cânticos espirituais; cantando e salmodiando ao Senhor no vosso coração.⁸⁶

A palavra de Cristo habite em vós abundantemente, em toda a sabedoria, ensinando-vos e admoestando-vos uns aos outros, com salmos, hinos e cânticos espirituais, cantando ao Senhor com graça em vosso coração.⁸⁷

Ainda em Tiago, Paulo diz “Está alguém entre vós aflito? Ore. Está alguém contente? Cante louvores.”⁸⁸.

As alusões à música em Apocalipse são poucas e nenhuma descreve atividades na igreja. Uma cena celestial retrata quatro seres viventes e vinte e quatro anciãos, cada um segurando uma harpa e se prostrando diante do Cordeiro. Eles estavam declarando que o Cordeiro é digno de abrir os selos do livro⁸⁹. Os que venceram a besta e sua imagem possuem harpas de Deus e entoam

Filemom. Muitos estudiosos bíblicos também atribuem a Paulo a autoria do livro de Hebreus, mas não é possível afirmar com absoluta certeza essa teoria.

81 BÍBLIA, Salmos, 18:49

82 BÍBLIA, Salmos, 117:1

83 BÍBLIA, 1 Coríntios, 14:15

84 Neste caso, sendo considerado como uma composição musical de espírito religioso, escrito especificamente para louvar ou adoração ao Deus cristão.

85 BÍBLIA, 1 Coríntios, 14:26

86 BÍBLIA, Efésios, 5:19

87 BÍBLIA, Colossenses, 3:16

88 BÍBLIA, Tiago, 5:13

89 BÍBLIA, Apocalipse, 5:8-10

o cântico de Moisés e o cântico do Cordeiro⁹⁰. A trombeta é mencionada diversas vezes no livro, mas não fazendo de fato alguma melodia ou referente a música tocada em um templo.

4.2.3 *A música no Cristianismo pós-bíblico*

Pode-se presumir que aqueles que pregavam o cristianismo traziam com eles suas músicas e que as novas comunidades de cristãos louvavam a Deus de acordo com sua própria cultura ou costumes, trazendo assim suas particularidades melódicas. Assim surgiram cantos e liturgias diferentes das várias igrejas, Greco-Alexandrina, Bizantina, Leste e Oeste da Síria, Copta, Abissínia, Armênia e Romana. O desenvolvimento dos ritos e cantos dessas diferentes liturgias posteriormente levou a uma evolução em seus cantos litúrgicos ao longo dos séculos⁹¹. Cada área de desenvolvimento litúrgico produziu distintas configurações melódicas, de modo que, assim como os próprios ritos mostravam diferenças rastreáveis a seus lugares de origem, assim também a música manifestava diferenças locais em sua forma.

Não há muitos registros históricos a respeito da música cristã antes da instituição da Igreja Católica Apostólica Romana. Temos o registro histórico de Caio Plínio Cecílio Segundo também conhecido como Plínio, o Jovem, que foi jurista, político, e administrador imperial na Bitínia no século II. Plínio escreveu cartas no estilo da época a amigos e, em algumas delas, abordou o tema do cristianismo. Na epístola 10 de sua carta 96, Plínio descreve parte da prática cristã como “costume de se reunirem num dia fixo, antes do nascer do sol, para cantar um hino a Cristo como a um deus; de obrigarem-se, por juramento, a não cometer crimes, roubos, latrocínios e adultérios,

90 BÍBLIA, Apocalipse,15:2-4

91 FELLERER, 1961, p. 9

a não faltar com a palavra dada e não negar um depósito exigido na justiça.”⁹². Esse relato mostra portanto um costume da igreja cristã primitiva de se cantar hinos a Deus.

Ficou determinado pelas Constituições Apostólicas⁹³ que o canto sacro seria constituído da entoação de um Salmo por um solista, respondida pelas congregações por meio de trechos simples como “Amém” ou “Aleluia.” Esta prática veio a desaparecer depois de dois a três séculos, eliminando totalmente a participação da comunidade no canto. Nesse meio tempo, os coros compostos por monges e clérigos continuaram a se desenvolver⁹⁴.

O século IV foi um período marcado por grandes acontecimentos na igreja cristã. Um dos mais importantes deles, foi o Édito de Milão⁹⁵ em 313 d.C., que dava liberdade para o Cristianismo. Por volta de 350 d.C., Hilário da Gália preparou o primeiro hinário cristão das igrejas cristãs. Depois disso, Santo Ambrósio (340-397), bispo de Milão estabeleceu um padrão musical para a sua diocese, com base nos elementos teóricos da música grega. Ambrósio foi denominado de “Pai dos Cânticos Religiosos.” Seus cânticos eram “antifônicos⁹⁶, congregacionais e melodiosos”⁹⁷.

No século VI, Gregório, o Grande, aproveitou a obra de Santo Ambrósio ampliando-a e estendendo um padrão musical para toda a cristandade da época, padrão esse que se estabeleceu através dos séculos sob o nome de Canto Gregoriano. Foi Gregório quem criou a primeira escola de música sacra, a Schola Cantorum, a qual preparou líderes para dirigir a música nas diversas igrejas daquele período assim como dos séculos seguintes.

92 BETTENSON, 2001, p. 28 a 30.

93 As Constituições Apostólicas contém oito tratados sobre a disciplina da Igreja antiga, cujo objetivo era servir de manual para os clérigos e, em certa medida, também para os leigos. Ele alega ser uma obra dos doze Apóstolos cujas instruções lhes foram passadas individualmente ou ao grupo todo. Hoje em dia, elas tem um grande valor como um documento histórico, pois elas revelam as condições morais e religiosas, assim como as práticas litúrgicas do Cristianismo primitivo nos séculos III e IV d.C.

94 WANDERLEY, 1992, p.3

95 O Édito de Milão (313 d.C.), também referenciado como Édito da Tolerância, declarava que o Império Romano seria neutro em relação ao credo religioso, acabando oficialmente com toda perseguição sancionada oficialmente, especialmente do Cristianismo. O édito foi emitido pelo tetrarca ocidental Constantino I, o Grande, e por Licínio, o tetrarca Oriental. A aplicação do Édito fez devolver os lugares de culto e as propriedades que tinham sido confiscadas aos cristãos e vendidas em hasta pública. Esse decreto deu ao Cristianismo (e a todas as outras religiões) o estatuto de legitimidade, comparável com o Paganismo que passou a não ser mais a religião oficial do Império Romano e dos seus exércitos.

96 Uma peça musical executada por dois coros semi-independentes, interagindo um com o outro, às vezes cantando frases alternadas, é classificada como antifonal. Em particular, a salmódia antifonal é o canto ou a execução instrumental de salmos por grupos musicais em alternância.

97 ICHTER, 1980, p. 13

Depois disso, a música foi sofrendo uma significativa evolução, acompanhando as demais artes. Destacam-se as influências dos períodos Renascentista, Barroco, Clássico, Romântico até chegar na música atual. Especialmente no final da Renascença, por ocasião da Reforma Protestante⁹⁸, a música sacra passou a ser acessível à toda a Igreja, através do canto congregacional. Martinho Lutero, pregava que todo cristão tinha o direito de expressar sua adoração a Deus através do canto, justificada pela presença do mesmo inclusive no Novo Testamento, quebrando os paradigmas do Canto Gregoriano, que era feito apenas por meninos e sacerdotes da Igreja Católica. Ao longo dos períodos da História, grandes obras musicais sacras foram compostas, das quais se destacaram as missas, os oratórios e as peças avulsas, e os seus compositores, tais como Johann Sebastian Bach, Antonio Vivaldi, Felix Mendelssohn, Joseph Haydn e tantos outros. Até o século XIX, a música sacra congregacional se caracterizava essencialmente por Salmos metrificados e alguns hinos.

No século XVII a igreja cristã teve grandes nomes na composição de hinos para serem cantados na igreja. Em 1697, Benjamim Keach publicou uma coletânea de 37 hinos, que mais tarde, no século XVIII, começaram a aparecer em suplementos nas coleções de Salmos, como o Divine Companion. Isaac Watts (1674-1748), compôs muitos hinos que são cantados ainda hoje em muitas das igrejas evangélicas históricas.

No século XIX, nos Estados Unidos, homens como William Mason (1829-1908), John Paine (1839-1906), Horatio Parker (1864-1919) dentre outros, foram treinados na Alemanha ou Áustria e retornaram aos Estados Unidos para escreverem suas músicas. Paine, como muitos outros compositores, foi um organista cristão nas igrejas em torno de Boston, e encorajou as igrejas a adotarem o estilo de música clássico europeu na liturgia dos cultos, além de escrever suas próprias músicas.

98 A Reforma Protestante foi um movimento reformista cristão iniciado no início do século XVI por Martinho Lutero, que através da publicação de suas 95 teses, protestou contra diversos pontos da doutrina da Igreja Católica, propondo uma reforma no catolicismo. O resultado da Reforma Protestante foi a divisão da chamada Igreja do Ocidente entre os católicos romanos e os reformados ou protestantes, originando o Protestantismo.

4.2.4 A música cristã contemporânea e o rock cristão

No início de 1950, a católica Comunidade de Taizé, na França começou a atrair jovens de várias denominações religiosas (católicas e protestante) com hinos de adoração com base em melodias modernas. Nos anos 1950 e 60 a igreja começou a dar especial atenção à juventude.

Grupos como o Christian Unions⁹⁹ começaram a pregar em universidades, por meio de grupos que faziam ensinamentos bíblicos e evangelísticos. Nesse período, começaram a se formar grupos de juventude nas igrejas e até cafés foram abertos com objetivo de evangelizar. Então, músicos amadores desses grupos começaram a tocar músicas cristãs de forma mais popular, sem erudição. Alguns cristãos começaram a achar que a igreja precisava quebrar o estereótipo de ser tão estruturada e formal, para que assim pudesse agradar as novas gerações. Se apoiando na música popular, que era o oposto desse estereótipo, a igreja começava a falar da Bíblia através de letras cristãs e, assim, mandava a mensagem de que o Cristianismo não era ultrapassado ou irrelevante.

No início dos anos 60, surgiu um grupo no Reino Unido que tocava música cristã pop, o The Joystings. Eles apareceram no Cliff Michelmores' BBC Tonight, um programa da TV britânica, sendo um dos primeiros grupos a aparecer na televisão tocando pop cristão, todos usando o uniforme do Exército da Salvação^{100, 101}.

No final da década de 60, surge o Jesus Movement ou Jesus People Movement. O movimento começou em 1967 dentro do distrito Height-Ashbury de São Francisco. Os evangélicos que iniciaram o movimento foram chamados de "cristãos da rua" e "os evangelistas psicodélicos",

99 Christian Unions (CUs) são grupos cristãos de estudantes evangélicos. Eles existem em muitos países e muitas vezes são filiados ao International Fellowship of Evangelical Students ou Campus Crusade for Christ. Funcionam como sociedades universitárias, que se formavam em seus respectivos campus. Existem até hoje e surgiram no Reino Unido na década de 60.

100 Exército de Salvação é uma das maiores instituições de caridade do mundo. É uma organização beneficente cristã fundada em 1865 por William Booth, cristão metodista Wesleyano, juntamente com a esposa Catherine Mumford, em Londres, Inglaterra. Atua em 118 países, através de 175 idiomas, em duas frentes: através das Igrejas e através do trabalho social.

101 <<http://www.joystings.co.uk/>> Acesso em 13 de set. de 2012

só depois sendo chamados como “Jesus freaks” (Doidos para Jesus) ou “Jesus People” (Povo de Jesus). O Jesus Movement começou nas cafeterias, que foram utilizadas como principal meio de evangelismo. Também buscava abordar os comunidades de hippies e casas de recuperação de viciados em drogas. O estado da Califórnia foi o ponto da maior concentração dos hippies, e consequentemente o berço do movimento, porém este espalhou-se rapidamente pela América do Norte. Assim, acompanhando as tendências musicais da época, o rock começa a ser utilizado no Jesus Movement, não só com o objetivo de evangelização, mas também buscando uma atualização da igreja para atrair as camadas mais jovens da sociedade.

As primeiras bandas de rock foram mal recebidas pelas igrejas protestantes, pois o gênero era tido como “música do diabo” e associado com um comportamento socialmente repressível. Apesar dele carregar um imaginário permitiria aos religiosos essa concepção, como ligações com bandas consideradas pela igreja como “diabólicas” ou como o discurso de “sexo, drogas e rock’n’roll”, foi-se percebendo que o rock, assim como qualquer outro gênero musical, poderia ser usado para a adoração a Deus. Isso porque a própria bíblia diz que “Todas as coisas foram feitas por ele, e sem ele nada do que foi feito se fez.”¹⁰², então as igrejas evangélicas mais modernizadas, começaram a conceber que tudo havia sido criado por Deus e que, usado da maneira correta, poderia ser utilizado para a adoração. Com o tempo os novos gêneros musicais cristãos foram ganhando credibilidade e se tornavam um meio de aproximação dos jovens ao Cristianismo. As barreiras do preconceito com relação ao rock então foram pouco a pouco sendo quebradas.

A partir dos anos 1980 as bandas de rock cristão começaram a se firmar e ganhar cada vez mais público dentro e fora das igrejas evangélicas. Elas começaram a atrair o interesse da mídia e de gravadoras seculares, conseguindo grandes contratos, assim como maior exposição e sucesso internacional. Não só o rock, mas como outros ritmos, como o Funk, Axé, Pop, Hip Hop, Forró, entre outros, começaram a ser tocados nas igrejas a partir das décadas de 70, 80 e principalmente na década de 90. A discussão teológica sobre o fato de ser ou não errado tocar rock e outros gêneros musicais nas igrejas continuou e até hoje persiste, sendo que a resposta dessa questão ainda

hoje varia muito de igreja para igreja, doutrina para doutrina. Algumas igrejas estão aos poucos se modernizando, ou “avivando”, dividindo as opiniões cada vez mais entre as igrejas protestantes, e até as católicas, quanto aos diferentes tipos de louvor e adoração permitidos dentro da igreja. Normalmente, as igrejas que aceitam diferentes gêneros musicais são as neopentecostais¹⁰³ e, em menor número, algumas pentecostais¹⁰⁴ e as tradicionais avivadas¹⁰⁵.

No final da década de 80, na década de 90 e a partir dos anos 2000, começam a surgir grandes ministérios de louvor e adoração¹⁰⁶, que tocam desde Pop, até diferentes tipos de rock, como o rock conhecido por rock britânico e o pop rock. Com destaque para ministérios de louvor como Vineyard e Hillsong, surgem novos modelos de louvor e adoração nas igrejas. Grandes bandas, com diferentes instrumentos musicais (mas normalmente pelo menos com bateria, teclado, guitarras, contrabaixo e violão) e diferentes ministros de louvor¹⁰⁷, começam a ser peça fundamental na maioria dos cultos das igrejas evangélicas modernas. Além disso, começa-se um novo padrão de mercado musical cristão, onde as músicas compostas e gravadas em cada igreja são exportadas para todo mundo. Começa uma era de universalização de canções, que passam a ser traduzidas e cantadas em diversos idiomas. Ainda, a dança começa a ser incluída neste tipo de louvor, sendo atribuída não só como algo artístico, mas também como algo que faz parte da adoração a Deus.

103 O Neopentecostalismo é uma vertente evangélica que congrega denominações oriundas do pentecostalismo clássico ou mesmo das igrejas cristãs tradicionais (batistas, metodistas, etc). Em alguns lugares são chamados de carismáticos, tendo como exceção o Brasil, onde essa nomenclatura é reservada quase exclusivamente para um movimento dentro da Igreja Católica chamado Renovação Carismática Católica. Suas doutrinas costumam ser baseadas na manifestação do Espírito Santo e dos dons do Espírito, relacionamento com Deus, a teoria da prosperidade (em que Deus quer que as pessoas prosperem financeiramente, ou seja, que não devem ser pobres a vida toda) e no sobrenatural acontecendo (curas e milagres). São, em geral, mais flexíveis e modernas em questões de costumes em relação aos pentecostais e aos tradicionais.

104 Pentecostalismo é um movimento de renovação de dentro do cristianismo, que coloca ênfase especial em uma experiência direta e pessoal de Deus através do Batismo no Espírito Santo.

105 As igrejas tradicionais são aquelas que podem ser as chamadas igrejas históricas, que tiveram origem no início da Reforma Protestante ou bem próximo dela. Elas são principalmente: Luterana, Presbiteriana, Anglicana, Batista e Metodista. As tradicionais avivadas são aquelas que ainda pertencem a essas denominações, mas sofreram uma modernização em suas doutrinas e que acreditam na ação do Espírito Santo ainda nos dias de hoje. O termo “avivada”, vem de avivamento, como se elas tivessem recebido um avivar de Deus através do Espírito Santo.

106 Para melhor compreensão deste trabalho, é importante considerar que nas igrejas evangélicas é comum se chamar a banda ou a junção das bandas da igreja de Ministério de Louvor, Ministério de Adoração ou Ministério de Música, sendo que o primeiro costuma ser o mais comum nas igrejas neopentecostais ou nas avivadas no Brasil. Buscaremos adotar também este vocabulário aqui para melhor se adequar ao universo da banda Jesus Culture.

107 Para melhor compreensão deste trabalho, pode-se considerar que quando falamos ministros de louvor, estamos nos referindo aos cantores que lideram as canções dentro dos ministérios de louvor.

No Brasil, podemos destacar o Diante do Trono, que seguiu bem o modelo da Hillsong, um igreja australiana que hoje pode ser considerada como um dos ministérios de louvor de maior expressão internacional da atualidade. Assim, com esses novos caminhos para a música cristã, o rock cristão passa a ser cada dia mais difundido e socialmente aceito nas igrejas evangélicas e, hoje, até nas católicas. Pois a música, em seus mais diversos estilos e gêneros, vai assumindo suas particularidades para permitir ao homem expressar aquilo que apenas as palavras não conseguem fazer.

O entendimento do universo e dos caminhos históricos que levam ao rock e ao rock cristão, assim como suas particularidades, nos permite compreender o contexto e as bases que seguem as bandas a serem analisadas. Com isso em mente, podemos começar a desenrolar o histórico e universo individual que as permeia para compreendermos a construção do seu imaginário, primeiramente observando o caso do U2 e em seguida do Jesus Culture.



U2

5 U2

Formado em 1976, em decorrência de um típico anúncio “procura-se músico” nos murais da escola Mount Temple, em Dublin, a banda U2 é hoje consagrada mundialmente. O grupo irlandês já lançou doze álbuns de estúdio e está na lista de artistas com maiores vendas de discos, tendo ultrapassado a marca de mais de cento e cinquenta milhões de cópias em todo o mundo. Eles também ganharam vinte e dois Grammy Awards, mais do que qualquer outra banda. A fórmula desse sucesso do rock: Adam Clayton no baixo, David Howell Evans (The Edge) na guitarra, nos teclados e no vocal, Larry Mullen na bateria e na percussão, além de Paul David Hewson (Bono Vox) no vocal e na guitarra.

No caso da banda U2, o próprio Larry reconhece¹⁰⁸: “Se há algo de especial no U2, não tem nada a ver com cada um de nós individualmente. É algo que acontece quando nos juntamos como um todo, num palco ou num estúdio. [...] Quando tocamos juntos, algo de extraordinário acontece.”

A atuação e influência da banda é hoje percebida para além da indústria fonográfica. Shows beneficentes, criação de programa promotor da migração de recursos do mercado privado para fundos de assistência social, além de militância contra a miséria são medidas que aumentam a relevância do U2 diante dos meios de comunicação em massa, repercutindo no mercado musical e reforçando a construção de sua imagem.

5.1 História inicial

A Irlanda estava acabando de nascer como país e o ambiente estava agitado. O povo estava praticamente em guerra civil com as diferenças de religião, havendo uma base Católica forte comandando essa nova nação enquanto o Protestantismo era visto como a fé dos antigos. Brigas de gangues urbanas eram comuns, estando as crianças e os jovens sendo criados nesse ambiente hostil. Nas rádios e nas vitrolas, o rock era o gênero que possuía mais apelo jovem e era o mais comum.

O contato dos membros do U2 com a música aconteceu primeiramente na infância. Quando tocava piano a avó materna de Bono quase o hipnotizava, quando ele era tão pequeno que nem conseguia enxergar as teclas; a avó materna de Adam era a pianista em uma banda; a mãe de The Edge o incentivava a ouvir música desde os dois anos, quando ele pegou agulhas de tricô e latas de biscoito para simular uma bateria; a mãe de Larry era excelente pianista concertista e lhe matriculou nas aulas de piano aos oito anos.

A Mount Temple Comprehensive School foi o cenário para que os garotos U2 se conhecessem. Ela foi a primeira escola pública multi-denominacional sob administração protestante de Dublin e seus alunos aprendiam sobre tolerância às diferenças religiosas.

Os jovens começaram a ensaiar no dia 25 de setembro do ano de 1976. Larry, o baterista, afixou o anúncio nos murais da escola, reuniu os integrantes na cozinha de sua casa e começaram a ensaiar. Contavam também com a presença de Peter Dinklage e Ivan McCormick, que logo deixaram a banda, além do irmão de The Edge e também guitarrista, o Dick. Estava formada a banda, que inicialmente chamaram de Feedback¹⁰⁹, nome escolhido sem qualquer fundamento, senão o fato de ser um termo técnico que conheciam naquela época.

Desde o início, a banda U2 foi marcada por sua paixão. Mal sabiam tocar, mas já cavavam suas primeiras plateias com apresentações intensas, sendo a primeira delas na própria

109 Retroalimentação é o nome dado ao procedimento através do qual parte do sinal de saída de um sistema (ou circuito) é transferida para a entrada deste mesmo sistema, com o objetivo de diminuir, amplificar ou controlar a saída do sistema.

escola onde estudavam, no final do mesmo trimestre em que começaram a ensaiar. Era mostra de talentos no ginásio da escola e, por mais que tivessem se dedicado, conseguiram preparar apenas duas músicas, limitados tecnicamente que eram. As impressões deles:

Bono: Subimos no palco. Eu estava tocando guitarra e quando ouvi aquele acorde em ré comecei a levitar. Quando ouvi o som daquele acorde ecoar por entre as paredes, senti que tinha ganhado o meu passaporte de liberdade [...].

Edge: [...] Houve naquele palco qualquer coisa que realmente funcionou, pois, mesmo a banda sendo um zero a esquerda, quando começamos a tocar, o nosso espírito soltou-se de uma forma muito visceral e primitiva. Se o vírus da atuação é contagioso, não há dúvidas que o pegamos naquele dia.

Larry: Lembro de ter olhado para o público e de ver o pessoal levantando e batendo palmas. Até alguns professores ficaram lá. Tive uma sensação de alívio.

Adam: [...] Durante aqueles dez minutos se abriu todo um mundo novo cheio de possibilidades. Senti uma enorme sensação de poder, por estar em frente a um público e perceber que se estabeleceu uma ligação, como se algo tivesse disparado, uma energia.¹¹⁰

Essas apresentações apaixonadas, a partir de então, tornaram-se a base para a construção da fama do U2. Independentemente da qualidade do som, os jovens músicos eram intensos e possuíam aquilo que no meio artístico é conhecido com fé cênica.¹¹¹ Para eles, a música se relacionava mais com a energia e com a tentativa de dizer algo, do que com a musicalidade característica do bom músico.

Naturalmente, a prática proporcionada pelos ensaios, além de melhorar suas habilidades, os aproximou como grupo:

The Edge: A princípio nós estávamos todos indo a lugar nenhum, e decidimos ir lá juntos. Então, algo muito especial começou a acontecer entre nós. Era um tipo de sentimento de

110 MCCORMICK, 2006, p.31 e 32.

111 Constantin Stanislavski cunhou o termo, cujo significado diz respeito à capacidade do ator de acreditar na ficção encenada ao ponto de convencer a plateia de o universo ficcional ser uma realidade para o personagem.

irmão para irmão, uma grande lealdade mútua e a confiança de que poderíamos percorrer todo o caminho. Antes de sabermos tocar, antes de conseguirmos escrever nossas músicas, antes de podermos nos apresentar, nós acreditávamos em nós mesmos como uma banda.¹¹²

Em 1977 o movimento Punk dava os primeiros passos na Inglaterra e nele o U2 teve importante suporte. Antes da primeira composição, os jovens músicos tentavam reproduzir o som de seus ídolos, algo que pertencia a outra geração. Com o punk, novas portas foram abertas, pois esse gênero musical é caracterizado pela simplicidade dos elementos musicais.

Um novo nome para a banda, nesse cenário de ascendência do punk se fazia necessário. No ensino médio os integrantes do U2 vestiam-se como punks, exceto Larry, que sofria represálias de seus pais. Nessa época, mudaram o nome da banda para The Hype, buscando adequação ao movimento punk. Além disso, Bono Vox e Edge passaram a ser assim chamados por considerarem que precisavam desenvolver uma personalidade pública diferente da que os pais dele haviam criado.

O nome U2 surgiu com o convite para participarem de um concurso de talentos, em março de 1978. Inscreveram-se como The Hype e contando com Dick na guitarra, mas de fato participaram como U2 e sem o Dick. A participação no concurso era uma oportunidade de gravarem um single e ganharem um prêmio de 500 libras.

Seguindo a tendência das bandas rock de utilizar trocadilhos nos seus nomes, o termo U2 foi uma sugestão de um amigo dos integrantes. A princípio, não causou muito envolvimento entre a banda, mas era um nome de um avião espião popularizado nos anos 60 e ainda o nome de uma linha de trem de Berlim. Além disso, significa “você também”, em inglês.

Apesar da falta de autoconfiança para que acreditassem que era possível ganhar o concurso de talentos o U2 foi consagrado campeão do concurso de talentos. Após essa conquista, pode-se considerar o U2 como uma banda com cinco integrantes, onde apenas quatro sobem ao

112 MCCORMICK, 2006, p. 51.

palco. Em maio de 1978, logo após o concurso, os rapazes fizeram contato com Paul McGuinness e com ele fecharam um contrato de 6 meses, mas que perdura até hoje.

O caminho até a gravação do primeiro foi árduo. Exceto Larry, os garotos não estavam mais no ensino médio e a pressão pra que uma carreira deslanchasse era constante, vinda de amigos e, principalmente, da família. Houve um período em que a banda quase acabou, mas, o falecimento da mãe de Larry os fez se reaproximarem e um sentimento de unidade até então inexistente veio à tona. A partir desse novo sentimento de equipe, com um empresário competente em quem confiavam e dispondo de mais habilidades musicais, o U2 inicia sua discografia.

Cada trabalho revela um pouco do que inspira o artista. O nome do álbum, a temática da turnê, tudo isso mostra o que é a banda, o que ela sente e pensa. Em sua trajetória pode-se notar que o U2 se reinventou a cada três álbuns de composições majoritariamente novas, um fenômeno resultante de sua adaptação ao ambiente.

5.2 CD's, DVD's e turnês – De 1979 a 1983

O primeiro lançamento foi o EP¹¹³ de título U2 Three, em setembro de 1979. Gravado pela CBS Records, foi lançado exclusivamente na Irlanda e possuía apenas três músicas: Out of Control, Stories for Boys e Boy/Girl. Segue a imagem:

Figura 4: Capa do EP Three (1979) – U2



Fonte: Acervo do blog U2myworld. <<http://u2myworld.blogspot.com.br/2010/11/boy.html>>. Acesso em 12 de set. 2012.

113

Extended play (EP) é uma gravação em vinil ou CD que possui de duas a oito faixas e duração de 3 a 40 minutos.

A repercussão desse EP deu ao U2 visibilidade suficiente para uma pequena turnê de uma semana pelos bares do Reino Unido, com o objetivo de assinar algum contrato com uma gravadora. Partiram para a turnê maduros e certos de que era esse o negócio em que desejavam empreender pelo restante de suas vidas. A essa altura, Bono e os rapazes começavam a perder a ingenuidade na administração de suas imagens artísticas, incrementando suas performances nos shows com teatralidade e desenvolvendo uma relação mais profissional com os contratantes.

Bono: Eu não fumava naquela época. Mas costumava acender um cigarro, e era como fumar depois de fazer sexo, no final de um momento ofegante após uma canção. [...] Então, quando as luzes se apagavam, eu começava a brincar com um isqueiro como se ele fosse um revólver. [...] Foi nessa época que eu descobri que de quinze músicas tocadas, as pessoas se lembravam de apenas alguns momentos, dois poderiam ser musicais, mas três eram dramáticos. O drama estava funcionando conosco. Era uma forma de chamar a atenção do público para a música. Ou se as músicas não fossem boas, o drama distraía o público[...].¹¹⁴

Tanto no que diz respeito ao público quanto ao seu real objetivo, a turnê foi um fracasso. Foram rejeitados por todas as gravadoras que enviaram representantes às suas apresentações e poucas pessoas compareceram às casas de show, que, nas palavras de Bono, “mais pareciam banheiros”¹¹⁵. Os membros da banda haviam tomado emprestado o dinheiro que custeou a turnê com seus pais, prometendo em troca o êxito na assinatura de contratos.

Diante do sufoco de voltar sem ter conquistado nada, os jovens tiveram uma ideia: manipular a imprensa irlandesa, que supervalorizava qualquer faísca que brilhava fora do país. A cobertura midiática desenvolvendo o conceito “U2 irrompem no Reino Unido” foi o fator que propiciou o ambiente ideal para uma turnê pela Irlanda, que terminou com uma apresentação dos jovens para 2500 pessoas na maior casa de shows de Dublin, onde apenas os grandes se apresentavam.

Durante esse show, surgiu um representante da Island Records, Nick Stewart. Ele ha-

114 MCCORMICK, 2006, p. 82.

115 MCCORMICK, 2006, p. 88.

via ignorado todos os shows da banda no Reino Unido e agora ressurgia reconhecendo a fama do U2, propondo um contrato de gravação de um álbum inteiro.

A situação determinante da assinatura do contrato revelou muito sobre os artistas. Minutos antes do show em que iam encontrar Nick para assinar o contrato, alguém deixou cair cerveja sobre o amplificador da guitarra de The Edge, estragando-o. Driblando a situação desesperadora, Bono subiu em uma coluna de concreto e convocou 100 pessoas para venerarem ao rock'n'roll e a ele. Esse senso de equipe visivelmente incrustado nos membros da banda, a criatividade e a desenvoltura de Bono, além de sua liderança audaciosa conquistaram os empresários da Island Records.

Pouco depois da assinatura do contrato, o U2 começou a trabalhar na gravação de um novo single, o 11 O'Clock Tick Tock. O single não fez sucesso, no entanto, uma nova característica do U2 surgiu durante o trabalho neste single: não queriam ser mais uma outra banda que acompanha a moda. Queriam se mostrar como uma alternativa ao estilo de vida gótico, em vigor naquele período.

Para cativar, impressionar e criar expectativa na plateia, nos cinco meses de intervalo entre o lançamento do primeiro single e do primeiro álbum, o U2 soube usar a estratégia. Em vez de agendar muitos shows na mesma cidade, priorizavam fazê-los em locais pequenos, para dar sensação de casa cheia, além de deixar muita gente sem ter conseguido assistir. Os ingressos esgotados e a experiência de estar num local apertado, onde todos se envolviam com o show eletrizante e dele saíam comentando positivamente, dava ao U2 um certo caráter exclusivo, agregando-lhe valor aos poucos.

O primeiro álbum da banda foi lançado em outubro de 1980, com o título Boy e com a fotografia de um garoto na capa e contracapa, ilustrado na figura a seguir:

Figura 5: Capa e contracapa do álbum Boy (1980) – U2



Fonte: Acervo do site Vinyl Clocks. <<http://www.vinylclocks.com/?p=9449#>> Acesso em 14 de set. de 2012.

A ideia da temática do álbum foi de Bono e surgiu ainda durante sua adolescência, devido a uma promessa que fez com um amigo de nunca envelhecerem espiritualmente. Com a possibilidade de sucesso da banda, ele pensou que poderiam perder algumas de suas qualidades e o álbum era uma forma de reivindicar um pouco dessa ingenuidade, de cristalizá-las e as manter por perto, no decorrer dos anos. Tendo isso em mente, o próprio vocalista deu a ideia da capa, aludindo à metáfora de uma fotografia incompletamente revelada. A simbologia pretendida era a do fim da angústia de adolescente, o caráter elusivo de se ser um homem, lidando com a sexualidade, a espiritualidade e a amizade.

O álbum foi gravado em Dublin, durante apenas um mês, com letras despreziosas que mais pareciam improvisadas. Com músicas experimentais, Boy tinha força e pureza:

Bono: Foi bastante divertido gravar o álbum, porque experimentamos de tudo. Viramos uma bicicleta ao contrário e usamos as rodas para percussão e tocamos nelas com garfos. Partimos garrafas para efeitos sonoros, tocamos xilofone. Foi uma aproximação criativa daquilo que é gravar o disco de uma banda de rock. O mérito é todo do Steve [o produtor musical]. O Adam e o Steve ficavam acordados fazendo experiências e depois as colocavam em prática com a gente no dia seguinte. As faixas das músicas estavam fantásticas – gravamos a bateria no fundo da escadaria e espalhamos microfones pelos quatro andares até o teto. Enquanto eles faziam a parte da bateria, eu me deitava no sofá. Gostava de ficar ali ouvindo. Por mim, teria feito o álbum só com bateria.¹¹⁶

O primeiro single U2 que conseguiu real evidência foi *I will follow you*. Contido neste álbum, a música é sobre o amor incondicional, como o que uma mãe sente por um filho. Foi interpretado pela mídia e pelos fãs como o primeiro atestado da fé cristã nutrida pelo grupo. Esse foi o som que levou o U2 a cruzar o Atlântico, aterrissando nos Estados Unidos da América como promessa de sucesso do rock.

O U2 possuía apenas um clipe: *I will follow*. Já era possível perceber a delineação da personalidade enérgica contagiante de Bono, o foco de Adam, bem como a parceria de The Edge e Larry. Filmado em cromaqui, mostrava a imagem da capa do álbum *Boy* e a banda à frente, como ilustrado na imagem a seguir:

Figura 6: Imagem do videoclipe I will follow (1980) – U2



Fonte: Acervo pessoal de Everton Dantas.

O pequeno sucesso conseguido nesse primeiro álbum rendeu uma turnê continental pela Europa e Estados Unidos. Nela, o U2 teve o primeiro contato com ícones da carreira rock:

groupies¹¹⁷, as noitadas regadas ao consumo de drogas, as facilidades proporcionadas pelo contato com pessoas influentes, por exemplo. Os rapazes da banda se dividiam: Bono, Larry e The Edge evitavam esse meio, pois tinham namoradas e seguiam a doutrina cristã; Adam e Paul, o empresário, eram adeptos da vida rockstar. Predominava a harmonia, apesar das diferenças ideológicas.

Boy não conseguiu ficar entre as top 50 nem na Europa, nem nos EUA, colocando certa pressão sobre a banda, para que fizesse um segundo álbum fenomenal. Com esse peso sobre os ombros, começaram a gravação do novo álbum.

October é o álbum onde os membros do U2 exploraram áreas ignoradas pela maioria das bandas de rock: a espiritualidade e a religião. Os primeiros singles lançados foram Fire e Gloria. Em Fire, a banda depositou muita esperança, visto que o público demonstrava aceitação quando a executavam nos shows daquele ano, antes de gravarem o disco. Embora a letra não fosse grandiosa, a melodia era inovadora e os efeitos de eco eram usados de forma prudente, diferentemente do que aconteceu em Boy. Esse single colocou o U2 no topo da lista dos maiores sucessos do Reino Unido. Por sua vez, Gloria surgiu de um momento de desespero para a banda, que estava sem energia e sem entusiasmo pelo mundo:

Bono: A música Gloria é sobre essa luta e a transformei num salmo: I try to stand up but I can't find my feet. I try to speak up but only in you I'm complete: Gloria in te domine¹¹⁸. Muito louco para alguém de 22 anos. Canto gregoriano misturado com esse salmo. Era uma música espiritual.¹¹⁹

October foi lançado em outubro de 1981, como recuperação de uma crise em que The Edge e Bono saíram da banda. Ele e Bono estavam bastante envolvidos com uma comunidade religiosa chamado Shallom, que promovia uma forma de vida radicalmente cristã. Os membros dessa comunidade questionavam a relação entre a fé cristã e o estilo de vida no rock'n'roll e exigiam dos

117 Pessoas em busca de intimidade com músicos, geralmente garotas que perseguem as bandas.

118 U2. Gloria (Em U2. October: Island Records. 1981. Lado A de disco sonoro. Faixa 1. 4 min 14 s.)

119 MCCORMICK, 2006, p. 114. - Eu tento ficar em pé, mas não acho meus pés. Tento falar, mas só em você me completo. Glória em você, Senhor. (T. L. A.)

rapazes uma atitude decisiva.

Bono: Por vezes, temos que renunciar as coisas que gostamos para que as possamos ter. Sem querer parecer muito melodramático, é como Abraão que espera toda a vida por um filho e depois Deus diz que sacrifique Isaque. É das passagens mais cruéis da Bíblia. [...] As ideias espirituais que pairavam no ar naquele momento eram muito profundas, muito pesadas. Cristo dizendo: "Quem quer achar a sua vida perdê-la-á." É muito extremo. [...] Não queria que nada na minha vida interferisse entre mim e Deus, incluindo a música. [...] Alguns anos mais tarde compreendi de melhor forma tudo isso. Quando nos agarramos a algo com muita força, é como se já a tivéssemos perdido. Essa foi uma daquelas profundas verdades espirituais que levei muitos anos para descobrir. Ficamos fracos quando queremos muito alguma coisa. Quando renunciamos dela, nos tornamos muito mais fortes.¹²⁰

No álbum *October*, ilustrado abaixo, é que o U2 assumiu desejar seguir com sua carreira onde fosse preciso, quebrando todas as regras da moda e sendo emocionalmente crus e honestos. Essa era a forma deles provarem a si mesmos que não poderiam ser subornados pela ambição, e que era absolutamente falso sugerir que uma pessoa não poderia ter uma vida espiritual legítima estando no mundo do rock'n'roll.

120 MCCORMICK, 2006, p. 121.

Figura 7: Capa e contracapa do álbum October (1981) – U2



Fonte: Acervo do site Vinylclocks. <<http://www.vinylclocks.com/?p=9440>> Acesso em 14 de set. de 2012.

A essa altura, a música do U2 exterioriza o gênero New Wave¹²¹. A Island Records não gostou das alterações estilísticas encontradas no álbum e nem da capa, opondo-se. Porém o U2 tinha resguardado contratualmente tais direitos e lançaram o disco como planejaram. A mensagem pretendida com a música título do álbum era a perda da inocência, o outono, as folhas caindo das árvores e o lado humano de uma pessoa sendo verdadeiramente exposto. Um clima melancólico revelado na seguinte letra da música October:

121

Gênero musical caracterizado pela incorporação de elementos da música eletrônica, da música experimental, do modernismo e do disco.

*October and the trees are stripped bare
Of all they wear.
What do I care?*

*October and kingdoms rise
And kingdoms fall
But you go on
And on.¹²²*

A venda de October indica que este é o álbum menos popular do U2. Apesar da pequena aceitação, o disco ocupou a 41ª posição no ranking da CCM Magazine¹²³, no ano de 2001, na lista dos maiores álbuns de música cristã de todos os tempos.

Em 1980, o conceito televisão da música ainda era pouco explorado e os videoclipes eram raros. O U2 filmou o clipe para Gloria em Docklands, lugar de inspiração para as composições do álbum, simulando um show numa barça, trajando o seu costureiro visual punk rock anos 80. Apesar do baixo budget, o clipe teve alta receptividade e visibilidade, pois sempre era transmitido pela MTV, ainda iniciante na época e detentora dos direitos de veiculação de poucos vídeos. A figura a seguir ilustra um frame do videoclipe:

122 U2. October (Em U2. October: Island Records. 1981. Lado B de disco sonoro. Faixa 2. 2 min 21 s.)

“Outubro e as árvores estão despidas de tudo que usam. O que me importa? Outubro e reinos ascendem. E reinos caem. Mas você continua e continua”. (T. L. A.)

123 Christ. Community. Music (Cristo. Comunidade. Música) era uma publicação da Salem Publishing voltada para a música cristã com periodicidade mensal, de 1978 a 2008. Atualmente, são disponibilizadas apenas quatro versões por ano, exclusivamente online.

Figura 8: Videoclipe da música Gloria (1981) – U2



Fonte: Acervo de Everton Dantas.

Ironicamente, as letras do álbum seguinte da banda, *War*, foram escritas na lua-de-mel de Bono Vox e Alison Stewart (Ali), na Jamaica. Foi lançado em fevereiro de 1983.

O novo trabalho do U2 caracterizou a banda como pacifista. Nas letras, o discurso era

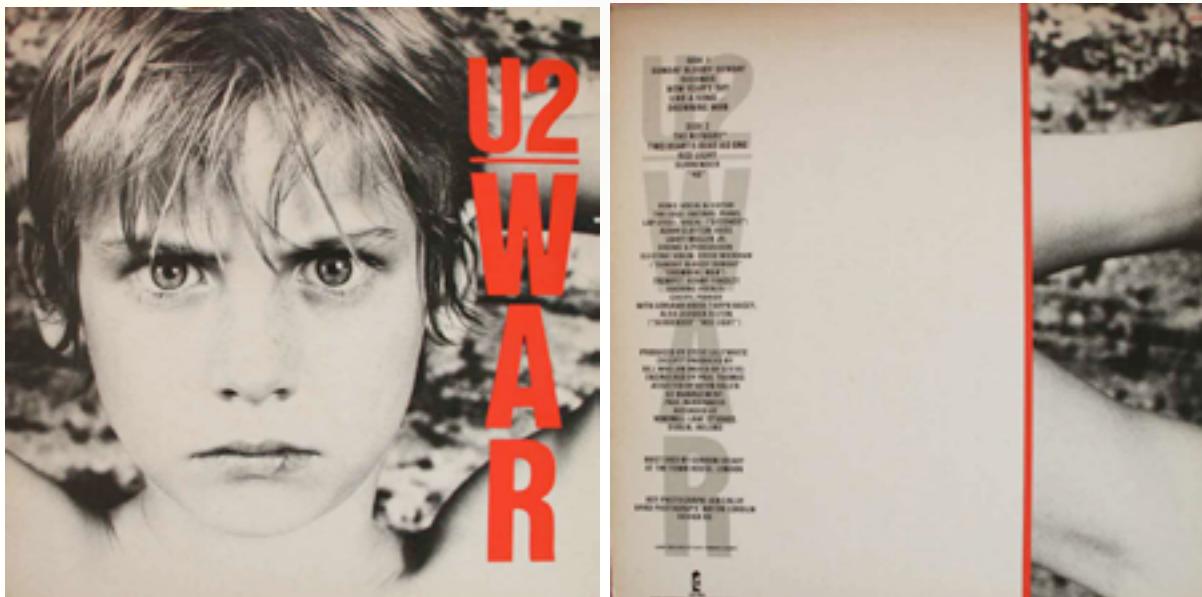
político, centrado nos aspectos físicos da guerra, nas sequelas emocionais e na alienação que dava condições para a existência das guerras. Parecia adequado ao U2 ter o pacifismo como tema, pois o álbum foi lançado dez anos após o Domingo Sangrento, ataque que dissolveu uma manifestação pacífica em favor dos direitos civis, na Irlanda do Norte. A música Sunday, Bloody Sunday, no ex-certo a seguir, é o carro-chefe, destacando-se também New Year's Day e 40.

*And it's true we are immune
When fact is fiction and TV is reality
And today the millions cry
We eat and drink while tomorrow they die
The real battle just begun
To claim the victory Jesus won
On a sunday, bloody sunday¹²⁴*

War, cuja capa está ilustrada a seguir, foi o primeiro sucesso comercial do U2.

124 U2. Sunday, Bloody Sunday (Em U2. War: Island Records. 1983. Lado A de disco sonoro. Faixa 1. 4 min 38 s.) “É verdade que somos imunes quando o fato é ficção e a TV é realidade. E hoje milhões choram. Nós comemos e bebemos enquanto amanhã eles morrem. A verdadeira batalha apenas começou, para reivindicar a vitória que Jesus conquistou em um domingo, sangrento domingo”. (T. L. A.)

Figura 9: Capa do álbum War (1983) – U2



Fonte: Acervo do site Vinylclocks. <<http://www.vinylclocks.com/?p=9412>> Acesso em 15 de set. de 2012.

O novo álbum permitiu ao U2 mostrar um som mais rígido e cru. O som apresentado anteriormente associava o U2 aos estádios, então a banda preferiu minimizar essa possibilidade e trazer as pessoas de volta à realidade, por isso retiraram o efeito eco, imprimindo uma aparência de som escutado nas ruas.

New Year's Day foi um hit que esteve no topo das paradas musicais no Reino Unido e esse sucesso inspirou a gravação de um clipe. War ficou conhecida, tornando-se rapidamente a número um nos gráficos ingleses. Nesse álbum, a banda começou a se preocupar com o design e a coerência visual da sua turnê. Eles contrataram um profissional que trouxe o projeto simples, porém muito distinto, que destacava as três bandeiras brancas.

Adam: Eu não conseguia entender muito bem o conceito da bandeira branca - pacifismo militante. Talvez dissesse mais sobre nós do que pensávamos: somos os “fazedores do bem” do mundo da música, e acreditamos tanto no que estamos fazendo que ficaremos de pé em frente a uma bandeira branca.¹²⁵

A bandeira branca era um símbolo conectado com o álbum. Quando os músicos tocavam Surrender, Bono pegava a bandeira, levava para bem perto do público e incentivava a multidão a cantar com ele. Elas, ilustradas na figura a seguir, se tornaram uma grande característica da turnê, assim como o fenômeno das pessoas cantarem acappella o refrão de 40: “*How long to sing this song? How long to sing this song?*”.

Figura 10: Bandeiras da turnê War



Fonte: Acervo do site Wikispaces. <<http://mrdswikip.wikispaces.com/War+-+U2>> Acesso em 15 de set. de 2012.

Outro momento diferencial desta turnê acontecia no número Electric Co. Nesse momento, a banda improvisava, tocando trechos de músicas de outras pessoas enquanto o Bono desaparecia, reaparecendo no meio do público:

Bono: Era uma maneira de chamar a atenção do fundo da multidão, que estaria provavelmente apenas bebendo cerveja, comendo cachorro-quente, conversando com suas namoradas, tentando ver algumas formigas no palco. “Olhe, ele escalou o palco e agora está correndo pelo teto. Olhe!”¹²⁶

O vocalista do U2 demonstrava cada vez mais maestria sobre a imagem artística da banda. Nos Estados Unidos, depois da boa recepção da turnê *Boy*, decidiram investir massivamente na filmagem de um show em Red Rocks, Colorado, um anfiteatro natural muito fotogênico situado nas montanhas. Os preparativos estavam encaminhados, mas começou a chover no dia, para a infelicidade do U2 e desespero da equipe. Para não perder todo o investimento feito, os rapazes deram entrevistas motivadoras dizendo que tinham certeza de que a chuva cessaria quando comessem a tocar e convocaram todos os realmente fãs a irem àquele show, apesar de prometerem uma segunda apresentação num local fechado em respeito aos que não quisesse enfrentar o clima. No final, a chuva cessou e o clima frio remeteu ao da Irlanda, o que aproximou o público entre si e também da realidade do U2.

Bono: Eu acho que é isso que eu realmente amo no rock n´roll, a espontaneidade e o espírito disso, mas eu também amo a estratégia, a ilusão, a fumaça e os espelhos, o aspecto xamanístico. É uma grande sacola com todos os tipos de motivações, e no final você acaba com magia.¹²⁷

Filmar em Red Rocks custou trinta mil dólares para o U2. Era a primeira turnê que iriam conseguir algum dinheiro e esse era todo o dinheiro que ganhariam. Aquilo foi um divisor de águas, pois agora podiam dizer que haviam chegado em um ponto em que poderiam ser considerados competidores, pois investindo na própria imagem.

A primeira turnê no Japão, no final de 1983, obrigou o U2 a colocar as coisas em perspectiva. Agora eles eram uma banda famosa, mas a empolgação que os japoneses exibiam parecia

126 MCCORMICK, 2006, p. 140.

127 MCCORMICK, 2006, p. 142.

incompreensível:

Isso era o mais perto do errado que você poderia ir e eu estava tentando buscar dentro de mim, me perguntando: por que eu não estou gostando disso? Por que eu me sinto tão mal? Isso deveria ser divertido. Eu supunha que eram apenas barreiras culturais, não sendo acostumado com quão ridículo é o sucesso e procurando achar minhas respostas para isso, que era ficar no caminho e escrever uma música sobre o Martin Luther King, coisa que fizemos.¹²⁸

A banda temia que, após o rock ostensivo de seu álbum *War*, eles estivessem em perigo de se tornar somente uma referência de banda de arena rock. Em 1983, o U2 lança *Under a Blood Red Sky*, o álbum ao vivo da turnê *War*, e também o VHS *Live at Red Rocks*. O sucesso de venda desses produtos lhes deu uma margem financeira e artística para se renovarem.

5.3 CD's, DVD's e turnês – De 1984 a 1988

Os três primeiros álbuns foram produzidos por Steve Lillywhite e tanto ele como o U2 chegaram à conclusão de que era hora de avançar. Brian Eno e Daniel Lanois foram os nomes escolhidos para dar início à fase americana da banda. Os trabalhos para o álbum seguinte começaram no Havaí, com pensamentos sobre a crueldade do homem para consigo mesmo e inspirações resultantes de leituras de Bono sobre Martin Luther King, Jr.

A gravação do álbum começou no início de maio de 1984. Atmosférico e arrebatador, *The Unforgettable Fire* foi a mudança de estilo musical mais dramática da banda, até então. O tema do álbum relacionava-se com a morte: a cisão nuclear, a matéria-prima de uma central elétrica ou das armas de destruição em massa. O título evoca aos atentados nucleares às cidades japonesas de Hiroshima e Nagasaki.

Como suporte ao álbum, a banda promoveu a turnê de *The Unforgettable Fire*. O desafio era trazer para ambientes internos às músicas do álbum, que foram feitas para arenas.

Em julho de 1985, o grupo participou do Live Aid, um concerto no Estádio de Wembley que teve o objetivo de arrecadar fundos em prol dos famintos da Etiópia. A performance do U2 foi bastante elogiada, mostrando para uma audiência de milhões de pessoas a conexão pessoal que Bono era capaz de fazer.

O U2, nesse mesmo ano, foi capa da revista *Rolling Stone* como a “Banda dos Anos 80”. Isso se deve à banda, mas também aos seus fãs:

Bono: Eles eram realmente ativos, foi então que eu percebi que o nosso público é muito mais consciente do que vários outros. Existe uma diferença entre uma agitação rebelde, em prol de um movimento anti-tudo e o conceito de protesto construtivo que eu acredito que nosso público estava abraçando com tanta vontade. Havia uma grande quantidade de fãs do U2 no Live Aid. Eles estavam na América, eles estavam em todo lugar. Quando, mais

tarde, começamos a Amnesty International tour, o número de membros dobrou com o nosso público. Eu acho que uma nova vontade de causar uma mudança efetiva no mundo estava crescendo entre os fãs de música, e o nosso público estava na liderança. Fosse no Live Aid, no movimento antiapartheid ou na Amnesty International, a música agora era vista como uma força unificadora, uma espécie de cola que estava construindo um novo eleitorado político.¹²⁹

Dando continuidade a essa corrente beneficente, a turnê Conspiracy Of Hope, em 1986, merece destaque pelo mérito altruísta. Foi uma pequena turnê de seis shows beneficentes em nome da Anistia Internacional. U2, Peter Gabriel, Sting, algumas vezes com o The Police, Lou Reed e alguns outros, Jackson Browne, Bryan Adams, The Neville Brothers e Joan Baez foram nomes que compuseram esse espetáculo sem fins lucrativos para aumentar a consciência mundial acerca dos direitos humanos.

Edge: [...] Nós terminávamos os shows na maioria das ocasiões, o Sting tocava antes da gente. Em Nova York, o The Police deveria terminar o show, mas no último minuto eles disseram que queriam que a gente acabasse o show. Então teve um tipo de cerimonial para trocar as guitarras. Nós tocamos com os instrumentos deles.

Bono: [...] Quando eles nos deram os seus instrumentos, eu interpretei isso como um grande ato de generosidade da parte deles, porque nós éramos os moleques mais novos, teimosos, com aquele horrível desrespeito que se tem com pessoas mais velhas. Quando eles entregaram seus instrumentos, foi muito emocionante pra eles. Eu acho que estava muito claro nos olhos do Sting que ele não iria nunca mais tocar em uma banda. Eles se reuniram para essa turnê e foi só isso. Esse foi um grande momento, como a passagem de uma tocha.

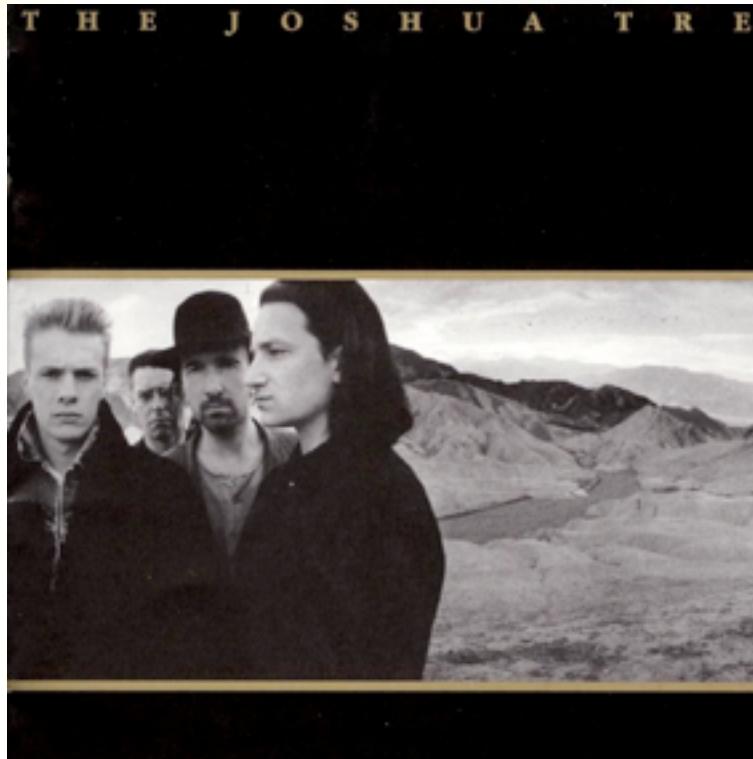
Um dos triunfos da turnê foi conseguir, através de toda influência e pressão da mídia, a libertação da prisão do grande líder e cantor nigeriano Fela Kuti. Ele foi preso pelas autoridades nigerianas em alguma armação sobre uma suposta evasão de impostos. Na verdade, isso foi uma tentativa de silenciá-lo, mas acabaram libertando-o antes do final da turnê, que contou com sua participação especial. Fela Kuti foi o primeiro de vários prisioneiros políticos que foram bem suce-

129 MCCORMICK, 2006, p. 168.

didos em obter a sua liberdade e essa turnê foi o ponto de partida para a associação do U2 com a Anistia Internacional.

Após a turnê Conspiracy of Hope, começaram a trabalhar no álbum que se tornou o maior sucesso: The Joshua Tree. Lançado em 1987 e tendo ultrapassado hoje a marca dos vinte e cinco milhões de cópias vendidas, foi o primeiro disco do U2 a atingir o topo das paradas americanas. A capa do álbum, mostrado na figura a seguir, foi campeã na escolha popular dos leitores da Revista Rolling Stone daquele ano, além disso, os críticos desta mesma revista aclamaram The Joshua Tree como o segundo melhor álbum do ano. Eles também ganharam o Grammy de melhor performance de um grupo ou duo de rock.

Figura 11: Capa do álbum The Joshua Tree (1987) – U2



Fonte: Acervo do site Vinyllocks. <<http://www.vinyllocks.com/?p=8448>> Acesso em 15 de set. de 2012.

Nesse disco o U2 deixou de ser visto como uma banda promissora para passar a ser uma banda consagrada. O próprio Bono assumiu que, embora engajadas, as letras dos discos anteriores demonstravam o medo de ser julgado que ele possuía. Com o respeito conquistado diante dos fãs e da mídia, o U2 falou mais abertamente nesse disco, dessa vez de forma mais crítica, especialmente em *Bullet The Blue Sky* que condenava as intervenções militares americanas em países como El Salvador. Bono também se mostrava solidário aos problemas de outras nações, pois *Mothers Of The Disappeared* falava sobre as mães dos mortos pelas ditaduras do Chile e Argentina.

Red Hill Mining Town aludia à greve dos mineiros britânicos de 1984.

Em 1988, a banda lançou o sexto álbum, *Rattle and Hum*, além de um documentário, numa tentativa de eternizar o momento em que viviam. Tanto o documentário quanto o álbum, contaram com gravações ao vivo, covers e músicas novas da época, com a presença de B.B. King e Bob Dylan. O álbum marcou por causa da qualidade das canções e continuou o sucesso comercial do U2.

A turnê promotora de *Rattle and Hum* foi chamada de *Lovetown Tour*. Ela foi mundial e passou pela Austrália, Nova Zelândia, Japão e Europa. Depois dela, uma pausa era necessária, já que o U2 se tornou uma das maiores bandas do planeta em dez anos. Se por um lado eles tinham a adoração incontestada de milhares de fãs, por outro também conviviam com críticas da imprensa que se mostrava meio intolerante com os acessos de Bono e suas tentativas de conscientizar o planeta. Ao mesmo tempo, o mundo mudava vertiginosamente: a União Soviética, o Muro de Berlim e todo o comunismo do leste europeu caíram, assim como as ditaduras latino americanas.

5.4 CD's, DVD's e turnês – Nos anos 90

O futuro parecia novo como nunca e, no âmbito pessoal, algumas mudanças aconteceram na vida da banda. The Edge separou-se da esposa, Adam foi preso por ter haxixe em seu carro e Bono foi pai pela segunda vez. Na composição do novo álbum, meses se passavam e nada parecia surgir. Bono e The Edge queriam levar o grupo para uma nova direção: a da música eletrônica e do rock alternativo, enquanto Adam e Larry Mullen preferiam fazer algo mais próximo do som que os consagrou.

O sétimo álbum de estúdio da banda foi chamado de Achtung Baby ilustrado a seguir:

Figura 12: Capa do álbum Achtung Baby (1991) – U2



Fonte: Acervo do site Tenho Mais Discos Que Amigos. <<http://tenhomaisdiscosqueamigos.virgula.uol.com.br/2011/06/27/u2-prepara-relancamento-do-achtung-baby/>> Acesso em 15 de set. de 2012.

O mosaico na capa do álbum representa o meio-ambiente na década de 90, a situação do mundo e da Europa após a queda do muro de Berlim. Achtung é uma palavra alemã que significa atenção e foi usada porque o objetivo do álbum era chamar a atenção, fazendo referência à Alemanha e à queda do muro de Berlim.

O álbum foi lançado em novembro de 1991, com musicalidade diferente incorporando influências de rock alternativo, além de música industrial e dance music. Pela primeira vez na

história do U2, disponibilizou no formato CD já no lançamento. Foi o primeiro álbum de alcance mundial a utilizar embalagens eco-friendly, que utilizam menos plástico, hoje conhecidas como Digipak.

O maior sucesso foi a canção *One*, que surgiu de um repente de inspiração que acalmou os ânimos da banda, já decepcionada com a falta de criatividade para compor as músicas de *Achtung Baby*. Todos os royalties do single desta música, lançado em fevereiro de 2002, foram doados para a investigação de portadores de AIDS. Essa iniciativa a constituiu como uma canção de caridade, apesar de falar sobre problemas de relacionamento e separação:

*Did I disappoint you or leave a bad taste in your mouth?
You act like you never had love and you want me to go without.
Well, it's too late tonight to drag the past out into the light.
We're one, but we're not the same.
We get to carry each other, carry each other... one*¹³⁰

Tematicamente, o álbum é mais irreverente do que os trabalhos anteriores da banda e, esteticamente, demonstra uma gama de elementos europeus, como o humor ácido e crítico. *Achtung Baby* e sua turnê multimídia, *Zoo TV Tour*, realizada em 1992, reinventaram o grupo na década de 1990, substituindo a imagem séria por uma imagem mais leve e irônica. Foi o momento de voltar às raízes performáticas das primeiras apresentações, evoluindo-as. Nos shows, Bono inventava personagens e se comportava como um showman, ligando para políticos e autoridades, deixando mensagens e críticas nas suas secretárias eletrônicas. Nos anos seguintes, os críticos aclamaram a turnê como uma das excursões mais memoráveis na história do rock.

Paul: Todos estavam falando sobre a nova Europa e as novas democracias. Era um tempo de grande imaginação política. A televisão via satélite também era nova, as pessoas conversavam sobre conceitos como “a nova mídia” e “convergência”. As pessoas estavam

130 U2. *One* (Em U2. *Achtung Baby*: Island Records. 1991. Lado A de disco sonoro. Faixa 3. 4 min 36 s.) “Eu te decepcionei? Ou deixei um gosto ruim na sua boca? Você age como quem nunca teve um amor e quer que eu continue sem nenhum. Bem, é muito tarde para trazer o passado à tona, esta noite. Somos um, mas não somos os mesmos. Temos que carregar um ao outro” (T. L. A.)

fazendo previsões que os computadores e os satélites iriam levar informações a todas as pessoas e as fronteiras iriam desaparecer. Muito disso era sem noção, mas tecnicamente o que você podia fazer no palco mudou.¹³¹

Achtung Baby foi o primeiro álbum da banda em três anos e seu material inteiramente novo em mais de quatro anos. O grupo se manteve discreto após o lançamento do disco, evitando entrevistas e esperando a formação da opinião pública, além da opinião dos críticos. Era um novo U2 se comunicando, depois da superexposição da figura de Bono e do seu ativismo nos trabalhos anteriores.

O sucesso de Achtung Baby e a turnê Zoo TV restabeleceu o U2 e sua popularidade. O grupo teve desempenho excelente nas enquetes dos leitores da Rolling Stone, no final de 1992, ganhando o troféu de Melhor Single (One), Artista do Ano, Melhor Álbum, Melhor Compositor (Bono), Melhor Capa de Álbum, Retorno do Ano, dentre outros. No 35º Grammy Awards, em 1993, Achtung Baby ganhou um Grammy Award de Melhor Performance de Rock por um Duo ou Grupo com Vocais, e Lanois e Eno ganharam o troféu de Melhor Produtor do Ano, Não-clássico.

Achtung Baby foi o despertar de todos os membros do U2 como celebridades. Eles decidiram se divertir sendo outras pessoas, ou pelo menos outras versões deles mesmos, protegidas pelas máscaras e personagens. Muitas pessoas acharam que o U2 havia perdido aquela sua seriedade inicial, porque agora estavam vestidos de forma irreverente e cafona, portando-se da forma exibicionista típica de estrelas do rock.

Larry: As pessoas achavam que nós tínhamos abandonado o nosso passado. Realmente, nós tínhamos abandonado as nossas próprias inseguranças. Essa foi provavelmente a coisa mais política que nós já tínhamos feito.¹³²

O que aconteceu foi a evolução de um produto. A Zoo TV foi entendida mundo afora como uma nova categoria de apresentação, pois utilizou-se do surgimento do vídeo como um ele-

131 MCCORMICK, 2006, p. 235.

132 MCCORMICK, 2006, p. 237.

mento criativo. Na turnê, a experiência com a marca U2 foi desenvolvida, extrapolando para além do contato sonoro e visual, mas também para a interatividade. Isso porque uma das possibilidades para os espectadores era filmar vídeos em cabines disponibilizadas nos locais dos shows antes deste começar e transmiti-los nos telões, durante o show. Críticos de arte, de arquitetura, estudiosos de comunicação, dentre outros, tinham nesse fenômeno material para estudo.

A nova turnê elevou o U2 a um grupo de elite que incluía apenas Pink Floyd e The Rolling Stones, bandas tradicionais, musicalmente inovadoras e grandes investidoras em shows grandiosos e inseridos num conceito:

Paul: Eu me lembro de assistir a um dos shows [do U2] com o Mick Jagger. Ele se virou para mim e disse, "Isso vai ser como o 'Guerra nas Estrelas'. Se você faz alguma coisa tão grande quanto isso, nós teremos que fazer ainda melhor". De certa forma ele estava certo, porque a partir daí o público não iria aceitar uma banda em uma caixa preta com um pouco de aço e uma lona sobre as suas cabeças e painéis brancos com algumas imagens ao lado do palco.

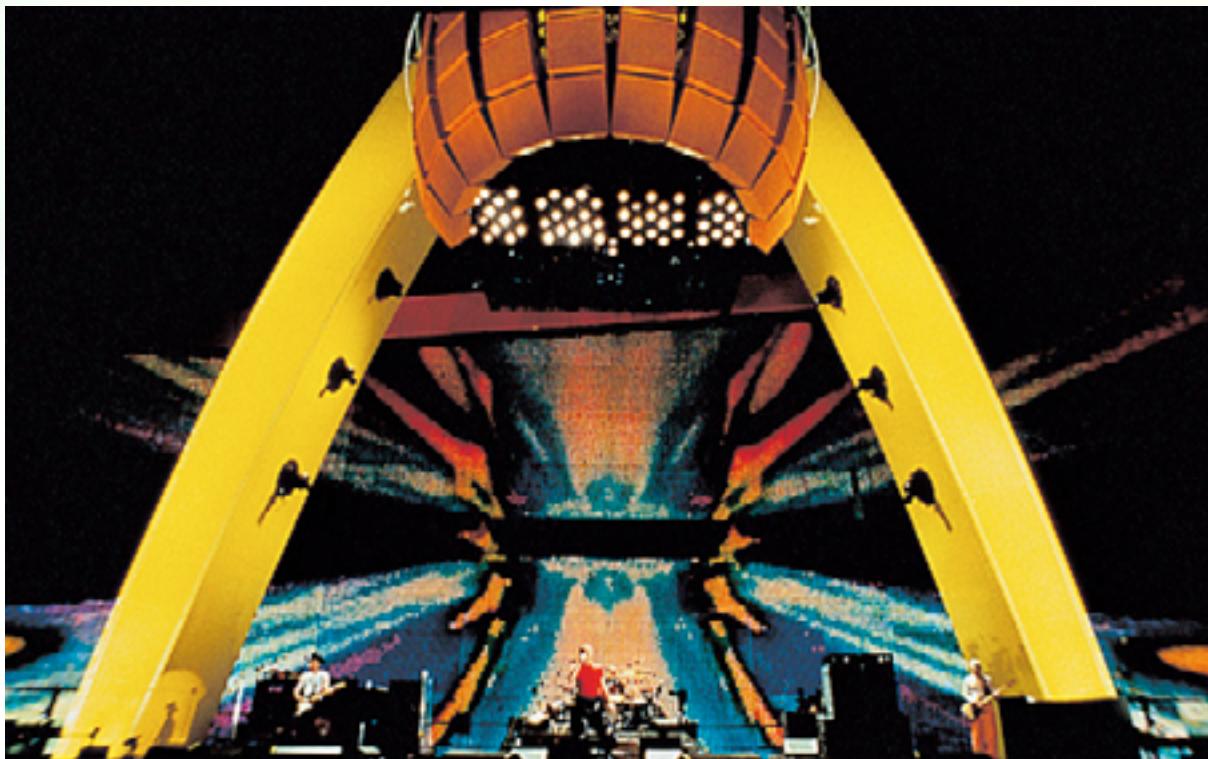
Em julho de 1993 o U2 lança Zooropa, o álbum gravado para aproveitar a empolgação de Zoo TV. O disco mais experimental da banda, foi gravado entre os intervalos da turnê e é fruto de um momento em que os integrantes da banda estavam completamente focados no trabalho.. A rotina, durante um mês era: acordar, cerca de duas horas de voo para os shows, voltar para Dublin, aproximadamente meia noite, e ir para o estúdio compor e gravar.

Zooropa é eletrônico, com tendências no rock industrial. Inicialmente, seria um EP, mas o grupo decidiu ampliar o projeto. Recebeu críticas geralmente positivas, figurando como um dos trabalhos mais criativos do U2.

O álbum Pop foi lançado, já em 97, mas seu resultado foi pouco expressivo, pois tiveram de acelerar a gravação do álbum para que estivesse nas lojas antes do início da turnê que o promoveria, a PopMart. Ela assemelhou-se com a Zoo TV Tour, uma vez que a banda abraçou imagem e performances irônicas. Nessa turnê desviaram-se completamente das performances anteriormente fervorosas da década de 80. A banda se apresentou em trajes que, junto com a ceno-

grafia, zombaram dos temas do consumismo e da cultura pop.

Figura 13: Palco da PopMart tour (1997) – U2



Fonte: Acervo do site U2.com. <<http://www.u2.com/gallery/index/index/galleryID/3>> Acesso em 15 de set. de 2012.

Nesta turnê, o U2 fez um show em Sarajevo, capital da Bósnia e Herzegovina. O concerto era uma forma de protestar contra as guerras e chamou a atenção do mundo inteiro, uma vez que foi o primeiro grande evento lá realizado após o mais longo cerco da história da guerra moderna, lá acontecido.

5.5 CD's, DVD's e turnês – Século XXI

Um novo milênio começava e a inspiração era de voltar às suas origens. Um retorno à tradição indoor da banda, bem como às suas raízes musicais, é proposto em *All That You Can't Leave Behind*. O trabalho, lançado em outubro de 2000, foi bem recebido e aclamado pela crítica, contando com sucessos como *Elevation* e *Beautiful Day*. O disco conquistou sete Grammy's para a banda.

A capa do álbum é uma fotografia feita por Anton Corbijn no aeroporto internacional parisiense Charles de Gaulle. Ao contrário das cores vibrantes das capas de discos dos anos 90, a capa de *All That You Can't Leave Behind* é monocromática, revelando um amadurecimento da imagem da banda. A capa pode ser visualizada na imagem a seguir:

Figura 14: Capa do álbum All That I Can't Leave Behind (2000) – U2



Figura: Acervo do site U2.com. <<http://www.u2.com/discography/index/album/albumId/4013/tagName/albums>> Acesso em 15 de set. de 2012.

A turnê de divulgação do álbum recebeu o nome Elevation Tour. Realizada em ambientes fechados, a turnê incluía um palco onde os artistas podiam ter bastante contato com o público, como na figura a seguir:

Figura 15: Palco da Elevation Tour (2001) – U2



Fonte: Acervo do site U2.com. <<http://www.u2.com/gallery/index/index/galleryID/22>> Acesso em 15 de set. de 2012.

Os dois últimos trabalhos da banda seguiram a linha traçada por *All That I Can't Leave Behind*. Musicalmente não há surpresas, mas também não há decepções. De *How to Dismantle an Atomic Bomb*, até *No Line On The Horizon*, verifica-se o maior espaço de tempo sem uma produção do U2.

O destaque do período é a turnê de divulgação do álbum *No Line On The Horizon*. Intitulada 360°, ela estabeleceu o recorde de maior turnê da história, tanto em bilheteria quanto em público. O nome surgiu da configuração do palco, uma garra que permite a completa visualização do público, ilustrado a seguir:

Figura 16: Palco “The Claw”, da 360° Tour (2009) – U2



Fonte: Acervo do site do U2. <<http://www.u2.com/tour>> Acesso em 15 de set. de 2012.

Figura 17: Palco “The Claw”, da 360° Tour (2009) II – U2



Fonte: Acervo do site do U2. <<http://www.u2.com/tour>> Acesso em 15 de set. de 2012.

5.6 Utilização de outras mídias

5.6.1 Site

Figura 18: Home do site U2.com



Fonte: <U2.com> Acesso em 17 de set. de 2012.

O site é uma fonte oficial de conteúdo do U2. Mantido pela empresa Live Nation, que também tem contrato com Christina Aguilera, Madonna e Jay-Z, o site não só é uma vitrine do U2, mas um espaço para interatividade. Além de permitir acesso à produção do U2, o site viabiliza o contato dos fãs entre si.

Há duas opções de associação: assinatura paga e gratuita. Na versão paga, que custa cinquenta dólares, o associado pode acessar informações exclusivas como videoclipes, músicas e entrevistas, bem como inserir-se na maior comunidade de fãs da banda, de acordo com o próprio site. Outras vantagens são o domínio de email “seunome@U2.com” e os 25% de desconto em qualquer produto adquirido na U2Shop, uma seção de compras de artigos do U2 também disponível no site. Na versão gratuita, integrada ao Facebook, o associado recebe notícias automaticamente na mídia social, além de ter desbloqueadas algumas possibilidades de interação no site U2.com.

Incentivo à escolha dos melhores singles e à análise dos álbuns, além das vantagens da associação paga estão em destaque no site, por meio de banners estáticos, na parte superior e abaixo das tags para as seções. As últimas quatro notícias, as fotos enviadas recentemente pelos fãs e seus comentários também estão expostos e atualizados automaticamente. Há ainda uma enquete perguntando qual música da turnê 360° os fãs ainda não se cansaram de ouvir.

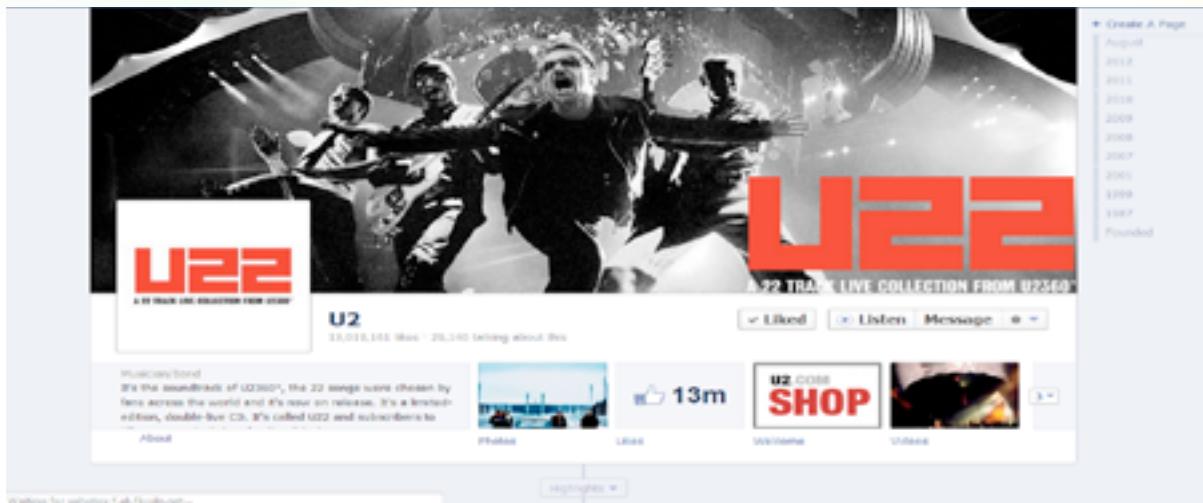
O site dispõe dos seguintes conteúdos:

- News – notícias relacionadas ao U2 em geral, não apenas aos seus shows. Como exemplo, uma notícia sobre a premiação de Aung San Suu Kyi, Embaixadora da Consciência. É possível assinar o RSS.
- Tours – fotos, vídeos, agenda e demais informações relacionadas às turnês.
- Gallery – onde são disponibilizadas fotos relacionadas ao U2, resultados de promoções feitas com os fãs, dentre outros.
- Discography – capas, encartes, ficha técnica, letras das músicas e uma breve análise de cada álbum e single do U2 estão nessa seção, além dos DVDs.
- Hearts + Minds – visando a divulgação e o envolvimento das pessoas que acessarem o site, essa seção relata os programas sociais aos quais o U2 está relacionado.
- Timeline – um breve histórico da banda.

- Community – espécie de mídia social para os fãs do U2. São disponibilizados os links para os perfis oficiais da banda no Facebook, Twitter, MySpace e iLike.
- U2 Shop – onde é possível adquirir os artigos do U2, alguns deles distribuídos apenas por este canal.

5.6.2 Facebook

Figura 19: Página do U2 no Facebook



Fonte: <<http://www.facebook.com/u2>> Acesso em 17 de set. de 2012.

Mais de treze milhões de pessoas curtiram a página desde sua criação, em 2007. É um canal dinâmico e interativo que condensa muita informação sobre a banda, sendo atualizado numa frequência quase diária.

Por viabilizar o compartilhamento de links, o conteúdo é abundante e diversificado. As

fotos e os vídeos são os elementos mais comuns e não possuem uma orientação quanto à temática. Fala-se das atualizações e participações do U2 na mídia, compartilha-se conteúdo da vida pessoal dos artistas, além das novidades envolvendo projetos de cunho social. Quando em turnê, a maioria do conteúdo disponibilizado se relaciona à cidade em que vai acontecer o show, como se o objetivo fosse o de gerar expectativa.

A página do U2 utiliza esse espaço adequado para a interatividade promovendo promoções, divulgando eventos e ações. Uma promoção premiou com um carro do modelo Trabant estilizado com o tema do álbum Achtung Baby, a melhor foto submetida por um fã que tivesse curtido a página. A foto deveria representar o meio-ambiente nos dias de hoje, como outrora a capa de Achtung Baby representou as mudanças no mundo e na Europa dos anos 90, após a queda do muro de Berlim. Dezesesseis fotos foram as finalistas, quinze por escolha dos avaliadores, uma por votação dos fãs. Estas fotos compuseram um novo mosaico que foi veiculado no site U2.com e na página do Facebook, além disso, seus autores ganharam uma edição de luxo da banda, uma câmera digital e a cópia do mosaico.

Figura 20: Carro que premiou o ganhador da promoção



Fonte: <http://www.facebook.com/u2/app_171350439587> Acesso em 17 de set. de 2012.

5.6.3 Twitter

Figura 21: Twitter oficial do U2



Fonte: <<https://twitter.com/u2com>> Acesso em 17 de set. de 2012.

Mesmo sendo uma das bandas mais famosas de todos os tempos, o U2 tem pouco mais de setenta e oito mil seguidores, configurando certa impopularidade nessa mídia social. Por exemplo, Radiohead tem mais de setecentos mil seguidores e Lady Gaga, quase trinta milhões.

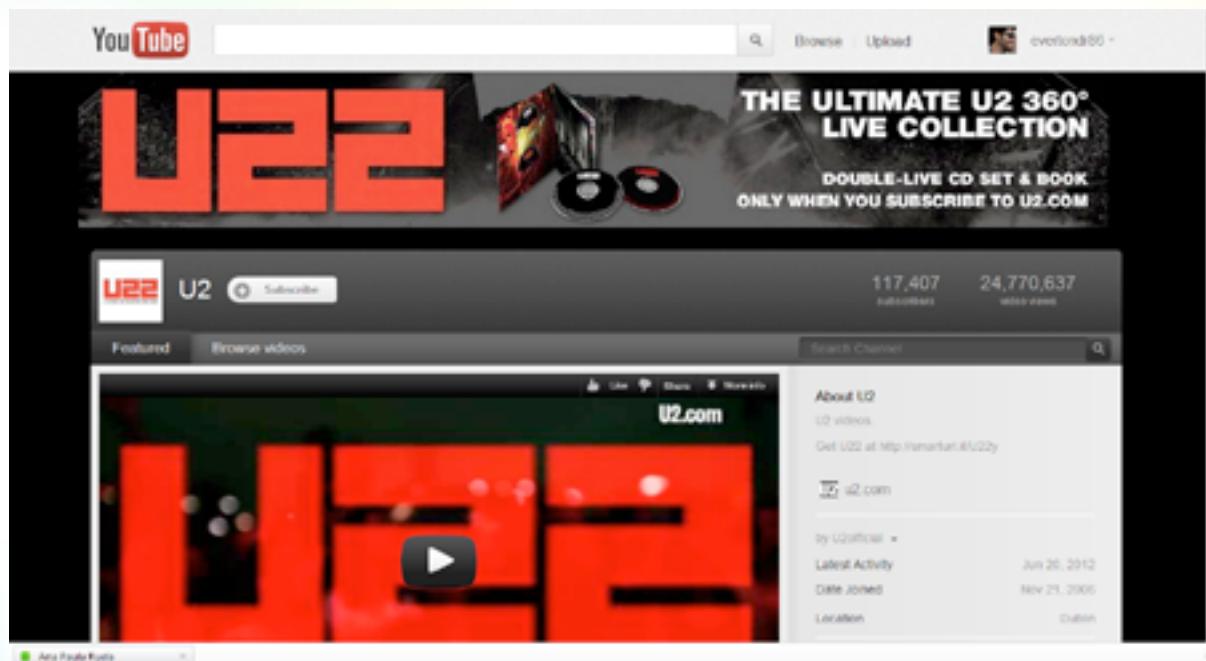
Os twitts são esporádicos e tem o objetivo de levar os seguidores aos outros canais da banda. Para acompanhá-los, basta seguir: @u2com.

Bono (@BonoVox_) e Edge (@360FromTheEdg) estão nessa mídia social. Ambos pos-

suem mais de cem mil seguidores, mas Bono possui um número ligeiramente maior e está ativo, compartilhando um pouco de sua vida pessoal e as causas que o U2 defende, enquanto Edge parou de twittar há mais de um ano. Larry (@LarryMullenJnr) tem um perfil restrito e com poucos twitts. Por sua vez, Adam não faz uso da mídia.

5.6.4 Canal no YouTube

Figura 22: Canal do U2 no YouTube



Fonte: <<http://www.youtube.com/u2>> Acesso em 17 de set. de 2012.

Funcionando desde novembro de 2006, o canal possui mais de cento e dezessete assinantes. Quase vinte e cinco milhões de visualizações foram feitas desde então, porém, o canal está sem novidades há dois meses.

A temática na postagem dos vídeos é livre. Indo de pequenos vídeos promotores das turnês, passando pelos videoclipes das músicas até atualizações sobre os projetos sociais apoiados pelo U2.

O vídeo mais assistido da banda é o clipe de *With or Without You*, com mais de quarenta e uma milhões de visualizações.

5.7 O imaginário U2

Hoje o U2, embora mobilize multidões em suas turnês e seja um sucesso comercial, não possui a mesma popularidade de outrora. Isso pode ser primariamente comprovado pelo baixo número de visualizações dos seus vídeos no YouTube, pelo número de seguidores no Twitter e de assinantes, no Facebook. Com as facilidades da Internet, o consumo de produtos musicais necessariamente perpassa essas mídias, seja pelo compartilhamento entre consumidores, seja pelas atualizações oficiais dos artistas.

Para serem fidelizados, fãs de longa data ou novos precisam ser estimulados e surpreendidos com frequência. Enquanto buscam entretenimento, trabalham ou estudam, todos são expostos a informações que influenciam e ocasionam o consumo, mas que também podem provocar dispersão. Os veículos midiáticos tem, portanto, vital importância na formação e sustentação da imagem do U2, sendo esse o fator que vai afetar a vontade de consumir.

O cenário internacional do rock é caracterizado pela multiplicidade. Muitas bandas, muitas misturas de gêneros e de estilos, discursos complexos e simples. Artistas surgindo a todo ano com novas propostas, ou nem tão novas assim. Num ambiente onde a palavra de ordem é a riqueza de elementos atraentes ao público e em que o consumo tende à volatilidade, a inovação é mais que imprescindível.

Compor músicas inovadoras, conceber ideias para turnês e desenhar capas de discos que expressem e agradem são tarefas árduas. Além de talento, é preciso muita vontade e persistência, pois erros são comuns e o medo, uma constante. Caso algum problema aconteça, o prejuízo financeiro é inevitável, mas o dano à imagem é o real infortúnio, pois é dela que a indústria fonográfica sobrevive.

Os que são fãs do U2 há mais de vinte anos já passaram pela fase da superexposição e hoje experimentam uma situação diferente. Longe de ser uma febre mundial, o U2 existe no imaginário coletivo. Bono continua sendo o showman e os outros rapazes da banda, mesmo que não tenham uma imagem tão forte, são reconhecidos e admirados. No início da carreira, a banda

já foi percebida como underground, reinventou-se no meio do percurso até hoje e agora usufrui de relevância mundial. Haja o que houver, um lançamento do U2 jamais passaria despercebido, atualmente.

U2 é sinônimo de shows grandiosos e vibrantes, mas além da megalomania e das multidões empolgadas, um dos fatores mais marcantes do imaginário que o cerca é o seu ativismo social. Quando se alcança um patamar em que quase todas as suas ações são observadas, ou se utiliza disso em benefício próprio, ou age-se com altruísmo. Com os holofotes voltados para si, o U2 aproveita para despertar a atenção para os projetos em que colabora:

- Music Rising – lançado para resgatar a cultura musical do Golfo Central, região Americana destruída pelos furacões de 2005, o projeto está hoje na sua terceira etapa. Na segunda, ajudaram igrejas e escolas a recuperarem seus instrumentos, mas agora, a terceira fase dá suporte a organizações relacionadas à música, de forma geral.

- The Angiogenesis Foundation - Angiogênese é o mecanismo de crescimento de novos vasos sanguíneos a partir dos já existentes. É o denominador comum às doenças mais temidas: câncer, problemas cardíacos, cegueiras e outras setenta condições. Apoiando esse projeto, promove-se avanço na medicina moderna, podendo melhorar as condições de vida das pessoas que sofrem alguns dos danos.

- RED – uma marca criada para engajar o mercado e os consumidores a ajudarem no combate à AIDS na África. É uma iniciativa que promove a migração de recursos financeiros do setor privado para o Fundo Global, combatente à AIDS.

- One – Co-fundada por Bono, os trabalhos da ONE relacionam-se estreitamente com experts políticos, líderes africanos e ativistas antipobreza do mundo todo para mobilizar a opinião pública em suporte aos métodos eficientes de combate à pobreza.

- Free Burma - Burma, um país com cerca de quarenta e sete milhões de pessoas dominado pelo medo. Aung San Suu Kyi, líder pró-democracia e Prêmio Nobel da paz, simboliza a luta pela liberdade do povo de Burma e ajuda a recrutar a comunidade internacional para que alguma atitude seja tomada.

- Greenpeace – iniciado em 1971 e preocupado com as questões ecológicas, o pro-

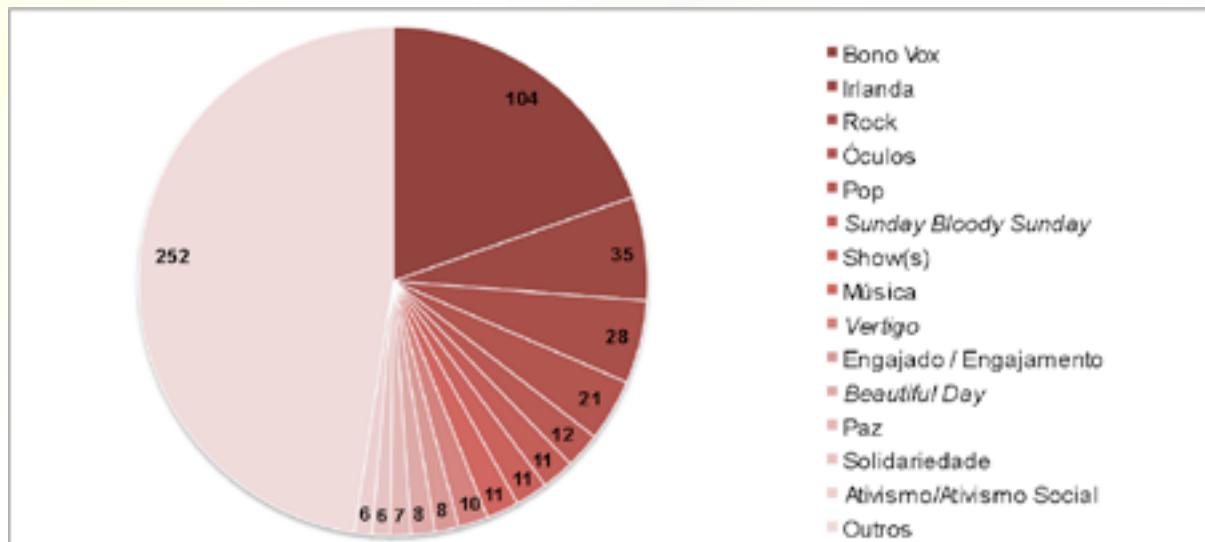
jeto usa o conceito da não-violência para manifestar-se contra as agressões ao meio-ambiente.

- Anistia Internacional – um movimento mundial de pessoas militantes para que todos reconheçam os direitos humanos.
- Chernobyl Children's Project – dar esperança e aliviar o sofrimento das pessoas de Chernobyl.

Observando que os membros da banda estão juntos há trinta e seis anos e que o mercado fonográfico sofreu intensas alterações durante esses anos todos, descobrir a imagem que é possível depreender do U2 atualmente é uma tarefa laboriosa. Fez-se necessário analisar os álbuns lançados, o discurso que estes encerravam, bem como sua turnê de divulgação.

Para colaborar com essa análise, foi feita uma pesquisa que tinha por objetivo o levantamento das palavras que compõem o imaginário que envolve o U2, ilustradas no gráfico a seguir:

Figura 23: Gráfico contendo as palavras mais presentes no imaginário que envolve o U2



Fonte: Pesquisa qualitativa realizada pelos autores deste trabalho, por meio de formulários anônimos online. Aplicada no Brasil durante os dias 5/9/12 a 12/9/12, contou com participação de 207 pessoas, desconsiderando aqueles que não conheciam o U2. Solicitação: Citar 3 palavras que surgem na mente quando pensam no U2.

As ações e produtos do U2 são declaradamente politizados e encerram discursos promotores da conscientização global. Esse fato é percebido com eficiência pelo público, uma vez que, mesmo quem não se declara fã da banda, reconhece essa característica engajada no U2. Quando a comunicação se propõe a transmitir uma mensagem e essa mensagem é apreendida, desse fenômeno verifica-se o surgimento do posicionamento.

Sendo assim, o posicionamento do U2 é direcionado para a questão do engajamento e das atitudes que, mesmo pequenas, eles acreditam poder fazer do mundo um lugar melhor.



JESUS CULTURE

6 JESUS CULTURE

6.1 O Avivamento, a Bethel Church e o Jesus Culture

A história da igreja cristã frequentemente é marcada por avivamentos, com abrangência global ou de maneira isolada. A raiz etimológica de avivamento vem de avivar, que vem de vivo, do Latim VIVUS, “o que tem vida”¹³³. O termo avivamento (ou reavivamento) costuma ser usado mais pela igreja protestante. O próprio dicionário Michaelis o descreve como “Campanha que as igrejas evangélicas (protestantes) realizam para fortalecer a fé e aperfeiçoar a vida cristã dos fiéis”. Porém, o avivamento tem relação direta com o agir do Espírito Santo¹³⁴, seja em apenas um indivíduo ou na igreja como algo coletivo. Pode ser considerado como um movimento de transformação que começa na igreja, não como estrutura eclesiástica, mas como cristãos em união. Para compreensão do que é avivamento é importante nos remetermos uma das vezes mais marcantes em que o Espírito Santo veio sobre a igreja na bíblia:

E, cumprindo-se o dia de Pentecostes, estavam todos concordemente no mesmo lugar; E de repente veio do céu um som, como de um vento veemente e impetuoso, e encheu toda a casa em que estavam assentados. E foram vistas por eles línguas repartidas, como que de fogo, as quais pousaram sobre cada um deles. E todos foram cheios do Espírito Santo, e começaram a falar noutras línguas, conforme o Espírito Santo lhes concedia que falassem. (...) E todos se maravilhavam e estavam suspensos, dizendo uns para os outros: Que quer isto dizer? E outros, zombando, diziam: Estão cheios de mosto. Pedro, porém, pondo-se em pé com os onze, levantou a sua voz, e disse-lhes: Homens judeus, e todos os que

133 <<http://origemdapalavra.com.br/pergunta/avivamento/>>. Acesso em 7 de set. de 2012.

134 A crença cristã profere que Deus seja formado por uma trindade, Deus Pai, Deus Filho (na figura de Jesus) e o Espírito Santo. A bíblia diz que quando Jesus voltasse aos céus, ele enviaria o Espírito Santo.

habitais em Jerusalém, seja-vos isto notório, e escutai as minhas palavras. Estes homens não estão embriagados, como vós pensais, sendo a terceira hora do dia. Mas isto é o que foi dito pelo profeta Joel: E nos últimos dias acontecerá, diz Deus, Que do meu Espírito derramarei sobre toda a carne; E os vossos filhos e as vossas filhas profetizarão, Os vossos jovens terão visões, E os vossos velhos terão sonhos; E também do meu Espírito derramarei sobre os meus servos e as minhas servas naqueles dias, e profetizarão; E farei aparecer prodígios em cima, no céu; E sinais em baixo na terra, Sangue, fogo e vapor de fumo. O sol se converterá em trevas, E a lua em sangue, Antes de chegar o grande e glorioso dia do Senhor; E acontecerá que todo aquele que invocar o nome do Senhor será salvo.¹³⁵

Os avivamentos costumam ser marcados por cristãos que são levados a uma maior busca espiritual e uma efervescência da sua fé. Nesse período, acontecem grandes e incomuns sinais sobrenaturais, como batismo em massa no Espírito Santo, curas miraculosas e manifestações físicas do divino. O número de conversões ao cristianismo tende a aumentar muito nesses períodos, não se prendendo a classes sociais. Em muitos avivamentos, foi possível observar mudanças também na sociedade nos locais onde ocorreram. É comum observar-se um diminuição na criminalidade, assim como no número de bares ou salões de baile.

Os avivamentos mais famosos da história da Igreja Cristã Moderna e Contemporânea são: Wesleyano (Século XVIII), de Charles Finney (primeira metade do século XIX), do General William Booth e o Exército de Salvação (segunda metade do século XIX), do País de Gales (início do século XX), da Rua Azusa (início do século XX), das Ilhas Hébridais (século XX), Jesus Moviment (citado anteriormente, que começou no final da década de 60), de Toronto (década de 90) e o avivamento de Pensacola (década de 90).¹³⁶

Em 1952, começa em Redding, Califórnia – Estados Unidos da América, a Bethel Church, com algumas famílias que se reuniam em uma casa. Aos poucos, a medida que o número de membros da igreja crescia, eles mudavam para prédios maiores e em 1954 eles se afiliaram a Assembleia de Deus (afiliação essa, desfeita em 2006). Ao longo dos anos, a igreja crescia e os pastores presidentes foram mudando. Em 1968, sob a liderança de Earl Johnson, a igreja passou nos mil membros e expandiu os ministérios de atuação. Já em 1984, a igreja chegava a marca dos

135 BÍBLIA, Atos 2:1-4, 12-21

136 <<http://www.avivamentoja.com/pmwiki.php?n=Avivamento.Avivamento>>. Acesso em 7 de set. de 2012.

2000 mil membros e mudou para o local onde ela está até hoje, um lote de quase 300 mil m². Em 1996, a congregação votou e convidou Bill Johnson para liderar a igreja. Bill Johnson colocou apenas uma condição antes mesmo que ele fosse votado: que a mensagem deveria sempre ser sobre avivamento e que isso nunca poderia mudar. Quase que unanimemente, ele recebeu a aprovação da congregação e do conselho da igreja. Pouco tempo depois de Bill Johnson assumir a igreja, eles começaram a passar pelo que descrevemos como avivamento. Eventos sobrenaturais começaram a acontecer dentro da igreja. Pessoas começavam a rir incontrolavelmente, outras rolavam no chão, todos acreditando (conforme a crença pentecostal) de que estavam sob o agir do Espírito Santo. Esses fenômenos são muito comuns em igrejas e grupos em que acreditam no agir do Espírito Santo nos dias de hoje. Quando esses eventos começaram a acontecer, a igreja sofreu um grande êxodo. Cerca de mil membros saíram da igreja e os dois cultos de domingo foram reduzidos a apenas um. De 1996 e 1997 a Bethel Church assistiu a muito pouco crescimento. Porém, após esse período e até hoje, a igreja começou a crescer consideravelmente em número de membros, hoje a igreja possui 4 cultos aos domingos e diversas reuniões semanais. Desde 1996, a igreja começou a assistir diversos fenômenos sobrenaturais acontecendo no meio deles. Alguns deles são descritos no livro de Bill Johnson, Quando o céu invade a Terra:

O mundo de Deus tem irrompido no nosso com regularidade na salvação, nas curas e nas libertações. As manifestações dessa invasão variam muito. Elas são muito fascinantes e numerosas para catalogarmos aqui. Algumas são difíceis de entender à primeira vista, mas sabemos que Deus sempre trabalha de forma redentora. Em muitas ocasiões, o riso inunda a sala, trazendo cura a corações partidos. Poeira de ouro, algumas vezes, cobre a face, as mãos ou as roupas das pessoas durante o período de adoração ou ministração. Outras vezes, óleo aparece na mão do povo do Senhor, especialmente nas crianças. Um vento entra no recinto embora todas as portas, janelas e outras aberturas estejam fechadas. Em alguns locais, cristãos chegaram a ver uma nuvem da presença do Senhor acima da cabeça dos que estavam adorando. Também já sentimos a fragrância do céu encher o recinto. Em minha experiência, a fragrância encheu nosso carro enquanto Beni e eu estávamos adorando durante uma breve viagem. A experiência durou cerca de meia hora, e o aroma era tal que podia sentir o seu sabor, como se grãos de açúcar tivessem sido salpicados em minha boca. Vi pequenas gemas, pedras semipreciosas, que repentinamente, apareceram nas mãos das pessoas à medida que adoravam a Deus. Desde 1998, temos a experiência de penas que caem durante nossa reunião. De início, achei que pássaros estavam entrando

nos condutos do ar-condicionado. No entanto, elas começaram a cair em outros recintos da igreja que não estavam conectados ao menos conduto. Agora, caem em quase todos os lugares – aeroportos, casas, restaurantes, escritórios e outros locais.¹³⁷

Em 1998, a igreja abriu a Bethel School of Supernatural Ministry (Escola da Bethel de Ministério Sobrenatural¹³⁸). Quando ela começou tinha apenas 36 alunos, hoje possui mais de 1500 estudantes, quem vêm de todo o mundo, não apenas de Redding. A escola enfatiza que os cristãos devem voltar ao ministério de sinais e maravilhas, ministrando em amor, verdade e poder de Deus.¹³⁹

No meio de tudo isso, em 1999, a juventude da Bethel Church, liderada por Banning Liebscher, faz uma conferência para jovens chamada Jesus Culture. Sua temática básica, assim como a da igreja era o avivamento. A Conferência buscava não só atingir os jovens da Bethel, mas de outras igrejas, levando-os a uma experiência radical com o amor de Deus. Todos os anos a conferência acontecia novamente, sempre com o mesmo nome, com temáticas variadas, mas sempre buscando o mesmo objetivo: que adolescentes, jovens e jovens adultos voltassem para suas casas, escolas, locais de trabalho e igrejas, completamente transformados e apaixonados por Deus. O que eles queriam é que os jovens que fossem a essas conferências, levassem para suas cidades o avivamento que eles estavam vivenciando. Jesus Culture passou então não apenas a ser o nome da Conferência, mas também do próprio ministério de jovens e adolescentes da igreja.

Em 2006, durante a Conferência Jesus Culture – também chamada de Jesus Culture Encounter (Encontro Jesus Culture) – eles gravam ao vivo um CD, com o louvor e algumas orações que foram feitas lá mesmo. Ao contrário do que se imagina, o CD não buscava lançar uma banda ou ministros de louvor, o próprio produtor do álbum disse que o que buscavam gravando-o era “capturar a experiência da adoração acontecendo em nossas conferências”¹⁴⁰. Era um CD sem arranjos muito complexos e até mesmo com um material um pouco bruto, no gênero rock cristão.

137 JOHNSON, 2010, p. 172-173

138 (T.L.A.)

139 <<http://www.ibethel.org/bethel-school-of-supernatural-ministry>>. Acesso em 8 de set. de 2012

140 <<http://www.christianbits.co.uk/product.php?id=XXBTH004>> Acesso em 8 de set. de 2012. (T.L.A.)

Porém mostrava uma juventude que adorava através do louvor apaixonado e orava de forma fervorosa (3 faixas do CD são de orações gravadas ao vivo e mais uma faixa com uma breve pregação de Banning Liebscher). As músicas não eram, em sua maioria, de composição própria, mas sim regravações de músicas de outros ministérios de louvor e cantores cristãos. O álbum, chamado *Everything*, trazia em sua capa apenas o nome do CD e dos ministros de louvor que cantavam: Chris Quilala, Kim Walker e Melissa How.

Em 2007, mais uma vez no Jesus Culture Encounter, eles gravam ao vivo o segundo álbum *We cry out*, que de fato os lançou para o mundo. Além de contar com músicas que já tinham sido gravadas por grandes ministérios de louvor de vários países, como *All I need is You* da Hillsong Music¹⁴¹ e *Rain Down* do Delirious?¹⁴², o álbum trouxe a música que até hoje é a mais conhecida da banda, *How He loves*, de John Mark Mcmillan. Essa música porém ficou mundialmente conhecida pela interpretação feita por Kim Walker nesse álbum. Foi a partir dele que começam a chamar a banda que tocava no CD, incluindo os cantores, de Jesus Culture. Nesse momento surge a Jesus Culture Band. Porém, a banda em si é formada com o tempo. Ela vai se tornando “banda” na medida em que as pessoas começam a ouvir as músicas através dos CDs. Como não era apenas um cantor, o público não interpretava o CD como de vários ministros de louvor de um movimento, mas só conseguia imaginar que deveriam ser uma banda.

Em entrevista¹⁴³, Kim Walker e Chris Quilala resumiram a história deles dizendo que de fato o “Jesus Culture começou como uma Conferência de Jovens, em nossa Conferência no verão na Bethel Church em Redding, Califórnia. E basicamente cresceu e se expandiu para um Movimento que nós agora pegamos e levamos a outros lugares e outras nações.” O próprio público nomeou a banda, muitas vezes sem nem saber que ela na verdade era parte de todo esse Movi-

141 O Ministério de Louvor Hillsong Music Australia é mundialmente conhecido. Também é considerado o maior ministério de louvor do mundo e vendeu mais de 13.000.000 de cópias no mundo inteiro. É liderado por Brian Houston, Bobbie Houston e Darlene Zschech, que se tornou referência no louvor contemporâneo como líder de louvor na Hillsong Church. Desde 1992, o ministério já lançou cerca de 40 álbuns.

142 Delirious? é uma banda cristã do Reino Unido. A banda é formada por Martin Smith como vocalista e guitarrista, Stuart Garrard (ou Stu G) como guitarrista e vocal de apoio, Jon Thatcher como baixista, Tim Jupp como tecladista e Stew Smith como baterista. Em 1998, sua música *Deeper* ficou entre as 20 britânicas mais tocadas, algo incomum para bandas evangélicas. Suas outras 3 músicas de mais sucesso – regravadas em muitas outras línguas, inclusive português – são: *I Could Sing Of Your Love Forever*, *The Happy Song* e *Rain Down*.

143 <<http://www.youtube.com/watch?v=3yVG0TRCtAw>>. Acesso em 8 de set. de 2012. (T.L.A.)

mento Jesus Culture (MJC)¹⁴⁴. Sobre esse começo, Chris Quilala disse na mesma entrevista:

“Nós éramos originalmente a banda do nosso grupo de jovens e nosso pastor quis fazer uma Conferência no verão e chamamos de Jesus Culture. A banda nunca foi oficialmente chamada de Jesus Culture. Era na verdade o nome do Movimento e alguns começaram a chamar assim a banda também. Era mais o nome do Movimento, do Ministério, mais do que o nome da banda.

Na mesma entrevista, Kim Walker ainda disse:

“As pessoas começaram a nos chamar de banda Jesus Culture e na realidade nem tínhamos decidido que nós éramos uma banda. Um dia estávamos juntos e falamos ‘Nós somos uma banda? Acho que nós somos! Uma banda!’, assim, como um grupo de músicos juntos. E meio que apenas aconteceu.”

A banda então começava a romper os limites do próprio Movimento Jesus Culture. O MJC, que antes conseguia se difundir apenas através daqueles que podiam ir às Conferências Jesus Culture, passava a se espalhar rapidamente através da sua música, dos momentos de louvor e adoração gravados ali. Em um processo espontâneo, um passava a nomear o outro em ambas as direções, sem sequer a intervenção dos líderes da banda e do próprio MJC. A cada ano, em suas conferências, era gravado mais um CD ao vivo. A música do Jesus Culture começava a se popularizar nos Estados Unidos da América e, em pouco tempo, vários outros países.

Hoje, o Movimento conta com diversos cantores que gravam pela Jesus Culture Music, porém, a banda Jesus Culture, com certeza, ainda tem maior destaque e é bem mais conhecida do que os demais artistas do MJC.

A banda Jesus Culture hoje é formada por Kim Walker-Smith (o sobrenome Smith faz parte do seu nome de casada e começou a ser adotado nos dois últimos CDs da banda) e Chris Quilala nos vocais, no baixo elétrico Brandon Aaronson, nos teclados Ian McIntosh, na bateria Josh Fisher, na guitarra principal Jeffrey Kunde e na segunda guitarra o próprio Chris Quilala

144 Para fins práticos, ao se referir ao Movimento *Jesus Culture*, os autores deste trabalho poderão ocasionalmente usar a sigla MJC. Esta sigla porém não é utilizada por nenhuma outra fonte encontrada pelos autores para se referir ao Movimento.

6.2 CDs e DVDs

6.2.1 *Everything*

Figura 24: Capa do CD *Everything* – Jesus Culture (2006)



Fonte: Acervo do site do Jesus Culture. <jesusculture.com> Acesso em 11 de set. de 2012. Design de Nathan Grubbs.

Figura 25: Contracapa do CD Everything – Jesus Culture (2006)



Fonte: Acervo do site do Jesus Culture. <jesusculture.com> Acesso em 11 de set. de 2012. Design de Nathan Grubbs.

O primeiro CD da banda representa seus primeiros passos, ainda em formação e sem ser reconhecida como “Jesus Culture Band”. O nome Jesus Culture nem aparecia na capa. No verso, há o selo “Jesus Culture Music”, porém, não se sabe ao certo se mesmo esse selo estava presente nas primeiras tiragens do CD.

A capa, com uma ilustração simples de várias linhas pretas que se cruzam sobre um fundo branco, que representa a própria luz¹⁴⁵, como que saindo basicamente de um mesmo local,

se espalham, indo para diversas direções, como se representasse o ideal da Conferência Jesus Culture, que era de que as pessoas iriam até lá e depois cada uma voltaria para sua cidade, levando consigo os sinais do avivamento. Ainda, aparecem nela os nomes dos ministros de louvor, Kim Walker, Chris Quilala e Melissa Wise. O CD não vem com encarte. Dentro do case¹⁴⁶, mostra-se quais músicas são cantadas por quem, o nome dos instrumentistas, das pessoas que fizeram as orações, a pregação e os produtores. Além de breves agradecimentos, tem os direitos autorais de cada canção e uma breve mensagem explicando quando e porque o CD foi gravado, afirmando ter sido gravado para capturar “o clamor de uma geração que descobriu que apenas Deus pode satisfazer os desejos de seus corações”¹⁴⁷. Ainda, desejam que as canções “acendam dentro de você um clamor apaixonado que rompe os céus e traz a você um verdadeiro encontro com Deus”¹⁴⁸.

As músicas, são de ministérios de louvor com grande ligação com a Bethel Church ou ainda de membros da própria igreja. A única música em que alguém da banda participa da autoria é *I was made to worship You*, de Chris Quilala em parceria com Jenn Johson, esposa de um dos guitarristas deste CD, Brian Johnson.

A primeira faixa do CD, a música *Oh, How we want You to come*, com interpretação de Kim Walker, começa com forte áudio da gravação ao vivo do público. Em seguida, canta-se apenas o refrão da música original de Misty Edwards e Dave Wiens. Junto com a letra e melodia do refrão original, Kim Walker canta frases que não fazem parte da música originalmente, numa prática que costumeiramente é chamada nas igrejas de “espontâneo”. Essa técnica se baseia em o cantor improvisar melodias cantadas que não fazem parte da letra original da música, criando-as no momento da apresentação. Essa mesma prática também é comumente realizada pelos músicos em seus instrumentos musicais. A Kim Walker é muito conhecida por seus espontâneos, fazendo-os em quase todas as músicas, tanto nos shows da banda quanto nas gravações dos CDs. Entre os versos do refrão da música original que dizem apenas “*Oh, How we want You to come*”, Kim canta espontâneos fervorosamente, animando a igreja presente na gravação:

146 A caixinha onde vem o CD é costumeiramente chamada de **case**.

147 (T.L.A.)

148 (T.L.A.)

*“Oh how we want You to come, Lord. How we want You to come.
 We invite Your presence in this place tonight, Oh God.
 Sing it out in your own words. Invite Him.
 Oh how we want You to come. Oh how we want You to come.
 We’re desperate for you tonight, Lord.
 Oh how we want You to come. Oh how we want You to come.
 We’re not gonna wait for the peppy praise songs.
 We’re gonna seek You right now, Lord.
 We’re gonna seek You right where we’re at ‘cause we’re here for You tonight. We’re here for You,
 Lord.
 Oh how we want You to come. Oh how we want You to come.
 [...]
 Come Lord. Let’s lift up a shout right now. We Praise You tonight. We want see Your face. We want
 to see You. Send your presence. Send your fire tonight.”¹⁴⁹*

Outra faixa de destaque, interpretada por Melissa Wise, é *How Great is our God* – de Chris Tomlin, Ed Cash e Jesse Reeves – música que ganhou vários prêmios cristãos e ficou nas paradas de sucesso cristãos por muito tempo. Também foi regravada por vários artistas e bandas de sucesso, com Michael W. Smith e a Hillsong London.

As faixas com orações não passam de 39 segundos. As pessoas realizando as orações a fazem de forma bem exaltada, chegando até mesmo a gritar por alguns momentos. Todas as vezes elas pedem por mais de Deus e declaram sua paixão por Ele. A faixa *Spontaneous Song* é uma música toda em espontâneo feito por Kim Walker. A última faixa *You (Reprise)* começa com uma breve pregação de Banning Liebscher que em certo momento diz “Porque isso é o nós estamos buscado: uma geração inteira de jovens que diz eu não quero nada que o mundo oferece, tudo que eu quero é Deus. Ele é o único que me satisfaz’.” e então eles cantam novamente uma parte da canção *You*

149 EDWARDS, Misty. WIENS, DAVE. **Oh How we want You to come.** (Em CULTURE, Jesus. Jesus Culture Music. *Everything*. 2006. Lado A de disco sonoro. Faixa 1. 5 min 10 s.) “Oh, como queremos que Tu venhas. Oh, como queremos que Tu venhas. Convidamos Tua presença neste lugar esta noite, Oh Deus. Canta alto nas suas próprias palavras. Convide-o. Oh, como queremos que Tu venhas. Oh, como queremos que Tu venhas. Estamos desesperados por Ti esta noite, Senhor. Oh, como queremos que Tu venhas. Oh, como queremos que Tu venhas. Não vamos esperar pelas músicas agitadas de louvor. Nós vamos Te buscar agora mesmo, Senhor. Nós vamos Te buscar exatamente aonde nós estamos porque estamos aqui por Tua causa esta noite. Estamos aqui por Tua causa, Senhor. Oh, como queremos que Tu venhas. Oh, como queremos que Tu venhas. [...] Venha, Senhor. Vamos erguer um brado agora mesmo. Nós Te louvamos esta noite. Queremos ver a Tua face. Nós queremos Te ver. Envie Tua Presença. Envie Teu fogo esta noite.” (T.L.A.)

que diz:

*"In the Heavens on the Earth
There is no one like You God
And these words are not enough
To tell of who You are
Who can know the mind of God?
Who can understand Your ways?
And these words are not enough
To tell of Your great name*

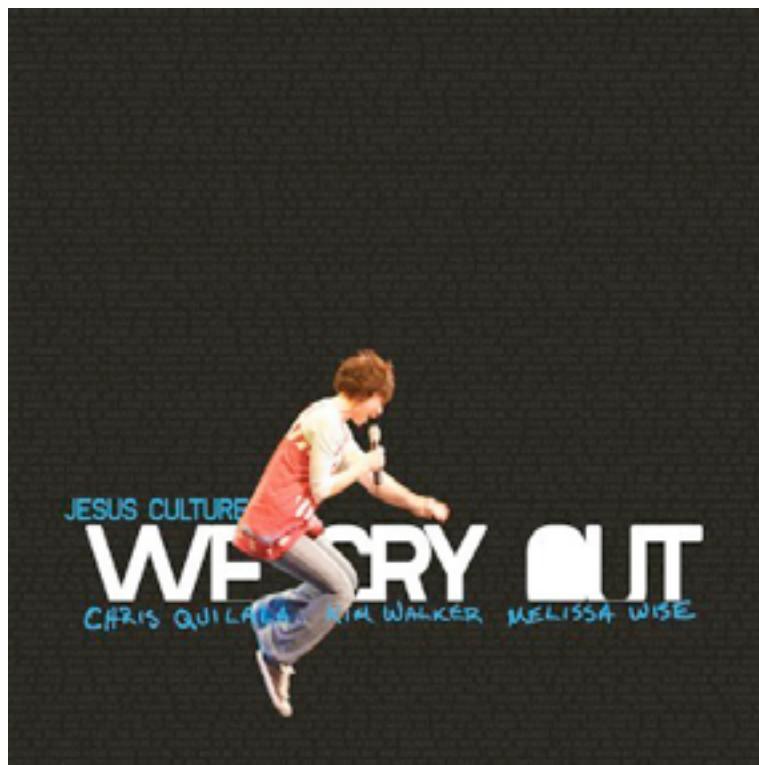
*Take the world
But give me You
All I want is You
All I want is You"¹⁵⁰*

Apesar de marcar o começo da banda, o CD Everything ainda não dispunha da formação final da banda e é um pouco amador, comparado aos demais CDs do Jesus Culture. A banda que toca neste CD é formada nos vocais Kim Walker, Chris Quilala e Melissa Wise como cantores principais. Quanto aos músicos, o baixista Brandon Aaronson e o tecladista Ian McIntosh já fazem parte da banda neste CD, porém, o próprio Chris Quilala vai para a bateria em algumas músicas e a dupla de guitarras e o outro baterista não são da mesma formação de hoje da banda. O álbum porém, mostra bem em suas canções e modo de adoração os ideais do MJC, assim como exibe características dos ministros de louvor que os acompanham até últimos CDs lançados, ajudando a construir o imaginário que os cerca.

150 SMITH, Jon Mann Smith. HILL, Rob. HUGHES, Tim. You (Reprise). (Em CULTURE, Jesus. Jesus Culture Music. Everything. 2006. Lado A de disco sonoro. Faixa 14. 4 min 11 s.) "Nos Céus, na Terra, não há ninguém como Você, Deus. E estas palavras não são suficientes para dizer quem Você é. Quem pode conhecer a mente de Deus? Quem pode entender os seus caminhos? E estas palavras não são suficientes para falar do seu grande nome. Leve o mundo, mas me dê Você. Tudo que eu quero é Você. Tudo que eu quero é Você." (T.L.A.)

6.2.2 We cry out

Figura 26: Capa do CD We Cry Out – Jesus Culture (2007)



Fonte: Acervo do site do Jesus Culture. <jesusculture.com> Acesso em 11 de set. de 2012. Design de Nathan Grubbs.

Em 2007, em mais um Jesus Culture Encounter, grava-se mais um CD ao vivo, com os vários dias de louvor que aconteceram ali. Dessa vez, além do CD, gravam também o DVD, que

possui exatamente os mesmos áudios e ministrações¹⁵¹ do CD, a não ser pela faixa Fire fall down, que está apenas no CD.

A capa do CD (que hoje é produzido apenas com o kit CD+DVD), traz uma tipografia mais moderna nas duas fontes utilizadas. A primeira, uma fonte sem serifa com caráter de estêncil, a segunda, uma fonte manuscrita. O fundo preto com azul parece remeter à atmosfera do DVD, que é mais escura com luzes azuis. A primeira versão da capa, apenas com o CD, não possuía o nome Jesus Culture na capa. O próprio estilo de Kim Walker, de All-Star, roupa mais despojada e cabelo curto meio bagunçado, mostra a cara jovial da banda, que não vinha para ser mais um ministério de louvor certinho. A postura da cantora, pulando, também mostra um estilo de adoração mais extravagante, rompendo definitivamente com o padrão de adoração mais tradicional de muitas igrejas. A foto do momento (fora da capa), mostra um pouco melhor essa descrição:

151 Durante a música, os ministros de louvor falam ou coisas ou cantam espontâneos, sempre ligados a mensagem da canção. Esses momentos, que vão além de apenas cantar a letra da música, são chamados de ministrações.

Figura 27: Kim Walker na gravação do CD e DVD We cry out:



Fonte: <<http://www.lastfm.com.br/music/Jesus+Culture/+images/48855183>> Acesso em 14 de set. de 2012. Direitos de JesusCulture.

O CD não possui encarte, mas dentro do seu case podemos encontrar uma foto de Chris Quilala e uma de Melissa Wise. Ambos também estão com roupas mais despojadas, assim como o restante da banda (nas imagens vistas no DVD). Neste CD o foco ainda parece estar mais nos cantores principais, dando-se a perceber que ainda não trabalhavam a imagem deles em conjunto, como banda.

Figura 28: Case do CD We Cry Out – Chris Quilala



Fonte: Acervo pessoal de Paula Calais. Foto: Paula Calais

Figura 29: Case do CD We Cry Out – Melissa Wise



Fonte: Acervo pessoal de Paula Calais. Foto: Paula Calais

Ainda, dentro do case do CD, além da ficha técnica, agradecimentos e lista de canções (com respectivos compositores), há um texto falando sobre o site jesusculture.org (que hoje é jesusculture.com) e um pequeno texto de título Jesus Culture (junto à foto de Chris Quilala):

Jesus Culture é um movimento levantando e liberando uma geração de avivadores que estão sob cobertura e apaixonados por Jesus. Geração que sabe orar e sabe viver para demonstrar o poder de Deus. Este álbum foi gravado ao vivo na nossa conferência anual Jesus Culture Encounter em Redding, Califórnia. O Salmo 29 descreve uma companhia de “Poderosos” que adoram o Senhor na “beleza da sua Santidade”. Em resposta à adoração, a voz do Senhor é liberada. Você é um poderoso, chamado para adorar apaixonadamente o Senhor. Que este CD libere em você lugares maiores de adoração.¹⁵²

A primeira faixa que dá o nome *We cry out*¹⁵³, interpretada por Kim Walker, trazendo a mensagem de busca por Deus, clamando por transformação pessoal e busca profunda por Deus. A temática porém mais recorrente no CD é o amor, de Deus pelo homem e vice-versa, observado nas faixas *Your Love is Everything*, *See His Love*, *My Romance* e *How He loves*.

A música de *How He loves* com certeza é a de maior destaque, sendo até hoje uma das de maior sucesso da história da banda. A música basicamente fala sobre quão grande é o amor de Deus pelo homem e possui uma das ministrações mais conhecidas de Kim Walker.

*He is jealous for me
Loves like a hurricane, and I am a tree
Bending beneath the weight of His wind and mercy
When all of a sudden, I am unaware of these afflictions eclipsed by glory
And I realize just how beautiful you are and how great your affections are for me.*

*And oh
How He loves us oh
Oh how He loves us
How He loves us so*

*Yeah He loves us
Oh how He loves us
Oh how He loves us
Oh how He loves*

*We are His portion and He is our prize
Drawn to redemption by the grace in his eyes
If grace is an ocean, we're all sinking*

152 Fonte: Case do CD *We cry out*. Acervo pessoal de Paula Calais. (T.L.A.)

153 Nós clamamos. (T.L.A.)

*So heaven meets earth like a sloppy wet kiss
And my heart turns violently inside of my chest*

*I don't have time to maintain these regrets
When I think about the way*

*He loves us
Oh how He loves us
Oh how He loves us
Oh how He*

[Ministração de Kim Walker:] *His presence, His love, Is so thick and tangible in this room tonight. And there are some of you here that have not encountered the love of God. And tonight God wants to encounter you. And wants you to feel His love, his amazing love. Without it these are just songs. These are just words. These are just instruments. Without the love of God, it's just like we're just up here just making noise. But the love of God changes us, And we're never the same, We're never the same after we encounter the love of God. We're never the same after we encounter the love of God. And right now if you haven't encountered the love of God, And you would know, because you wouldn't be the same. You would never be the same again. And if you want to encounter the love of God right now, You better just brace yourself because He's about to just blow in this place. And we're gonna encounter the love of God right now. So God I speak to all the hearts and I ask God that every heart be open right now. Every heart be open. Every spirit be opened up to you God, and a love encounter, a love encounter from you tonight, a love encounter from you tonight God.*

*Yeah He loves us
Oh how He loves us
Oh how He loves¹⁵⁴*

154 MCMILLAN, John Mark. How He loves. (Em CULTURE, Jesus. Jesus Culture Music. We cry out. 2007. Lado A de disco sonoro. Faixa 7. 8 min 53 s.) "Ele tem ciúmes de mim. Ama como um furacão, eu sou uma árvore. Dobrando-se sob o peso de teu vento de misericórdia. Quando de repente, eu estou desaparecido dessas aflições ofuscadas pela glória. Então eu percebo quão lindo tu és e quão grande são teus afetos por mim. Ó, como Ele nos ama Ó, como Ele nos ama. Como Ele nos ama tanto. Sim, Ele nos ama. Ó, como Ele nos ama. Ó, como Ele nos ama. Ó, como Ele ama. Nós somos sua porção e ele é nosso prêmio (galardão). Atraídos para redenção pela graça em seus olhos. Se a graça é como um oceano nós estamos todos afundando. Então o céu se encontra com a terra como um beijo molhado e meu coração se dispara dentro de mim. Eu não tenho tempo pra manter esses ressentimentos quando eu penso sobre o jeito ele nos ama. Ó, como Ele nos ama. Ó, como Ele nos ama. Ó, como Ele ama. [Ministração de Kim Walker:] A presença dele, o amor dele, está tão densa e tangível neste lugar esta noite. E tem alguns de vocês aqui que ainda não encontraram o amor de Deus. E esta noite Deus quer encontrar você. E quer que você sinta o Seu amor, o seu maravilhoso amor. Sem ele isso são apenas palavras, são apenas canções, são penas instrumentos. Sem o amor de Deus, é como se estivéssemos aqui apenas fazendo barulho. Mas o amor de Deus nos muda e nós nunca mais somos os mesmos, nós nunca mais somos os mesmo depois de nos encontrarmos com o amor de Deus. E agora mesmo, se você ainda não encontrou o amor de Deus, e você o saberia, porque não seria mais o mesmo, você nunca mais seria o mesmo de novo. E se você quiser encontrar com o amor de Deus agora mesmo, é melhor você se preparar, porque está a ponto de soprar neste lugar. E nós vamos nos encontrar com o amor de Deus agora mesmo. Então Deus, eu falo com todos os corações e eu peço, Deus, que todos os corações sejam abertos. Todo espírito seja aberto a Ti Deus, um encontro de amor que vem de Ti esta noite, um encontro de amor que vem de Ti esta noite." (T.L.A.)

No DVD, a atmosfera é escura, com luzes vindas do fundo e algumas luzes vindo da frente do palco. A cor mais utilizada é o azul. Em pouco momentos há a variação, normalmente com o amarelo. O azul, cor do céu, normalmente é associado a uma ideia de elevação, leveza, de esferas inacessíveis ao corpo, associado ao divino, do seu amor e sabedoria. O azul pode representar o Espírito Santo, em suas características de verdade e sabedoria.¹⁵⁵ Já o amarelo, está ligado a sentimentos de amor ou como representação do Verbo, ou seja, do próprio Deus.¹⁵⁶ Ainda, conseguimos ver durante o DVD algumas pessoas pintando quadros nas laterais do palco, prática muito comum na Bethel Church, que acredita que a adoração a Deus pode ser feita através de todas as formas de arte.

No cenário, ao fundo, uma grande maquete do nome Jesus Culture, começa a reforçar a ligação do MJC à banda.

155 ROUSSEAU, 1980, p. 38 e 39.

156 ROUSSEAU, 1980, p. 99 e 100.

Figura 30: Palco do DVD We Cry Out – Jesus Culture

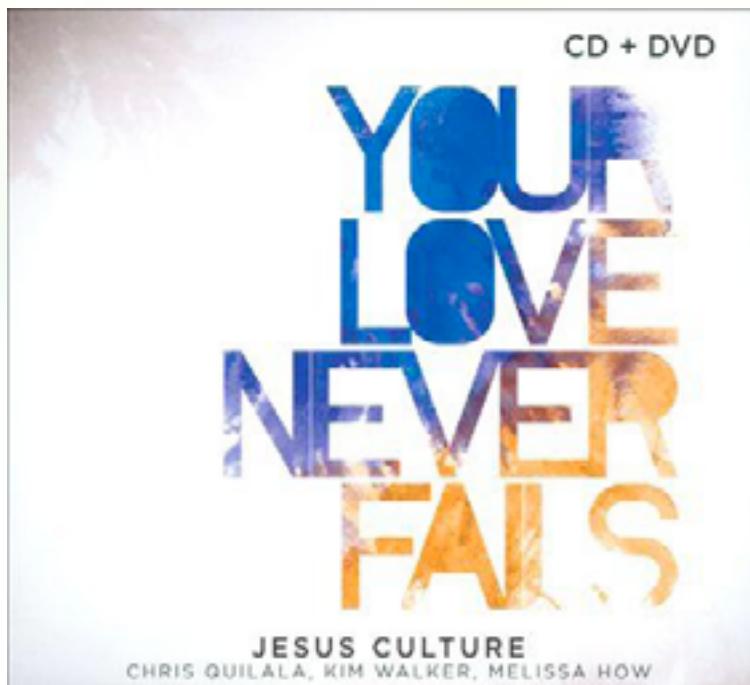


Fonte: <<http://www.myspace.com/jesusculture/photos/6241617#%7B%22ImageId%22%3A6241705%7D>> Acesso em 13 de set. de 2012. Direitos de JesusCulture.

A banda que toca neste CD é formada nos vocais por Kim Walker, Chris Quilala e Melissa Wise como cantores principais e Leah Valenzuela fazendo os vocais de fundo. Quanto aos músicos, o baixista Brandon Aaronson, o tecladista Ian Mcintosh, e o baterista Josh Fisher já fazem parte da banda neste CD, porém, o próprio Chris Quilala vai para a bateria em algumas músicas e a dupla de guitarras não é a mesma da formação de hoje da banda.

6.2.3 *Your Love Never Fails*

Figura 31: Capa do CD *Your Love Never Fails* – Jesus Culture (2008)



Fonte: Acervo do site do Jesus Culture. <jesusculture.com> Acesso em 14 de set. de 2012. Design de Nathan Grubbs.

Em 2008, o Jesus Culture lança mais um CD, *Your Love Never Fails*, também acompanhado de seu DVD, ambos mais uma vez gravados ao vivo em sua Conferência anual.

A capa do CD e DVD (que hoje são apenas vendidos em um case único) traz os nomes dos ministros de louvor e Jesus Culture, porém, a primeira versão lançada, apenas com o CD, não

tinha o nome Jesus Culture, assim como no álbum anterior. Ela utiliza a mesma fonte no título que o álbum anterior, *We cry out*, dessa vez porém com variações de azul e laranja (com um pouco mais de amarelo do que vermelho) no seu preenchimento. Conforme vimos anteriormente, o azul remete ao Espírito Santo e ao divino e o branco representa a própria luz. Já do laranja podemos compreender as seguintes simbologias:

Mistura do vermelho e amarelo, essa cor exprime o amor, como o vermelho, porém matizando esse sentimento com a sabedoria luminosa do ouro. Ela ainda é a inspiração (que vem do coração) ou, como dizemos atualmente, a intuição, acrescentando o ouro do Verbo e a Ciência elaborada pelo Espírito. [...] Como o ouro, essa cor representa a união com Deus e, conseqüentemente, as uniões terrestres.¹⁵⁷

Por dentro do case, há exatamente os mesmos dois textos do CD anterior, sobre o site e sobre o MJC. Além disso, há algumas fotos tiradas durante a gravação, dessa vez, porém, não focando apenas nas figuras dos cantores, mas também mostrando alguns músicos e visões gerais da banda.

Seguindo a identidade da capa do CD, no DVD as luzes utilizadas normalmente variam nas duas cores de destaque, azul e laranja, com poucos momentos em que alteram para outras. Ao fundo do palco, um grande tecido com o nome Jesus Culture. Mais uma vez, as roupas dos integrantes é bem jovial e um pouco despojada. Kim Walker, que varia no visual do cabelo, agora usando o penteado conhecido como “Maria Chiquinha”, porém meio bagunçado e com as pontas tingidas de vermelho, e uma blusa polo com a gola levantada que atrás tem escrito Rock’n’Roll. Melissa Wise, que agora começa a usar seu nome de casada, Melissa How, usa exatamente o mesmo figurino em camadas do DVD anterior apenas trocando as cores, com um suéter sobre duas blusas simples e calça jeans. Chris Quilala usa também um suéter, mas um pouco mais moderno e despojado, com uma blusa simples por baixo. O restante da banda mantém o estilo simples, usando apenas camisetas ou agasalhos, porém todos com os cabelos em um estilo roqueiro. Pela primeira vez, a banda continua a mesma em todas as canções, com a mesma configuração. Os

157 ROUSSEAU, 1980, p. 106.

cantores também ficam o tempo todo no palco, quando não solando, fazendo vocais de fundo para os outros ministros. Além disso, é o primeiro CD em que a configuração dos músicos é a mesma utilizada até hoje.

Figura 32: Kim Walker na gravação do CD e DVD *Your Love Never Fails*:



Fonte: <<http://www.myspace.com/jesusculture/photos/17082837#%7B%22ImageId%22%3A17082837%7D>> Acesso em 14 de set. de 2012. Direitos de JesusCulture.

Figura 33: Melissa How e Chris Quilala na gravação do CD e DVD Your Love Never Fails:



Fonte: <<http://www.myspace.com/jesusculture/photos/17082837#%7B%22ImageId%22%3A17082810%7D>> Acesso em 14 de set. de 2012. Direitos de JesusCulture.

Não há um tema de maior destaque no CD, sendo que as músicas variam nas temáticas de amor, exaltação e engrandecimento de Deus, entrega de si mesmo e busca por mais em crescimento espiritual. A faixa de maior destaque é a que dá nome ao CD, que é uma das mais conhecidas da banda. Ela fala sobre o amor de Deus e como ele sempre busca e se preocupa com

o ser humano.

*Nothing can separate
Even if I ran away
Your love never fails
I know I still make mistakes,
But You have new mercy for me everyday
Your love never fails*

*You stay the same through the ages
Your love never changes
There may be pain in the night
But joy comes in the morning
And when the oceans rage
I don't have to be afraid
Because I know that you love me
Your love never fails*

*The Wind is strong and the water's deep
But I'm not alone here in these open seas
'Cause your love never fails
The chasm was far too wide
I never thought I'd reach the other side
But Your love never fails*

You make all things, work together for my good¹⁵⁸

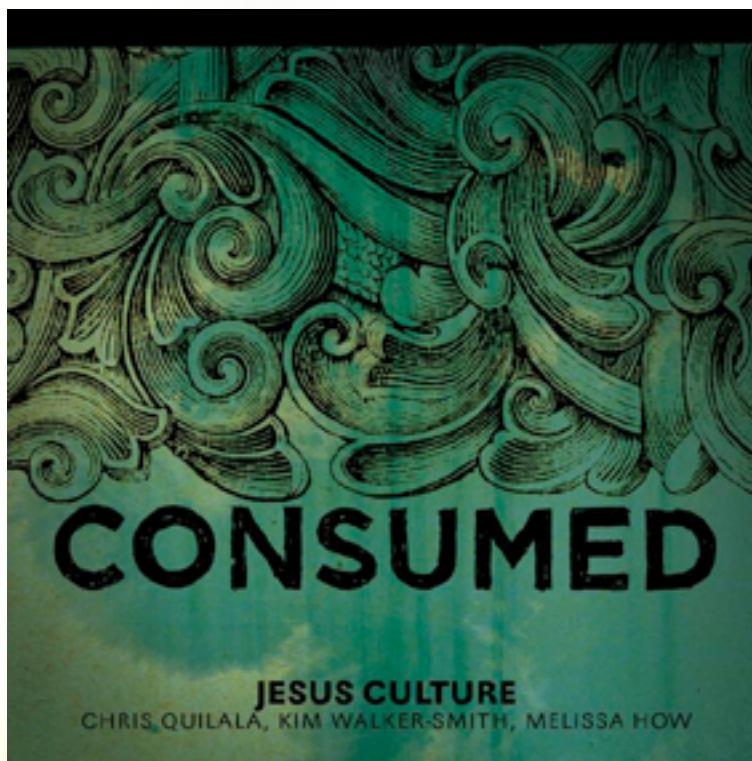
Assim como nos álbuns anteriores, quase todas as músicas não são de composição própria, mas sim regravações de outros ministérios de louvor ou cantores. Segundo Kim Walker, eles fazem em sua maioria regravações porque eles acreditam ainda estar em crescimento como compositores e que, eventualmente, eles adorariam que todas as músicas fossem de composição própria. Ela ainda diz que cada um dos ministros de louvor escolhe canções de acordo com o que

158 MCCLARNEY, Chris. Your Love Never Fails. (Em CULTURE, Jesus. Jesus Culture Music. Your Love Never Fails. 2008. Lado A de disco sonoro. Faixa 1. 7 min 58 s.) "Nada pode separar, mesmo que eu fuja. Teu amor nunca falha. Sei que ainda cometo erros, mas Tuas misericórdias se renovam a cada dia. Seu amor nunca falha. Tu continuas o mesmo no passar dos séculos. Teu amor nunca muda. A dor pode durar uma noite, mas a alegria vem pela manhã. E quando o mar se enfurecer, eu não tenho que ter medo. Porque eu sei que Tu me amas. Teu amor nunca falha. O vento é forte e as águas são profundas, mas não estou sozinho nesse mar aberto. Porque Teu amor nunca falha. O abismo era muito grande. Nunca pensei que chegaria do outro lado, mas Teu amor nunca falha. Tu fazes todas as coisas trabalharem a meu favor." (T.L.A.)

está acontecendo com eles pessoalmente ou com o Movimento Jesus Culture, então todas as canções que eles cantam tem algum significado para eles.¹⁵⁹

6.2.4 Consumed

Figura 34: Capa do CD Consumed – Jesus Culture (2009)



Fonte: Acervo do site do Jesus Culture. <jesusculture.com> Acesso em 14 de set. de 2012. Design de Nathan Grubbs.

159 <http://www.crossrhythms.co.uk/articles/music/Jesus_Culture_Kim_Walker_speaks_about_the_powerful_worship_ministry_from_California/38957/p1/> Acesso em 14 de set. de 2012.

Em 2009, o Jesus Culture lança mais um novo CD, também acompanhado do DVD e porém desta vez gravado ao vivo numa noite específica para este fim, não no Jesus Culture Encounter. Esse ano traz uma cara mais madura da banda. Nos extras do DVD, Chris Quilala afirma que esse foi o primeiro CD que a banda dedicou tempo pensando nos arranjos das músicas e formulando melhor o álbum. Consumed, diferentemente dos outros álbuns, não é assim batizado por ser o nome de nenhuma faixa, mas significa Consumidos, no sentido de estarem completamente cheios e consumidos por Deus. Provavelmente, foi retirado da música Burning Ones, de Chris Quilala e Jeffrey Kunde (agora já o guitarrista fixo da banda), que em certa parte diz “We are your burning ones. We are consumed by You. We set our lives apart. We are consumed by You”¹⁶⁰.

Nesse álbum, a banda parece seguir um pouco mais a linha do rock melódico, com a utilização de notas longas (aqui feitas em sua maioria pelo teclado ou pela guitarra), as guitarras com mais distorção e o uso de instrumentos clássicos (violinos, violoncelos e piano de cauda) – utilizados nas canções Dance with me, Holy, Oh Lord You’re Beautiful e Obsession. A banda é exatamente a mesma do CD anterior, a não ser pelos músicos convidados para tocar os instrumentos clássicos. O álbum chegou a alcançar o primeiro lugar na sessão cristã do iTunes¹⁶¹.

Essa tendência de uso de sons comuns à música erudita, parece ter inspirado também a capa do CD, com uma ilustração que utiliza elementos que remetem ao clássico. A cor utilizada, o verde, está ligada à esperança, renovação e germinação, assim como “é a cor dos profetas e de São João Evangelista, o enunciador do Espírito Santo”¹⁶². A tipografia utilizada para o título do álbum já vai para uma linha oposta do classicismo, sendo manuscrita, como que se fosse pintada a caneta a mão, numa fonte geométrica e sem serifa, indo para um lado moderno, que contrasta com o restante.

160 QUILALA, Chris. KUNDE, Jeffrey. Burning Ones. (Em CULTURE, Jesus. Jesus Culture Music. Consumed. 2009. Lado A de disco sonoro. Faixa 2. 7 min 03 s.) “Somos aqueles que queimam por Ti. Somos consumidos por Ti. Nós separamos as nossas vidas. Nós somos consumidos por Ti.” (T.L.A.)

161 iTunes é um reprodutor de áudio e vídeo desenvolvido pela Apple para reproduzir e organizar música digital, arquivos de vídeo e para a compra de arquivos de mídia digital. A iTunes Store (anteriormente conhecida como iTunes Music Store, às vezes também referida somente como “iTMS” ou simplesmente “iTunes”) é o componente do iTunes pelo qual os usuários podem comprar arquivos de mídia digital dentro do próprio programa. Nela, há um *ranking* geral e por sessão de número de vendas.

162 ROUSSEAU, 1980, p. 34.

No DVD, a atmosfera é bem mais escura do que nos DVDs anteriores. Principalmente entre uma música e outra e no começo das canções, o ambiente está bem escuro, com alguns canhões de luz coloridos, variando entre várias cores. Esse clima é percebido no próprio case do CD, que possui uma foto geral da banda, com todos os músicos e cantores, porém mal conseguimos vê-los. Ainda dentro do case, além da ficha técnica e listagem das canções, repetem-se os mesmos textos dos CDs anteriores que falam sobre o MJC e o site. A contracapa do CD, entretanto, que parece não combinar com todo o resto. Um foto simples de Kim Walker, Chris Quilala e Melissa How na entrada do teatro onde foi gravado o DVD e a lista das músicas como que no letreiro do teatro.

Figura 35: Contracapa – Parte I



Fonte: Acervo pessoal de Paula Calais. Foto: Paula Calais

Figura 36: Case do CD Consumed – Parte I



Fonte: Acervo pessoal de Paula Calais. Foto: Paula Calais

Figura 37: Case do CD Consumed – Parte II



Fonte: Acervo pessoal de Paula Calais. Foto: Paula Calais

O cenário do DVD dessa vez é formado apenas pelas luzes que vêm por trás da banda. O figurino na banda segue quase que a mesma linha dos DVDs anteriores, com os músicos de camiseta ou agasalho, Chris Quilala dessa vez com uma blusa xadrez (que costuma ser bem comum para homens no louvor das igrejas, independente do gênero musical que tocam), Melissa

How com duas camisetas simples (apenas da cor verde-água chapa) e Kim Walker já apresenta um visual bem diferente dos trabalhos anteriores. Ela usa uma bata branca com uma blusa rosa por baixo, lenço rosa brilhante no pescoço, maquiagem bem marcada com glitter que combina com seu lenço, e o cabelo corte Chanel, arrumado.

Figura 38: Kim Walker na gravação do CD e DVD Consumed



Fonte: <<http://www.jesusculture.com/gallery/jesus-culture-dvd-recording-2009/jesus-culture-dvd-recording-2009-12>>
Acesso em 15 de set. de 2012. Direitos de JesusCulture.

Figura 39: Chris Quilala na gravação do CD e DVD Consumed



Fonte: <<http://www.jesusculture.com/gallery/jesus-culture-dvd-recording-2009/jesus-culture-dvd-recording-2009-3>>
Acesso em 15 de set. de 2012. Direitos de JesusCulture.

Figura 40: Palco do CD e DVD Consumed:



Fonte: <<http://www.jesusculture.com/gallery/jesus-culture-dvd-recording-2009/jesus-culture-dvd-recording-2009-5>>
Acesso em 15 de set. de 2012. Direitos de JesusCulture.

As faixas de maior destaque no CD são Holy, Oh Lord You're Beautiful (música conhecida em português por Senhor Formoso és, gravada por Marcos Góes na década de 90), Holding Nothing Back e Revelation Song, que é uma das músicas mais famosas da banda. A versão original de Revelation Song foi gravada por Kary Jobe e ganhou maior proeminência com a interpretação do Jesus Culture. A música também ganhou grande projeção no Brasil pela versão de Ana Paula Valadão, do Diante do Trono.

6.2.5 Come away

Figura 41: Capa do CD Come away – Jesus Culture (2010)



Fonte: Acervo do site do Jesus Culture. <jesusculture.com> Acesso em 14 de set. de 2012. Design de Nathan Grubbs.

Em 2010, o Jesus Culture lança mais um CD, *Come Away*, de mesmo nome da primeira faixa do CD, que é como um chamado de Deus para que a pessoa caminhe junto a Ele e participe do plano que Ele planejou para ela. Este álbum marca uma leve passagem para mais músicas de autoria própria do que apenas regravações. Pela primeira vez, o álbum vem com encarte, que pos-

sui as letras das músicas, mas em compensação, não é colocado nenhum texto adicional além da ficha técnica. Neste álbum, o Jesus Culture começa a se estabelecer mais como banda. Na própria capa do CD, não são escritos mais os nomes dos ministros de louvor, mas apenas Jesus Culture. Ele também marca a saída de Melissa How, que teve um bebê e, assim, preferiu ficar apenas no ministério de louvor da Bethel Church. Ainda, antes de lançar o álbum, eles lançaram um EP, *My Passion*, com 3 músicas do CD – *You are my Passion, Kingdom* (que na verdade depois só aparece no DVD) e *Show me Your Glory*, gravadas porém em Las Vegas, em um Jesus Culture Encounter realizado lá. A capa do CD trabalha as cores azul, amarelo, preto e tons de cinza, paleta que se segue no encarte e case, usando também algumas fotos bem escuras. Uma curiosidade sobre o álbum é que ele ficou entre o top 10 do iTunes mundial, entre todos os gêneros musicais, algo que não é comum para CDs cristãos.

O DVD, que acompanha o CD, sendo vendido em um pacote único, segue a linha visual do último DVD, trabalhando bem o contraste de claro e escuro na iluminação. Ele possui versões estendidas das canções, com as ministrações completas feitas ao vivo, algumas com mais de 10 minutos. Kim Walker, como de costume, muda mais uma vez seu visual, usando um moicano com luzes vermelhas, uma blusa listrada vermelha e preta, uma saia e um jaqueta de lantejoulas, com muitos colares, num estilo bem rock'n'roll. O restante dos músicos e Chris Quilala, usam as tradicionais camisetas e camisas, um estilo um pouco mais casual do que o de Kim Walker.

Figura 42: Fotografia promocional da banda para o CD Come Away



Fonte:<http://4.bp.blogspot.com/_KSa116OK0Fo/TNyYPyNJGYI/AAAAAAAAABCQ/d7niiW9_Alw/s1600/jesus+culture.jpg> Acesso em 16 de set. de 2012. Direitos de JesusCulture.

A música de maior destaque é Show me Your Glory, que fala da nuvem de glória de Deus e da presença dele. Kim Walker faz parte do conjunto de autores da canção.

*I see the cloud
I step in
I want to see Your Glory as Moses did
Flashes of light, rolls of thunder*

*I'm not afraid
I'm not afraid*

*Show me Your Glory
Show me Your Glory
Show me Your Glory
Show me Your Glory*

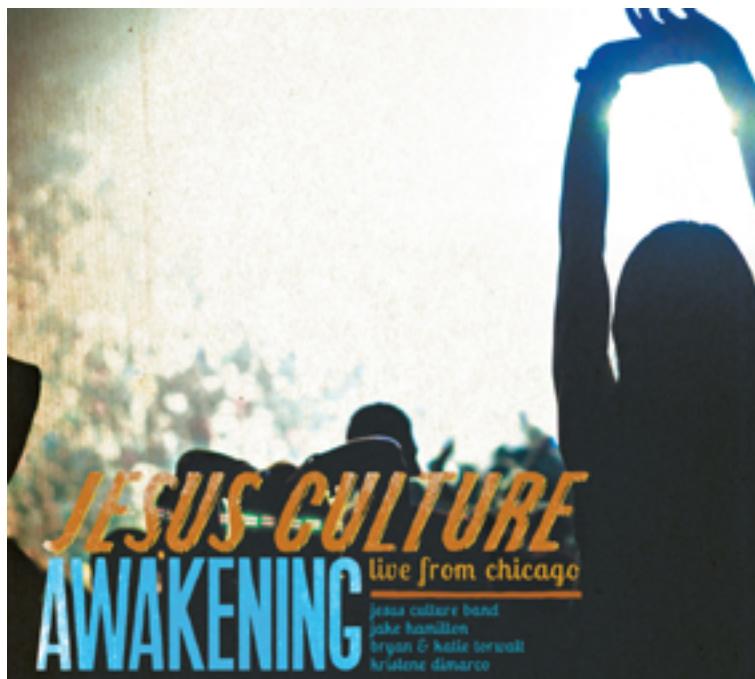
*I'm awed by Your beauty, lost in Your eyes
I long to long to walk in Your Presence, like Jesus did
Your Glory surrounds me, and I'm overwhelmed*

*I long to look on the face of the one that I love
Long to stay in Your Presence it's where I belong¹⁶³*

163 LARSO, Michael. WARD III, Nate. FRIZZELL, Kathy. WALKER, Kim. Show me Your Glory. (Em CULTURE, Jesus. Jesus Culture Music. Come Away. 2010. Lado A de disco sonoro. Faixa 10. 7 min 55 s.) "Eu vejo a nuvem, dou um passo para dentro. Eu quero ver Sua glória, como Moisés viu. Flashes de luz, sons de trovão. Eu não tenho medo. Eu não tenho medo. Mostra-me Sua Glória. Mostra-me Sua Glória. Mostra-me Sua Glória. Mostra-me Sua Glória. Eu estou impressionado com Sua beleza, perdido em Seus olhos. Eu anseio por andar na Sua Presença como Jesus andou. Sua Glória me rodeia e estou extasiado. Eu anseio olhar na face daquele a Quem eu amo. Anseio permanecer em Sua Presença que é onde eu pertencço." (T.L.A.)

6.2.6 Awakening

Figura 43: Capa do CD Awakening – Jesus Culture (2011)



Fonte: Acervo do site do Jesus Culture. <jesusculture.com> Acesso em 14 de set. de 2012. Design de Nathan Grubbs.

O último álbum lançado não é apenas da banda, mas de todo o movimento, com participação de outros artistas. Porém a maior parte das canções são interpretadas pela banda Jesus Culture, e muitas são regravações de músicas já lançadas pela banda anteriormente. Um CD duplo, que não acompanha DVD, foi gravado na Conferência Jesus Culture em Chicago, Illinois, realizado pela primeira vez em um estádio, com quase 20 mil pessoas.

6.3 Utilização de outras mídias

6.3.1 Site

Figura 44: Home do Site JesusCulture.com



Fonte:<jesuculture.com> Acesso em 17 de set. de 2012.

Originalmente o site era jesusculture.org, porém hoje o jesusculture.com é na verdade o site de todo o MJC. A inserção de conteúdo nele é constante, porém não em todas as áreas do site e a frequência não é muito regular, variando em quantidade de período para período. Ele possui diversas áreas de conteúdo, sendo que a maioria delas é ligada ao MJC. Porém, o linha tênue entre o Movimento e a banda parece inexistir em algumas áreas do site, que parece ter muitas áreas ainda em fase de ajustes.

Na Home, um banner dinâmico apresenta as cinco últimas principais notícias ligadas ao MJC. Ao lado há vídeos de videoblogs da equipe, de testemunhos¹⁶⁴ ligados a ações do MJC, entre outros. Abaixo, links para as mídias sociais em que o Jesus Culture está presente e highlights das principais programações que estão acontecendo no site e no Movimento, além de uma área com alimentação do Twitter, com twitts de diversos membros do movimento (como músicos das bandas, pastores, líderes).

O site tem os seguintes conteúdos:

- Artigos, tanto dos pastores e membros do MJC, quanto de pastores e membros da Bethel Church.
- Galeria de fotos dos eventos que a banda Jesus Culture e demais artistas do Movimento participam (porém não é atualizado com frequência).
- Testemunhos
- Blogs do Pastor Banning Liebscher (pastor e diretor do MJC) e do Jerry Niswander (diretor e empresário da banda Jesus Culture), porém não são atualizados com frequência.
- Área de media, com vídeos e canções gratuitas, pregações, bate-papos sobre temas diversos, sessões de louvor e orações que aconteceram anteriormente, vídeos promocionais dos próximos eventos, uma área chamada Revival Chats (que reúne vários vídeos com conversas com grandes pastores de todo o mundo sempre conversando sobre avivamento). Essa área é atualizada com frequência e possui bastante conteúdo.
- Área de música, que contém todos os cantores e bandas do MJC, cifras das músicas, contato, convite para shows, licenciamento de canções e lançamentos.

164

Nas igrejas evangélicas, costuma-se contar algo que Deus tenha feito em sua vida. O nome dado a esse tipo de prática é testemunho.

- Loja online, para comprar os produtos (CDs, DVDs e livros) do MJC.
- Podcasts da liderança do MJC, que discutem assuntos diversos sobre avivamento e temas ligados ao Movimento. Ele tem integração com o iTunes, que você pode baixar diretamente e de graça.

Figura 45: Site do Jesus Culture - Área Jesus Culture Band



Fonte: <<http://www.jesusculture.com/music/jesus-culture-band>> Acesso em 17 de set. de 2012.

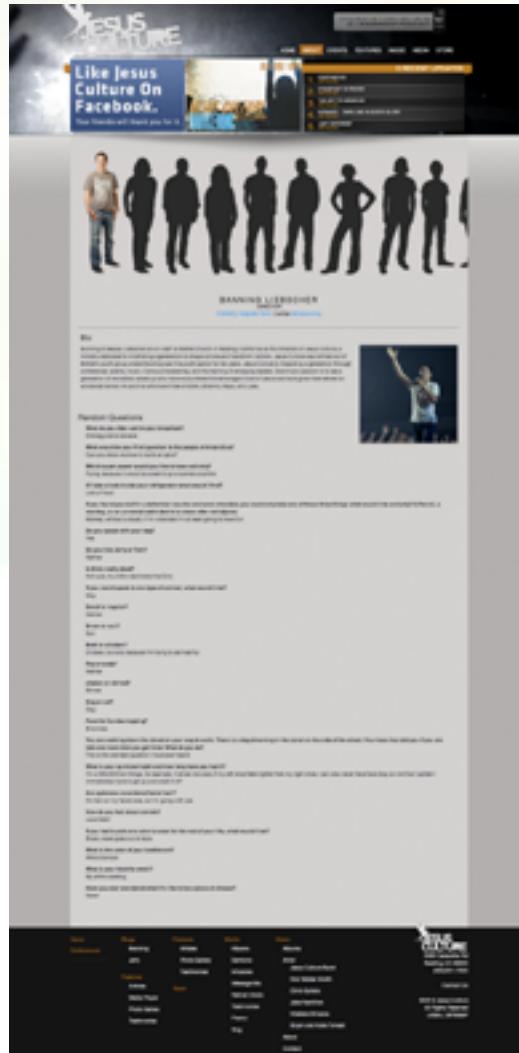
A área da banda Jesus Culture no site, por si só, não possui muito conteúdo. Porém, o conteúdo sobre a banda se mistura com o do MJC no restante do site. Nessa área em específico, há uma breve descrição sobre a banda, algumas fotos, equipamentos que usam, os projetos (álbuns lançados) – com pequenos previews de todas as canções, o que está por vir e uma área de mídia, que na verdade só tem um vídeo da banda.

No restante do site, encontramos muitas fotos nas galerias, vídeos, artigos, gravações de momentos de louvor da banda na Bethel Church em outros lugares, agenda, entre outros. Porém, a navegação no mesmo é um pouco confusa, cabendo ao usuário procurar o conteúdo e tentar entender a dinâmica do site.

O layout do site é trabalhado com as cores azul, laranja, preto e tons de cinza, com a utilização de pelo menos uma foto em cada sessão, sendo sempre fotos profissionais. O rodapé se mantém o mesmo em todas as páginas, já o cabeçalho possui o mesmo menu, porém ele possui conteúdo dinâmico, com um gadget com as últimas atualizações no site, assim como um banner com divulgações diversas (desde link para curtir a página do Jesus Culture no Facebook, até últimos trabalhos dos artistas do MJC), também há um pequeno banner acima do menu, que se mistura ao fundo do site, que hoje está divulgando os podcasts, mas ele também varia de tempos em tempos.

Na área Team, há um menu interativo, onde você passa pela foto de cada membro da equipe. O grupo ali mostrado ainda é apenas a da própria banda Jesus Culture e pessoas das demais funções administrativas, não tendo ainda os demais artistas do movimento. Em cada pessoa, há uma breve descrição sobre ela e uma série de 27 “perguntas aleatórias” como “O que você normalmente come de café da manhã?”, “Você fala com o seu cachorro?”, “Como você se sente a respeito de cenouras” ou “Elvis realmente está morto?”.

Figura 46: Site do Jesus Culture - Área Team¹⁶⁵



Fonte: <<http://www.jesusculture.com/music/jesus-culture-band>> Acesso em 17 de set. de 2012.

6.3.1.1 Hotsites para CDs da banda Jesus Culture

Foram lançados 2 dois hotsites para lançamento dos CDs Come Away e Awakening. Os hotsites porém não são acessíveis hoje pelo site principal, talvez estivessem durante o período de divulgação apenas por banners no site principal ou diretamente pelo link.

No hotsite de Come Away, além de breves descrições sobre o álbum, há dois textos em estilo blog de Chris Quilala e Kim Walker contando sobre a gravação, previews em áudio e vídeo de todas as músicas do CD e DVD, link para comprar direto no iTunes ou na Jesus Culture Store, há também vídeos de integrantes da banda contando sobre músicas do álbum, processo de composição etc.

No hotsite de Awakening há apenas um texto sobre o álbum, dois vídeos gravados durante a Conferência e previews de todas as faixas do CD (que é duplo).

6.3.2 Facebook

Figura 47: Página do Jesus Culture no Facebook



Fonte: <<http://www.facebook.com/jesusculture>> Acesso em 17 de set. de 2012.

Existente desde 5 de março de 2009, a página do Jesus Culture no Facebook é hoje um dos principais canais de comunicação entre a banda e os fãs. Com mais de 795 mil pessoas curtindo a página, ela hoje consegue se comunicar de forma mais efetiva, quase que diariamente com o público que a segue. Possui conexão com o Twitter, com alimentação de conteúdo simultânea entre

os dois.

O texto “sobre”, diz “A página Jesus Culture oficial. Não apenas uma banda, mas um ministério para inflamar o avivamento nas nações da terra. Jesus Culture é um ministério da Bethel Church em Redding, CA”.¹⁶⁶ Hoje, em todas as mídias sociais, a imagem do perfil é o último álbum do MJC, *Awakening*.

O limite entre a banda e o MJC aqui também, assim como no site, é bem imperceptível. Nos três primeiros anos da página, ela parecia ter seu foco bem mais direcionado às informações da própria banda, mas no último ano, ela começou a ampliar um pouco mais seu foco de interesse, divulgando também os novos trabalhos dos demais artistas do MJC e da própria Bethel Church.

A página divulga todo o conteúdo lançado pelo Movimento, assim como eventos (utilizando-se também, normalmente, do aplicativo de eventos do Facebook), mas também costuma apenas “puxar-papo” com o público, fazendo perguntas como “Hoje é dia do trabalho nos Estados Unidos. O que vocês vão fazer hoje?” ou “Que música de louvor vocês tem tocado ultimamente?”. Eles também constantemente postam algum versículo bíblico ou frase com conteúdo bíblico. Outra forma de inserção de conteúdo na página são as fotos, que nos últimos meses têm sido mais inseridas via Instagram. As fotos vão desde fotos oficiais dos eventos, até reuniões da banda e momentos engraçados. Os posts com conteúdo que não seja apenas divulgação de eventos costumam ter cerca de 3 mil curtidas, e todos costumam ter compartilhamentos. Não é comum a página responder aos comentários das mensagens, mas nos eventos criados no Facebook, ela sempre tira as dúvidas dos participantes. A escrita sempre é descontraída, com o uso de gírias e expressões idiomáticas. São sempre em inglês, mas quando vinham fazer turnê no Brasil, por exemplo, fizeram alguns posts em português, principalmente nos eventos específicos dos shows criados no Facebook.

Além da página do Jesus Culture, alguns membros da banda também têm suas próprias páginas no Facebook: Kim Walker (com 283 mil curtidas), Chris Quilala (com 43 mil curtidas) e Jeffrey Kunde (com 1600 curtidas). Brandon Aaronson e Ian McIntosh têm apenas perfis. Josh Fisher não tem Facebook oficial.

166

<<http://www.facebook.com/jesusculture/info>> Acesso em 17 de set. de 2012. (T.L.A.)

6.3.3 Instagram

Figura 48: Instagram do Jesus Culture – Home



Fonte: @jesusculture no aplicativo e mídia social Instagram. Acesso em 17 de set. de 2012.

O Jesus Culture está no Instagram há mais de um ano e meio, e hoje eles têm cerca de 22 mil seguidores. Inicialmente a postagem do conteúdo era bem espaçada, quase que apenas uma foto por mês. Porém, nos últimos meses, ela tem sido mais frequente, principalmente em períodos

em que Conferências do Jesus Culture estão acontecendo. Assim como nas demais mídias online, não fica muito claro se ele é da banda ou do MJC.

As fotos variam desde momentos de diversão da banda e equipe administrativa, até fotos dos shows, por todo o mundo (inclusive no Brasil). Assim, eles permitem que o público tenha acesso ao backstage, o que acontece por detrás dos shows do Jesus Culture.

Figura 49: Foto no Instagram do Jesus Culture



Fonte: @jesusculture no aplicativo e mídia social Instagram. Acesso em 17 de set. de 2012. – Imagem de uma reunião de oração anterior a Conferência em Nova York (2012).

Além do Instagram oficial do Jesus Culture, outros membros da banda, como Kim Walker, Chris Quilala, Ian McIntosh e Jeffrey Kunde têm também os seus particulares. Neles, eles postam desde conteúdo relacionado à banda e ao MJC, como também fotos da sua vida pessoal.

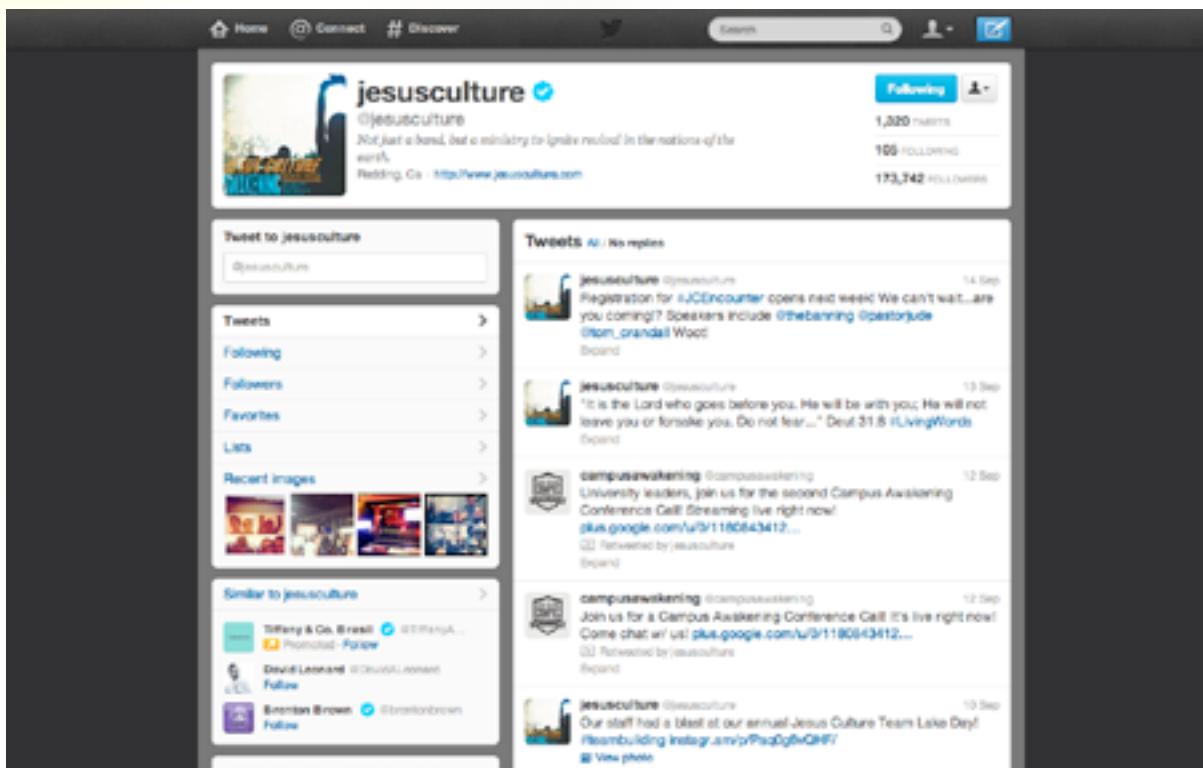
Figura 50: Foto no Instagram do Chris Quilala



Fonte: @chrisquilala no aplicativo e mídia social Instagram. Acesso em 17 de set. de 2012. – Foto postada por Chris Quilala com sua filha de dois anos ao fundo, saindo para um passeio.

6.3.4 Twitter

Figura 51: Página do Jesus Culture no Twitter



Fonte: <<https://twitter.com/jesusculture>> Acesso em 17 de set. de 2012.

O Twitter do Jesus Culture (@jesusculture) segue o mesmo padrão do Facebook, inclusive porque há o compartilhamento de conteúdo entre as duas mídias. Ele tem mais de 173 mil seguidores e a quantidade de posts costuma ser frequente, ou seja, quase todos os dias e, normal-

mente, com dois twitts no mesmo dia. O texto de sua descrição é “Não apenas uma banda, mas um ministério para inflamar o avivamento nas nações da terra”.¹⁶⁷

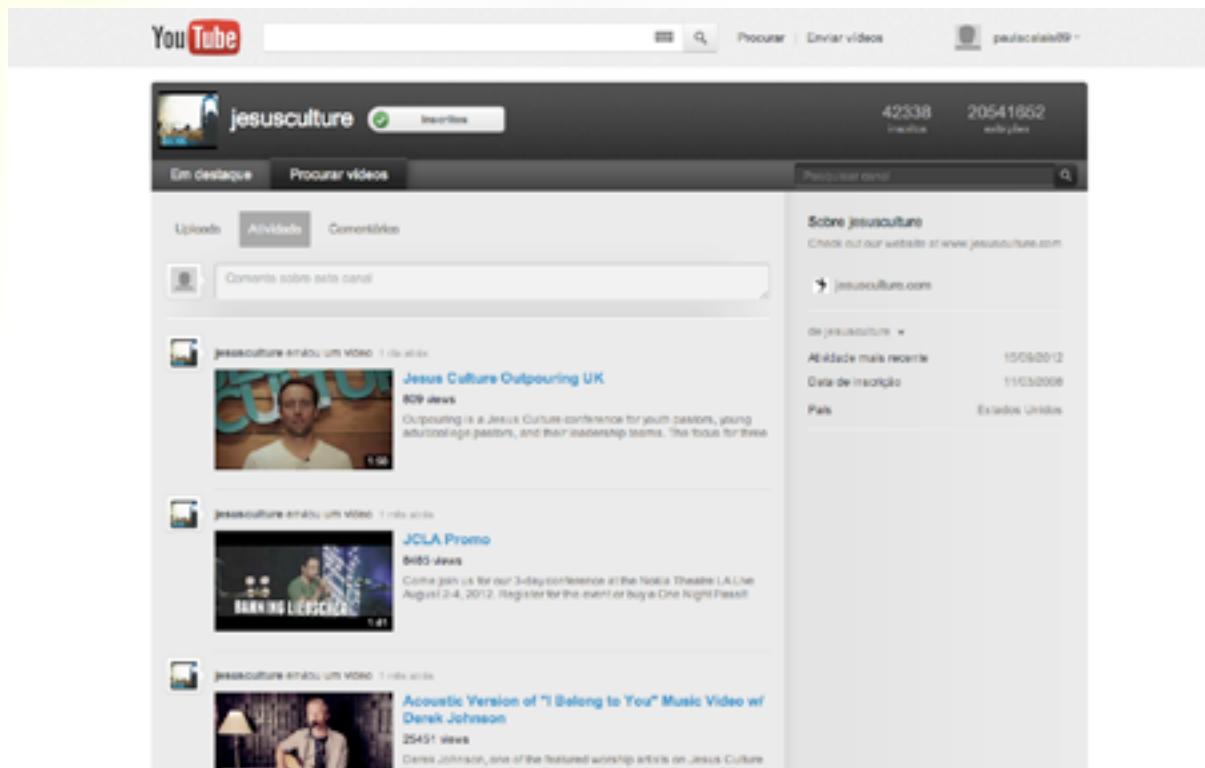
A linguagem, assim como no Facebook, é descontraída. No Twitter eles divulgam as informações dos eventos e o que está acontecendo com a banda e com o MJC. Ainda, assim como no Facebook,

Além do Twitter oficial, os integrantes da banda que possuem seu próprio Twitter são: Kim Walker (@kimwalkersmith – com 81.020 seguidores), Chris Quilala (@chrisquilala – com 36.796 seguidores), Brandon Aaronson (@BrandonAaronson – com 1.565 seguidores), Ian McIntosh (@ianmcintosh – com 3.788 seguidores). O baterista da banda, Josh Fisher, não possui perfil em nenhuma das mídias sociais citadas, pois, segundo ele mesmo, não entende muito dessas tecnologias. Nos seus perfis pessoais eles dão constantemente teasers sobre coisas que estão acontecendo com a banda, que o público ainda não sabe, e também fazem, ocasionalmente, posts sobre suas vidas pessoais. Os músicos da banda também costumam falar sobre instrumentos e equipamentos que utilizam e tiram dúvidas do público

167 <<https://twitter.com/jesusculture>> Acesso em 17 de set. de 2012. (T.L.A.)

6.3.5 Canal no YouTube

Figura 52: Canal do Jesus Culture no YouTube



Fonte: <<http://www.youtube.com/jesusculture>> Acesso em 17 de set. de 2012.

O Canal oficial do Jesus Culture no YouTube tem mais de 42 mil inscritos e quase 21 milhões de exibições. A postagem de conteúdo costuma ser de pelo menos 4 vídeos por mês. O canal representa mais o MJC como um todo do que a banda em si. O canal divulga eventos e novos

artistas do Movimento, mas, como de costume, de uma forma informal e costuma ser feita com entrevistas ou depoimentos contando o que estava por trás da gravação daquele álbum ou expectativa para o evento. Eles costumam postar muitos videoblogs com a banda Jesus Culture na estrada, assim como vídeos mostrando como foram os eventos. Os vídeos costumam ser engraçados e com momentos de descontração entre eles, nunca nada formal demais. Algo interessante que eles também fazem é postar tutoriais das guitarras das canções da banda, para que as pessoas aprendam a tocá-las, e sempre o próprio guitarrista, Jeffrey Kunde, que ensina nesses tutoriais. Os vídeos são sempre bem gravados e editados.

No dia 17 de setembro de 2012, eles postaram no canal um teaser para o novo álbum da banda, gravado ao vivo na Conferência Jesus Culture que aconteceu em Nova Iorque, em junho deste ano. O álbum será lançado em Novembro com a participação de Martin Smith, cantor e produtor que participou dos shows da banda nesta Conferência. Ainda não foram divulgadas outras informações a respeito do álbum.

6.4 Eventos

6.4.1 Conferências Jesus Culture

As Conferências Jesus Culture normalmente são um evento de 3 dias e podem acontecer mais de uma vez no ano. Inicialmente elas aconteciam em Redding, Califórnia, mas à medida que o sucesso da banda e do MJC aumentava, ela começou a ser realizada também em outras cidades, até hoje apenas nos EUA. As Conferências têm por objetivo permitir um encontro com Deus, equipar as pessoas e enviá-las as suas cidades transformadas. A ideia é basicamente preparar uma geração para o avivamento e enviá-la para suas cidades, universidades, escolas e trabalhos, sendo capaz de trazer uma transformação de estilo de vida sobrenatural. Eles não buscam apenas uma transformação espiritual, mas querem também que isso reflita na sociedade. No livro Jesus Culture, o diretor do MJC, descreve o que eles buscam em suas Conferências:

Nas Conferências Jesus Culture, esta é uma das nossas missões – não apenas levantar pregadores, mas avivadores que são CEOs de empresas multibilionárias; mães que abrem lares para mães solteiras; assistentes sociais que podem mudar a forma que cuidam das nossas crianças; políticos que fazem leis que refletem o conselho do Senhor; juízes que estendem o cetro da justiça de Deus na Terra; autores que escrevem livros que revelam a natureza e o caráter de Deus para uma nação; roteiristas que escrevem filmes que nos completem a uma ação para o bem; e diretores que descobrem métodos melhores para educar nossos estudantes. [...] Há mais do que apenas pregadores no nosso meio: há avivadores que vão transformar a cultura ressuscitando todas as sete montanhas da sociedade [Mídia e artes; Governo; Educação; Economia; Religião; Ciência e Tecnologia; e Família].¹⁶⁸

¹⁶⁸ A programação costuma acontecer durante o dia inteiro, com algumas horas de pausa. LIEBSCHER, Banning. 2009, p. 61 e 62 (T.L.A.)

sas para o almoço e jantar. Ela contém períodos de louvor, ministração da palavra¹⁶⁹ e sessões de ativação¹⁷⁰. Em todas as Conferências a banda Jesus Culture está presente, juntamente com outros artistas do MJC, o diretor do Movimento, Banning Liebscher, e outros pregadores¹⁷¹ convidados.

Elas costumam ser chamadas de Jesus Culture Encounter quando acontecem em Redding, já quando são em outras cidades elas têm nomes diversos, mas muitas vezes apenas recebem o nome da cidade em que acontecem, como Jesus Culture New York (JCNY – Conferência que aconteceu em 2012).

Em 2011, a Conferência foi em Chicago, chamada de Awakening, e nela foi gravado um CD do movimento. Em 2012, além do Jesus Culture Encounter, em janeiro, ela aconteceu também em Nova Iorque (junho) e Los Angeles (agosto). Um novo álbum da banda será lançado com a gravação feita em Nova Iorque.

A divulgação sempre é feita majoritariamente online, utilizando-se de todas as mídias sociais em que atuam. A participação do público sempre é fundamental nesse processo.

6.4.2 Apenas a banda Jesus Culture

Outras igrejas (além da Bethel Church), ministérios ou organizações frequentemente convidam a banda para fazerem o momento de louvor em suas próprias Conferências e eventos. Nesses eventos, a banda costuma ir sozinha, sem acompanhamento do pastor Banning Liebscher

169 O momento da palavra normalmente é conhecido nas igrejas evangélicas como o período em que o pastor ou qualquer ministro autorizado anuncia a palavra de Deus, propagando o cristianismo, normalmente em formato de sermão.

170 As sessões de ativação são momentos específicos em que se acredita que há a transferência ou a ativação de dons, como cura, palavras de conhecimento (quando se recebe uma informação sobre algo ou alguém de forma sobrenatural, ou seja, não haveria como se saber daquilo sem que Deus dissesse), dom de línguas, entre outros. Elas não são impositivas, o recebimento é opcional.

171 Pregador é o nome que dá, usualmente, a aquele que prega/ministra a palavra.

ou qualquer outro artista do MJC. Porém, eles não eventos que tenham apenas momentos de louvor. Todos eles sempre têm que ter momentos de palavra ou ministração para que a banda aceite ir.

6.4.3 *Jesus Culture One Night*

São apenas uma noite de evento do Jesus Culture. Consistem em louvor (ministração de canções da banda), momentos de oração, períodos de ministração¹⁷² e pregação da palavra. Elas sempre consistem na banda Jesus Culture fazendo o momento de louvor e o pastor diretor do MJC, Banning Liebscher, ministrando e pregando. A nível de comparação com a terminologia utilizada por outros artistas ou bandas, o Jesus Culture One Night pode ser considerado como o “show” da banda, já que eles não fazem nenhum tipo de evento que se baseie apenas em uma apresentação musical do Jesus Culture.

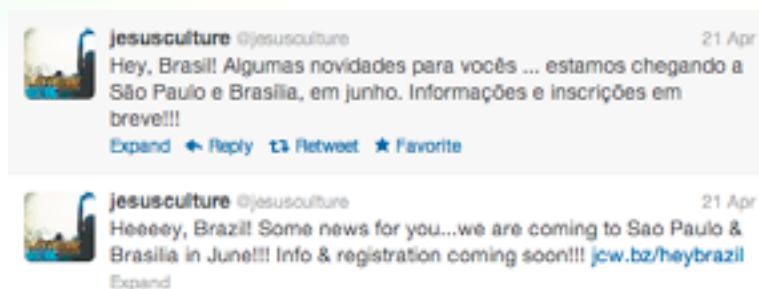
Durante a realização deste trabalho, o Jesus Culture fez uma breve turnê no Brasil, fazendo um evento em São Paulo e um em Brasília. O tipo de evento realizado foi o Jesus Culture One Night, o que nos permitiu fazer uma análise um pouco mais profunda sobre esse tipo de evento que eles realizam.

172 Normalmente consistem em momentos de oração sobre situações nas vidas das pessoas. É um período em que o foco é em ajudar as pessoas presentes, seja orando, conversando com elas, direcionando-as a algo ou as inspirando.

6.4.3.1 Jesus Culture One Night Brasília/São Paulo

Em abril, a banda anunciou que estaria vindo para o Brasil realizar dois eventos, um em Brasília e outro em São Paulo. Eles postaram no dia 21 de abril no Twitter uma mensagem avisando que vinham ao Brasil, não só em inglês, mas também em português. A mensagem foi também automaticamente postada no Facebook.

Figura 53: Posts no Twitter sobre a vinda do Jesus Culture ao Brasil



Fonte: Twitter @jesusculture – Acesso em 17 de set. de 2012.

Junto ao post, eles passavam um link hospedado no próprio site deles com um video-blog da banda, de nome Hey Brazil, em que eles anunciavam que vinham ao Brasil, comemorando e divulgando as datas e os locais dos eventos. O vídeo também foi postado no canal no YouTube.

Figura 54: Imagem do Vídeo Hey Brazil



Fonte: <<http://www.jesusculture.com/m/blogs/hey-brazil>> Aceso em 17 de set. de 2012.

Em seguida foram criados eventos no Facebook e a divulgação, majoritariamente on-line, começou. Foi também criada uma página oficial do Jesus Culture no Brasil no Facebook. Quando os ingressos começaram a ser vendidos, isso foi divulgado em todas as mídias sociais. A banda postava conteúdo em português constantemente no evento criado no Facebook. Poucos dias depois da primeira notícia, foi lançado um vídeo no canal do YouTube com Kim Walker e Chris Quilala falando sobre a vinda ao Brasil. Ainda, divulgaram uma foto no Instagram tirada no mo-

mento da gravação desse vídeo, porém sem mencionar o evento. O vídeo foi compartilhado em todos os canais de mídias sociais da banda. Sempre era divulgado o link jesusculture.com/brasil. Apesar de indicar estar no site oficial do Jesus Culture, o link direcionava para o hot site www.jesusculturenobrasil.com.br, desenvolvido pela organização brasileira do show. Nele, além de um vídeo promocional (também desenvolvido pela organização brasileira), o usuário encontrava informações sobre o show (onde comprar ingressos, compra online, o que era o One Night, entre outras), área de imprensa e uma promoção simples que sortearia CDs e dava uma visita ao backstage em cada cidade.

Figura 55: Hotsite do Jesus Culture no Brasil



Fonte: <<http://www.jesusculturenobrasil.com.br>> Acesso em 18 de set. de 2012.

Dois tipos de ingresso estavam sendo vendidos: Jesus Culture Friends (R\$ 50,00 a meia-entrada) e arquibancada (R\$25,00 a meia-entrada). O Jesus Culture Friends pode ser considerado com um VIP, já que ficava mais próximo ao palco e podia participar de uma sessão de perguntas e respostas com a banda antes do show. Em Brasília, no Ginásio Nilson Nelson, toda a área de pista foi separada para o Jesus Culture Friends.

Nas páginas dos eventos no Facebook, a banda perguntava quais eram as músicas preferidas, qual era a expectativa das pessoas para o One Night, além de fornecer informações para o público.

A divulgação aconteceu muito mais por boca-a-boca, principalmente nas igrejas, e compartilhamentos na internet. Pudemos acompanhar pessoas postando, espontaneamente, conteúdo a respeito do show e se preparando para o mesmo. Uma grande forma de divulgação era através dos próprios pastores nas igrejas, que falavam sobre o evento, mesmo sem estar envolvidos na organização.

No início de abril, eles divulgaram mais um videoblog em que Banning Liebscher, juntamente com o tradutor e pastor Ed Rocha – tradutor do evento no Brasil – além de informar datas e locais, falava sobre a vinda e qual era o objetivo deles com esses eventos.

[...] Eu quero tirar um momento para compartilhar o que está no nosso coração do porquê de estarmos indo ao Brasil. A maioria das pessoas já ouviu falar da adoração do Jesus Culture como uma banda. Mas o nosso coração em ir ao Brasil é mais do que um evento de louvor e adoração. Por anos nós ouvimos tudo que Deus tem feito na nação do Brasil. Aqui na América, aqui na Califórnia, nós temos ouvido testemunhos do que Deus tem feito no Brasil e isso têm nos deixado maravilhados. E quando apareceu a oportunidade de irmos ao Brasil, nosso coração era de servir em parceria em tudo o que Deus já está fazendo. E mais do que um evento de adoração, mas uma noite de união com pastores, líderes e outros cristãos para buscar Deus com todo nosso coração e ver um despertar em toda a nação. Nós acreditamos que Deus está movendo em nações por todo o mundo, mas acreditamos que Deus está com os olhos sobre o Brasil e acreditamos que podemos convocar uma geração para buscar o Senhor com todo o seu coração e então vamos ver um despertar em um outro nível. [...]

Ao mesmo tempo que o vídeo estava sendo gravado, eles postaram uma foto no Instagram referente ao momento, sendo a primeira de sete menções à vinda ao Brasil nessa mídia social pelo canal oficial.

Figura 56: Primeira menção direta à vinda ao Brasil no Instagram do Jesus Culture



Fonte: @jesusculture no aplicativo e mídia social Instagram. Acesso em 18 de set. de 2012.

Por causa deste trabalho, nós conseguimos acesso ao evento como imprensa em Brasília. A comunicação com a imprensa era um pouco informal, mas bem estruturada. Em Brasília, estava programada uma coletiva de imprensa, porém ela foi cancelada pois em São Paulo eles tiveram um incidente em que pertences da banda (cartões de crédito, dinheiro, passaportes, iPad, câmera fotográfica etc.) foram roubados, então, devido ao período que passaram na delegacia, a programação da banda atrasou e não houve tempo suficiente para a realização da coletiva em Brasília. Entretanto, foi entregue para toda a imprensa um kit com o CD Awakening, caneta, bloco de notas com a marca do Jesus Culture, além das credenciais, com acesso a área do Jesus Culture Friends no show.

Antes de começar o show em Brasília, aconteceu o momento de perguntas e respostas do Jesus Culture Friends. Foi um momento bem descontraído. Antes mesmo de começar, Kim Walker quis falar um pouco sobre o One Night.

Antes de começarmos, gostaria de compartilhar nosso coração com vocês. Nós estamos aqui para adorarmos Jesus com vocês. Nós poderíamos fazer um bom show e cantar canções bonitas. Mas isso não nem perto de tão maravilho de ter um verdadeiro encontro com Jesus. E esse é a razão de estarmos aqui, para que todos tenham um encontro com Jesus esta noite. E nós temos orado por todos vocês para que esta noite na adoração você encontre a Presença Dele. E se você precisar de cura no seu corpo, você seja curado, se você precisar ser liberto, que você seja liberto essa noite, que o que for que você precisa, que você encontre na Presença Dele. Então nós queremos que você saiba desde o começo, que o nosso coração é que todos nós entremos na Presença Dele esta noite, como um corpo em Cristo. E que possamos encontra-lo juntos.¹⁷³

A banda fazia brincadeiras em meio às respostas, mas também sempre falava de Deus e de como funcionava a adoração para a banda. As respostas eram bem mais de temática espiritual. Mais de uma vez, eles falaram de como a banda não foi planejada e como ela simplesmente aconteceu.

O show seguiu bem o padrão dos DVDs, com uma adoração natural. Kim Walker,

como de costume, fez muitos espontâneos. Após o momento de louvor, Banning Liebscher, ministrou uma breve palavra e fez um momento de orações por curas. Após a oração foi aberto para que pessoas viessem contar testemunhos de curas que aconteceram ali após a oração. Várias pessoas foram até os microfones, que estavam nas laterais do palco para contar testemunhos. Após esse momento, a banda voltou e tocaram mais canções. Para finalizar, o pastor veio e mais um momento de oração. Após a banda sair do palco, o público começou a gritar pedindo por mais uma canção, gritando “He loves us”, pedindo a música How He loves. Eles voltaram e tocaram outra música, mas após essa música, o público continuou pedindo por How He Loves, então a banda a tocou e foi a última canção da noite.

Figura 57: Kim Walker no Jesus Culture One Night Brasília



Fonte: Acervo pessoal de Paula Calais. Fotógrafo: Rodrigo Guilherme

Figura 58: Chris Quilala no Jesus Culture One Night Brasília



Fonte: Acervo pessoal de Paula Calais. Fotógrafo: Rodrigo Guilherme

Figura 59: Banning Liebscher no Jesus Culture One Night Brasília



Fonte: Acervo pessoal de Paula Calais. Fotógrafo: Rodrigo Guilherme

Figura 60: Banda e palco no Jesus Culture One Night Brasília



Fonte: Acervo pessoal de Paula Calais. Fotógrafo: Rodrigo Guilherme

Durante o evento em São Paulo, eles postaram um videoblog com o pastor Banning contando como estava sendo a viagem. Após os eventos, eles postaram no site e demais mídias sociais dois vídeos com resumos dos eventos de Brasília¹⁷⁴ e São Paulo¹⁷⁵. Os vídeos mostravam partes das ministrações e dos testemunhos de cura dados durante o One Night, demonstrando coisas que não poderiam fazer antes por causa da enfermidade, imagens dos momentos de louvor, além de um pequeno depoimento de Kim Walker.

174 <<http://www.jesusculture.com/m/blogs/hey-brazil#/m/blogs/brasilia-recap>> Acesso em 18 de set. de 2012.

175 <<http://www.jesusculture.com/m/blogs/hey-brazil#/m/blogs/sao-paulo-brazil-recap>> Acesso em 18 de set. de 2012.

6.5 O imaginário Jesus Culture

Uma banda que é porta-voz de um Movimento, um Movimento que se vê reconhecido como uma banda. O que aconteceu com o Jesus Culture não é muito comum de se ver na música, principalmente em meio às bandas de rock. Uma banda que não pretendeu ser banda e simplesmente aconteceu. No caso do Jesus Culture, o limiar entre banda e Movimento, por ser tão irrisório, chega às vezes a nem existir. Numa via de mão-dupla, ambos ajudam a construir o imaginário um do outro em processos de contribuição ativos e passivos. Quando o público identifica uma banda antes mesmo de ela se modelar como uma, o processo inicial de formação do seu imaginário ocorre muito mais com elementos espontâneos do que com aqueles estruturados num processo prévio.

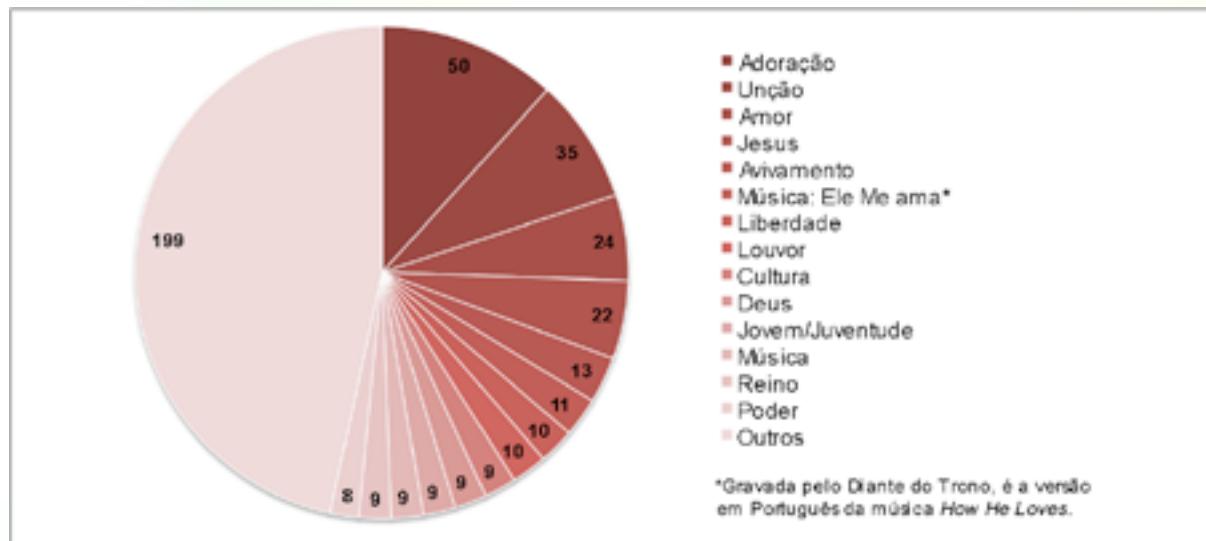
A “venda-casada” banda + Movimento é um produto que existe não apenas no campo conceitual, mas prático. Os modelos de eventos realizados pela banda são um bom exemplo disso. Não existe a possibilidade de se “comprar” apenas o produto “apresentação musical ao vivo” do Jesus Culture. Ele está sempre associado ao Movimento, com a pregação da palavra e ministrações. Os próprios CDs da banda trazem a mensagem explicando melhor o que é Jesus Culture, reforçando a ligação com MJC. Podemos resumir o posicionamento da banda em um texto que está no site de título Jesus Culture Music:

Jesus Culture Music existe para inflamar o avivamento nas nações da Terra. Nosso coração anseia por compelir o Corpo de Cristo [igreja] a se desprender completamente de si mesmo para viver um estilo de vida de adoração, motivado por uma paixão em ver Deus recebendo a glória que deve ser dada ao Seu nome. Nós desejamos que Jesus seja exaltado nas nações e que Sua Presença Manifesta invada este mundo. Embora nós almejemos que as pessoas cantem grandes canções de adoração, nós primeiramente somos comprometidos em vê-los virem a Sua Presença através da adoração, para encontrar o Seu extravagante amor e seu grande poder.¹⁷⁶

Como banda, por si só, o Jesus Culture faz sua parte em construir um imaginário que está ligado ao avivamento, jovens/juventude e rock cristão. Desde as letras de suas músicas até o figurino utilizado na gravação dos DVDs, tudo exala esses conceitos. Um elemento sempre está bem conectado ao outro. O discurso da marca Jesus Culture é sempre o mesmo não importando o interlocutor, banda ou MJC.

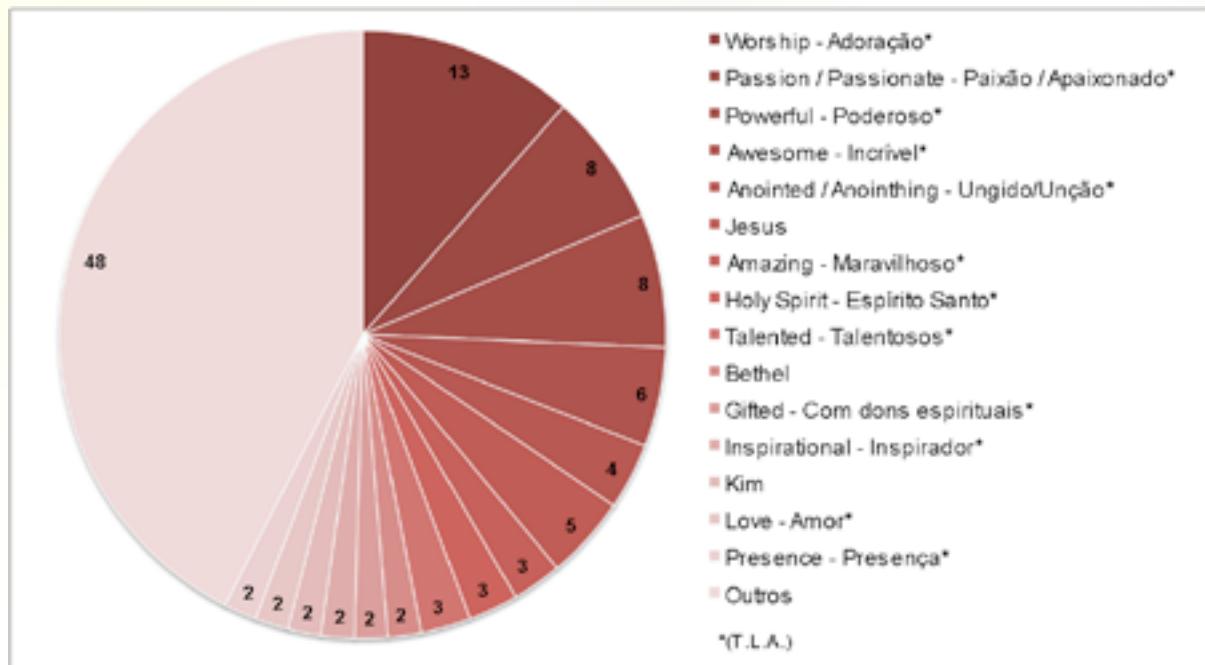
Realizamos um breve pesquisa na internet, buscando o que cercava o imaginário do Jesus Culture entre aquelas pessoas que o conheciam. As respostas não fugiram do que se esperava:

Figura 61: Gráfico contendo as palavras mais presentes no imaginário que envolve o Jesus Culture no Brasil



Fonte: Pesquisa Qualitativa realizada pelos autores deste trabalho, por meio de formulários anônimos online. Aplicada no Brasil durante os dias 5 a 12 de setembro de 2012. Contou com a participação de 226 pessoas, sendo que 174 declararam que conheciam ou conheciam bem o Jesus Culture. Resultados mensurados desconsiderando aqueles que não conheciam a banda Jesus Culture. A pergunta era: "Você poderia escrever 3 palavras que surgem na sua mente quando você pensa em Jesus Culture?".

Gráfico contendo as palavras mais presentes no imaginário que envolve o Jesus Culture em Países Diversos (Fora o Brasil)



Fonte: Pesquisa Qualitativa em inglês realizada pelos autores deste trabalho, por meio de formulários anônimos online. Aplicada em vários países durante os dias 5 a 12 de setembro de 2012. Contou com a participação de 51 pessoas dos países: EUA, Cingapura, Dinamarca, Reino Unido, Canadá e Austrália. Resultados mensurados desconsiderando aqueles que não conheciam a banda Jesus Culture ou respondiam do Brasil. A pergunta era: "Please write down 3 words that come to your head when you think about Jesus Culture?".

Nas duas pesquisas, a palavra Adoração está em primeiro lugar, evidenciando que o público compreende o tipo de música que o Jesus Culture toca como adoração, não apenas rock. As próprias palavras "unção" e "anointing", revelam como o público os vê, como se eles fossem separados para o sacerdócio ou algo divino os acompanhasse. Aqui, a finalidade da música se tornou

maior do que o próprio gênero. Na pesquisa em português, palavras como Avivamento, Liberdade, Poder, Amor e Reino estão ligadas ao discurso tanto da banda quanto do MJC, sendo que a 68% do público entrevistado declarou que apenas tinha ouvido falar mas sabia muito pouco a respeito ou tinha acabado de ficar sabendo (através da pesquisa) do Movimento Jesus Culture. Outro dado interessante da pesquisa no Brasil é a música “Me ama”, versão em português do grande sucesso do Jesus Culture, How He Loves, estar entre as palavras mais lembradas. Essa informação, associada ao fato de que 87% declarou saber que alguma versão de música do Jesus Culture era tocada em sua igreja, nos leva a perceber a importância da figura do prosumer na formação do imaginário de uma banda cristã. O imaginário da banda foi diretamente referenciado à manipulação de um terceiro no produto da banda, sobrepondo inclusive às menções da versão original da música. Na pesquisa em inglês, 88% do público declarou saber que a equipe de louvor de suas igrejas toca alguma música do Jesus Culture nos períodos de louvor. Portanto, se compreende como a reformulação do trabalho do artista, mesmo que por terceiros, funciona para divulgá-lo e contribui para a construção do seu imaginário. A pesquisa em inglês também revelou palavras que podem ser ligadas tanto a banda, quanto ao MJC.

O imaginário que cerca a banda, então, não pode ser desvinculado do imaginário do MJC, já que, mesmo que espontaneamente e sem um maior conhecimento do público geral acerca do Movimento, os discursos e elementos construtores de seus imaginários quando não são os mesmos, se entrelaçam.



CONCLU-
SÃO

7 CONCLUSÃO

A construção do imaginário, por si só, independente de estar ligado a música, acontece através de inúmeros processos que sempre dependem da compreensão pessoal de cada indivíduo. A significação no imaginário acontece sempre com uma interligação de sentidos. Cada elemento evoca outros incontáveis elementos, que possuem novas redes de significação. Quando analisamos a construção do imaginário das bandas U2 e Jesus Culture, cada elemento que este trabalho descreveu e analisou, trazia consigo sentido e significado para o imaginário delas. Fomos percebendo que os contextos históricos, contextos bíblicos, contextos conceituais, tudo colaborava para esse processo.

Ao analisar primeiramente o caso do U2, percebemos que seu imaginário foi construído ao longo de seus trinta e seis anos de carreira, mas também influenciado por todo o contexto da história do rock e até da música. Em cada letra de música, lançamento de álbum, em cada inovação nas turnês e nas coletivas de imprensa, um pouco dos elementos que nos fazem hoje remeter ao U2 foram disseminados pelos meios de comunicação em massa. Considerando que a dinâmica do negócio musical secular depende da motivação que o consumidor tem de usufruir do produto, conclui-se que o processo de formação do imaginário do U2 se dá majoritariamente de forma ativa. Isso porque, são as produções da banda, veiculadas e apropriadas pela cultura de massa, que criam elementos para torná-la conhecida, desejada e lembrada.

Desde o início da carreira do U2 até hoje, os integrantes da banda tem uma participação muito grande no processo criativo de tudo o que fazem, inclusive resguardando contratualmente tal direito. Isso faz da criação do seu imaginário, não só ativa mas premeditada.

No imaginário dos consumidores do U2 são encontrados elementos que remetem à banda provenientes da produção desta, dos veículos midiáticos e do imaginário coletivo em geral. Os fatores que os levam a essa condição de fãs são subjetivos e sociais, concomitantemente.

A marca U2 vivenciou uma dinâmica de conscientização ampla, estando no auge e no declive. Por meio da comunicação em massa e dos seus produtos, ajudou a promover a reflexão de

muitos expectadores, influenciando-os. A marca também foi rejeitada devido ao excesso de exposição de Bono e do discurso engajador que proferiam. Isso aconteceu porque, na etapa inicial, não consideravam a consequência decorrente de cada ato que tinham, de cada produto que lançavam. Eles reconheciam o potencial comunicador da música e da performance, mas ainda não possuíam a maturidade para administrar esse potencial.

Hoje o U2 dispõe de recursos para administrar a própria imagem e o faz não só porque a dinâmica do mercado exige, mas por possuir o background de ter cometido os próprios erros e com eles aprendido. Os seus últimos trabalhos mostraram que eles buscaram aperfeiçoamento técnico adaptando-se ao mercado e à nova natureza da demanda de seus consumidores, mais tecnológicos, práticos e exigentes. O cerne da gestão da marca é se conhecer, saber dosar sua natureza e comunicá-la de forma inteligível.

Pode-se afirmar que o U2 é hoje conhecida como uma banda megalômana e engajada porque eles assim quiseram ser reconhecidos e com esse intuito tomaram atitudes, mas a formação do imaginário de uma banda nem sempre é um processo pensado em todas as suas etapas. No caso do Jesus Culture, por exemplo, a ave inserida na logomarca não possui significado, como afirmou o próprio criador do Movimento Jesus Culture, Banning Liebscher. Podemos perceber portanto que muitas vezes a significação de certas coisas já está tão incrustadas no nosso imaginário, que nem há a pausa para a reflexão sobre o sentido de cada elemento. Ainda, para o público, há a interpretação pessoal da significação de cada elemento.

Quando analisamos o imaginário do Jesus Culture, percebemos que ele transcende os limites da própria banda e do MJC. Quando falamos de uma banda de rock cristão, invocamos na mente de cada indivíduo inúmeras significações correlacionadas com todo o imaginário que cerca essa tema.

Começando pela música cristã, vamos desde o período bíblico, onde cada citação ligada a louvor e adoração se relacionam com música, sendo que essa própria terminologia bíblica aplicada à música cristã evoca novos sentidos à expressão. A construção da rede de significações do imaginário coletivo e, principalmente, individual cresce a medida que podemos perceber as diferentes experiências de cada indivíduo com a temática. Quando partimos para o restante da história

da igreja, invocamos no imaginário novas significações, que vão desde à música antes erudita até a música gospel. Para cada indivíduo, a forma como ele se relaciona com cada um desses elementos, contribui para mais essa construção que se relaciona com o Jesus Culture.

Acerca da discussão do rock como instrumento de adoração a Deus, quando passamos por toda a história da música na igreja cristã, percebemos que há divergência de ritos que vão muito além da música. A questão do rock, pode então ser concebida como mais uma das inúmeras discussões que variam de interpretação para interpretação bíblica. Sendo assim, a fé pode ser a grande elucidação para cada indivíduo, já que sua resposta não vem pela razão, mas pelo crer. Assim, podemos conceber que a decisão de crer ou não que seja correto tocar rock (ou qualquer outro estilo moderno), ou mesmo tocar instrumentos musicais, é pessoal e cabe a cada indivíduo, a cada igreja, a cada instituição.

No caso do Jesus Culture, podemos perceber que a marca busca falar primeiramente com cristãos, buscando um avivamento da igreja já existente. O que eles buscam fazer é transformar a igreja, principalmente a juventude de hoje e esta, uma vez transformada, levar adiante tudo aquilo que ela possui, impactando inclusive a sociedade. Por mais que o intuito da banda (e do MJC) seja evangelístico e, inicialmente, cristão, não podemos desconsiderar a repercussão positiva que esse processo também dá à marca. Quando falamos em um tipo de evento em que se espera que cada pessoa saia dali mudada e leve consigo uma transformação, obviamente acontece ali também uma experiência profunda com a marca, mesmo que o objetivo principal da banda (ou do MJC), seja ou não esse. Nesse ponto, entramos numa discussão que passa entre um limiar fino entre a fé e a visão mercadológica da questão. Portanto, vale ressaltar que este trabalho não visa apontar o objetivo de cada atitude da banda, mas apenas observar sua repercussão para a marca. Assim, podemos perceber que cada evento que a banda Jesus Culture participa funciona como um grande mecanismo de branding e que gera uma relação bem mais duradoura do público com a marca.

Essa relação também se estende para o formato de seus CDs e DVDs. Na era da Indústria de Massa, onde o estado contemplativo de ouvir um concerto ao vivo foi suplantado pela execução mecânica, o CD ao vivo é o grande placebo. Todos os CDs do Jesus Culture são gravados ao

vivo e como a intenção de suas canções é fazer com que as pessoas entrem no espírito de adoração (intento percebido também pela repetição de refrões e de pontes nas músicas, com participação efetiva do áudio do público nos CDs), o áudio do público presente no local facilita com que o ouvinte se conecte com a plateia presente. Isso acontece também porque o som de pessoas cantando junto com a banda cristã remete ao próprio momento do culto na igreja, onde inicialmente nosso imaginário nos remete quando falamos de música de adoração. Fazendo uma analogia, percebemos aqui o mesmo mecanismo das primeiras marcas que buscavam remeter à relação inicial de intimidade do vendedor com o produto. O CD ao vivo passa exatamente pelo mesmo processo de conexão e intimidade com o público. Os próprios espontâneos de Kim Walker colaboram neste processo, dando a sensação para o ouvinte de que algo novo, diferente do que se esperava da letra da canção, está acontecendo.

Nas mídias digitais, a marca mantém a mesma busca por intimidade com o público. A linguagem jovial e informal, contribui para uma construção de acessibilidade à banda, mantendo no imaginário a ideia de que ela é mais um ministério de louvor jovem, tornando-os mais acessíveis. O tipo de conteúdo também divulgado (testemunhos, conversas sobre avivamento, resumos dos eventos em que participaram) contribui ainda mais para o imaginário de uma banda cristã. Aqui, o foco que a banda dá a Deus, para o público, acaba dando ainda mais respaldo à banda.

Por último, não podemos desconsiderar a figura do prosumer, essencial no processo de construção de marca e divulgação de uma banda ou artista cristãos. Quando a música é tocada pelo ministério de louvor local da igreja, a banda (como o Jesus Culture) passa a ter um novo canal de divulgação de sua marca. Como nas igrejas as pessoas vão aprendendo as letras e melodias das canções e criando relações emocionais com essas músicas, quando elas vão para suas casas elas querem continuar ouvindo e sentindo o que sentiram na igreja. Quando procuram a música para ouvi-la, acabam descobrindo a banda original. Nesse processo, a figura do prosumer, aquele que inicialmente consumiu o produto da banda original e em seguida produziu por cima dele, tocando a música na sua igreja, acaba criando novas correlações de sentido e significação para a banda original. O Jesus Culture faz algumas pequenas ações que fortalecem esse processo (que é muito mais espontâneo) com iniciativas como colocar as cifras de suas músicas no site e os tutoriais de como

tocá-las em seu canal no YouTube.

Assim, percebendo o caso das duas bandas, compreendemos que a formação de seus imaginários acontece com processos tanto ativos quanto passivos. Por mais que as bandas muitas vezes tentem trabalhar suas imagens – no caso do U2, um processo um pouco mais observado do que no caso do Jesus Culture – a construção de seus imaginários também está ligada a diversos elementos que vão muito além do controle das bandas. O processo de escolha das músicas, do discurso, do modo de se vestir, de se portar, as ações (sejam elas de marketing e publicidade ou não), tudo isso vai construindo de forma ativa o imaginário de ambas. Essa construção porém vai muito além de processos diretos e facilmente detectáveis.

A partir desse trabalho, portanto, percebemos que para que a construção do imaginário que cerca um artista musical ou banda, assim como de uma marca qualquer, seja mais facilmente direcionada por elas é importante que seu discurso seja coerente e o mesmo em suas diversas manifestações. Quanto mais elementos exalarem aquilo que ela é, aquilo que ela busca mostrar, aquilo que ela busca fazer, mais facilmente o imaginário que a permeia vai transcrever o que ela é.



REFERÊN-
CIAS BI-
BLOGRÁ-
FICAS E
DOCUMENTEN-
TAIS

AAKER, David. Marcas: brand equity: gerenciando o valor da marca. São Paulo: Negócio Editora, 1998. Tradução: André Andrade.

BACZKO, Bronislaw. Imaginação Social. In: Enciclopédia Einaudi. Volume 5. Lisboa: Imprensa Oficial, Casa da Moeda, 1985.

BETTENSON, Henry. Documentos da Igreja Cristã. São Bernardo do Campo: ASTE, 2001.

BEVERE, John. O temor do Senhor. Descubra a chave para conhecer Deus na intimidade. Rio de Janeiro: Lan editora, 1959.

BÍBLIA. Bíblia de Estudo Dake, Finis Jennings Dake. Versão Almeida Revista e Corrigida. CPAD e Editora Atos, 1995.

BRAND. In: American Marketing Association Dictionary. Chicago: American Marketing Association, 2012. Disponível em: <http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=B>. Acesso em: 4 set. 2012.

CASTORIADIS, Cornelius. A Instituição Imaginária da Sociedade. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

DOLGHIE, Jacqueline Ziroldo. Novos paradigmas em comunicação e cultura para análise do mercado do cântico evangélico. Disponível em: <http://www.mackenzie.com.br/fileadmin/Graduacao/EST/Publicacoes_-_artigos/dolghie_5.pdf> Acesso em: 20 set. 2012.

DOLGHIE, Jacqueline Ziroldo. Por uma sociologia da produção e reprodução musical do presbiterianismo brasileiro: a tendência gospel e sua influência no culto. 2007. 357 f. Tese (Doutorado em Ciências da Religião) – Faculdade de Filosofia e Ciências da Religião, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo, 2007.

DURAND, Gilbert. O Imaginário. Ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro: DIFEL, 1998.

FELLERER, Karl Gustav. The History of Catholic Church Music. Baltimore: Helicon Press, 1961. Tradução: Francis A. Brunner.

GUIMARÃES, Ricardo. Branding: Uma nova filosofia de gestão, IN: Revista ESPM, São Paulo: V. 10, ano 9, p. 86 – 103, março/ abril 2003.

HALEY AND HIS COMETS, Bill. Rock Around the Clock. (Em HALEY AND HIS COMETS, Bill. Rock Around the Clock: Decca Records. 1955. Lado A de disco sonoro. Faixa 1. 2 min 2 s.

ICHTER, William Bill Harold. A música e seu uso nas igrejas. Rio de Janeiro: JUERP, 1980.

JOHNSON, Bill. Quando o céu invade a Terra. Guia prático para uma vida de milagres. São Paulo: Editora Vida, 2010. Tradução: Lena Aranha.

LIEBSCHER, Banning. Jesus culture. Living a life that transforms the world. Shippensburg: Destiny image, 2009.

LIMA, Luiz Costa et al. Teoria da cultura de massa. Rio de Janeiro: Saga, 1969.

LINDSTROM, Martin. A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX. O espírito do tempo – 1 neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1981.

RANDAZZO, S. A criação de mitos na publicidade. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

RIES, A. TROUT, J. As 22 consagradas Leis do Marketing. São Paulo: Makron Books, 1993.

ROUSSEAU, René-Lucien. A Linguagem das cores. A energia, o simbolismo, as vibrações e os ciclos das estruturas coloridas. São Paulo: Editora Pensamento, 1980. Tradução: J. Constantino K. Riemma.

SADIE, Stanley. GROVE, George. The new Grove dictionary of music and musicians. Londres: Stanley Sadie Grove, 1980.

WANDERLEY, Ruy Carlos Bizarro. História da música sacra. Atibaia: Redijo, 1992.

WISNIK, José Miguel. O Som e o sentido. Uma e outras histórias. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

WISNIK, José Miguel. O som e o sentido. Uma outra história das músicas. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

Sites consultados:

<http://www.crossrhythms.co.uk/articles/music/Jesus_Culture_Kim_Walker_speaks_about_the_powerful_worship_ministry_from_California/38957/p1/> Acesso em 14 de set. de 2012.

<<http://www.joystrings.co.uk/>> Acesso em 7 de set. de 2012.

<<http://origemdapalavra.com.br/pergunta/avivamento/>>. Acesso em 7 de set. de 2012.

<<http://www.avivamentoja.com/pmwiki.php?n=Avivamento.Avivamento>>. Acesso em 7 de set. de 2012.

<<http://www.ibethel.org/bethel-school-of-supernatural-ministry>>. Acesso em 8 de set. de 2012.

<<http://www.christianbits.co.uk/product.php?id=XXBTH004>> Acesso em 8 de set. de 2012.

<<http://www.youtube.com/watch?v=3yVGoTRCtAw>>. Acesso em 8 de set. de 2012.

<<http://www.facebook.com/jesusculture/info>> Acesso em 17 de set. de 2012.

<<https://twitter.com/jesusculture>> Acesso em 17 de set. de 2012.

<<http://www.jesusculture.com/m/blogs/hey-brazil#/m/blogs/brasilia-recap>> Acesso em 18 de set. de 2012.

<<http://www.jesusculture.com/m/blogs/hey-brazil#/m/blogs/sao-paulo-brazil-recap>> Acesso em 18 de set. de 2012.

<<http://www.jesusculture.com/about>> Acesso em 18 de set. de 2012.

Canções:

EDWARDS, Misty. WIENS, DAVE. Oh How we want You to come. (Em CULTURE, Jesus. Jesus Culture Music. Everything. 2006. Lado A de disco sonoro. Faixa 1. 5 min 10 s.)

LARSO, Michael. WARD III, Nate. FRIZZELL, Kathy. WALKER, Kim. Show me Your Glory. (Em CULTURE, Jesus. Jesus Culture Music. Come Away. 2010. Lado A de disco sonoro. Faixa 10. 7 min 55 s.)

MCCLARNEY, Chris. Your Love Never Fails. (Em CULTURE, Jesus. Jesus Culture Music. Your Love Never Fails. 2008. Lado A de disco sonoro. Faixa 1. 7 min 58 s.)

MCMILLAN, John Mark. How He loves. (Em CULTURE, Jesus. Jesus Culture Music. We cry out. 2007. Lado A de disco sonoro. Faixa 7. 8 min 53 s.)

QUILALA, Chris. KUNDE, Jeffrey. Burning Ones. (Em CULTURE, Jesus. Jesus Culture Music. Consumed. 2009. Lado A de disco sonoro. Faixa 2. 7 min 03 s.)

SMITH, Jon Mann Smith. HILL, Rob. HUGHES, Tim. You (Reprise). (Em CULTURE, Jesus. Jesus Culture Music. Everything. 2006. Lado A de disco sonoro. Faixa 14. 4 min 11 s.)

U2. Gloria (Em U2. October: Island Records. 1981. Lado A de disco sonoro. Faixa 1. 4 min 14 s.)

U2. October (Em U2. October: Island Records. 1981. Lado B de disco sonoro. Faixa 2. 2 min 21 s.)

U2. One (Em U2. Achtung Baby: Island Records. 1991. Lado A de disco sonoro. Faixa 3. 4 min 36 s.)

U2. Sunday, Bloody Sunday (Em U2. War: Island Records. 1983. Lado A de disco sonoro. Faixa 1. 4 min 38 s.)