

Católico, Pop ou os Dois? Videoclipes Católicos, Apropriações e Ressignificações do Pop¹

Selene FERREIRA²

Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

Resumo

O artigo aqui apresentado toma por base dois videoclipes da cantora católica Ana Gabriela (“Eu vou gritar”³ e “Vou me entregar”⁴) para pensar as relações, cada vez mais evidentes, entre a produção musical católica e a cultura pop. A partir da análise das obras é possível detectar as apropriações que expressam uma mudança significativa nesse mercado musical, não apenas no tocante às músicas (ritmo, arranjo etc.), mas também na construção dos videoclipes (como movimentos de câmera, efeitos, cenários, figurinos e roteiro) Essa transformação, que está em curso faz muito tempo, tem se intensificado bastante atualmente, e o mercado musical católico se apropria, cada vez mais, da lógica que vigora no mercado musical como um todo, mais especificamente o *mainstream* e, nesse caso, as construções que são associadas à cultura pop.

Palavras-chave: música; juventude; videoclipe; religião.

Introdução

O ritmo é animado e dançante. Na tela vemos luzes, efeitos, cores. Há jovens fazendo uma coreografia juntos. O figurino é moderno e típico do universo juvenil, com jeans e acessórios. O cenário é urbano e atual. A protagonista é uma bela jovem de comportamento decidido, que olha para quem assiste numa atitude de desafio, como alguém que diz: “Estou falando com você!”. Tudo isso poderia ser encontrado facilmente em um videoclipe de alguma estrela do pop. O que não combinaria com esse universo é a letra da música e o cordão de linha com um Tau⁵ de madeira que a cantora leva ao pescoço, sempre

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda pelo Programa da Pós-graduação em Comunicação da UFF, e-mail: se_procult_uff@yahoo.com.br.

³ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=WF4F7UUyu1I> (acesso em 07/07/2015)

⁴ Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=p_cLgonM3zU (acesso em 07/07/2015)

⁵ O Tau é um símbolo cheio de significados. É a última letra do alfabeto hebraico e seu formato se assemelha à nossa letra “T”. Também representa uma cruz e tornou-se mais conhecido porque São Francisco de Assis o utilizava muito. Por esse mesmo motivo costuma ser associado ao santo e a tudo que tem relação com ele. É um dos principais símbolos da Comunidade Católica Shalom e todos os seus membros o utilizam pendurado ao pescoço, como descrito no texto. Para

visível por cima do figurino, sinal que caracteriza os membros da Comunidade Católica Shalom.

É cada vez mais comum a apropriação, por parte dos produtores e músicos ligados às diversas religiões (especialmente cristãs), de características da cultura pop. O mercado musical cristão tem apostado fortemente nessa estratégia para conquistar e fidelizar seu público.

Apesar do estigma de excesso de conservadorismo, nota-se que os católicos não ficam fora desse processo. Com estratégias como a que será analisada no presente trabalho, procuram romper com essa imagem e encontrar meios de se aproximar do público jovem, oferecendo a ele aquilo que já compõe suas referências, mas com remodelamentos que também sejam adequados aos valores e crenças defendidos pela religião.

É preciso falar a mesma língua

Uma das dificuldades que as religiões cristãs encontram para cativar mais fiéis está, muitas vezes, na forma como são vistas pelas pessoas em geral e em alguns dos meios utilizados para propagar sua mensagem. A imagem de tradição e conservadorismo que costuma ser associada a elas acaba por distanciá-las de possíveis fiéis, especialmente os jovens.

Como estratégia para modificar esse contexto é cada vez mais comum o uso de elementos que se aproximem do universo das pessoas que as religiões pretendem atingir. Sendo assim, vemos o surgimento de diversas apropriações no campo da cultura e da comunicação. Seja em meios como rádio, emissoras de TV e veículos de mídia impressa. Seja no mundo das artes, como música, teatro e dança.

Essas apropriações se caracterizam pelo uso de algumas linguagens artísticas/comunicacionais e sua adaptação ao conteúdo e às normas das religiões. São peças de teatro, espetáculos de dança, produções musicais, que tomam por referência o que é feito no circuito extra religioso para darem origem às suas próprias produções.

Tal movimento é observado mais frequentemente no meio evangélico. O mercado musical gospel, por exemplo, tem uma ampla lista de músicos e um público numeroso e fiel. Mas o que nem sempre chama atenção dos pesquisadores, apesar do crescimento que vem alcançando, é o mercado musical católico. Não apenas aquele formado pelos famosos

“padres cantores”, mas o que é composto também pelos leigos, figuras que se assemelham mais ao público a ser alcançado e geram laços de identificação com ele.

Para que esse movimento acontecesse no meio católico, alguns fatores foram preponderantes. Ressaltamos aqui dois deles: o Concílio Vaticano II, que representa uma abertura da Igreja Católica; e a maior participação do laicato, proporcionada, dentre outros fatores, pelo contexto das “novas comunidades”. As novas comunidades surgem como agregação de fiéis, por iniciativa própria dos leigos ou, em alguns casos, por iniciativa de algum sacerdote dirigida aos leigos. Algumas, com o passar do tempo, recebem aprovação diocesana, na condição de associação de fiéis, através de decreto do bispo da diocese onde se deu a fundação. (CNBB, 2009, p. 24)

Além disso, é preciso reconhecer também a importância da Renovação Carismática Católica⁶ (RCC), um movimento da Igreja que tem como diferencial a expressividade do pentecostalismo, o qual preza a experiência mística, sensorialidade, valoriza o Espírito Santo como agente na vida e nas sensações dos fiéis, assim como possui características específicas, por exemplo, o “repouso”⁷ e a glossolalia⁸. O crescimento da RCC é muito importante no processo de consolidação das “novas comunidades” e, especialmente no que diz respeito ao nosso país:

Muitas novas comunidades presentes no Brasil são de matriz carismática. Surgem, geralmente, a partir dos grupos de oração da Renovação Carismática Católica. A tendência que se verifica é a dos grupos de oração se unirem em pequenas comunidades com sede própria, estatutos ou regra de vida, carisma próprio, registro civil da entidade, com coordenação independente da Renovação Carismática Católica e da paróquia, com a assistência de algum padre. (CNBB, 2009, p.25)

É necessário considerar a forte influência de algumas das “novas comunidades” para melhor entender o mercado musical católico e, por conseguinte, considerar sua importância no fomento e incentivo da produção e divulgação da “música popular católica”⁹.

Uma das maiores e mais fortes “novas comunidades” é a Comunidade Católica Shalom, que tem boa parte de sua atuação voltada para o uso de linguagens artísticas como meio de evangelização. Ela foi fundada em 1982, em Fortaleza (CE) e, desde suas origens, busca

⁶ Sobre a RCC ver <http://rccbrasil.org.br/institucional/historico-da-rcc.html> (acesso em 16/07/2015)

⁷ É o termo utilizado para designar uma espécie de êxtase no qual o fiel aparenta perder seus sentidos, como se estivesse desmaiado ou adormecido. Costuma acontecer durante momentos específicos dos encontros e celebrações que são conduzidos por membros da RCC.

⁸ Também conhecida como o “dom de línguas” ou “falar em línguas”. Possui inspiração no trecho bíblico de Atos dos Apóstolos (At 2, 1-11) que narra o dia de Pentecostes, no qual o Espírito Santo é enviado aos apóstolos e eles falam em sua língua, mas os ouvintes, pessoas de diversas regiões, ouvem cada qual na sua própria língua.

⁹ FERREIRA, Selene. Das igrejas para os palcos: o mercado da música católica – apropriações e ressignificações. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal Fluminense. 2013.

usar estratégias de ação capazes de converter aquilo que não parece ter aspecto religioso em mecanismo de difusão da fé católica. Foi com a apropriação e ressignificação de um espaço comumente utilizado por jovens, o ambiente de uma lanchonete, que o fundador da comunidade e mais algumas pessoas começaram a criar as condições que gerariam mais tarde a Shalom, como é conhecida.

A música sempre foi uma das principais linguagens artísticas utilizadas no projeto evangelizador, especialmente pela relação que os jovens tendem a estabelecer com ela. Embora o gosto pela música não tenha faixa etária, o público juvenil é aquele que mais frequentemente aparece relacionado a ela. Muitas vezes por causa de festas, shows, enfim, do mercado musical como um todo. Vale ressaltar, esse universo tem forte presença da música pop.

Sendo assim, tem sido cada vez mais comum que diversos agentes ligados à Igreja Católica (comunidades, padres, leigos engajados) invistam na música como forma de levar a mensagem religiosa aos que, muitas vezes, são mais difíceis de atingir. Um exemplo disso é o fortalecimento que o braço musical da Shalom tem recebido nos últimos tempos.

O carro chefe da comunidade é um grupo chamado Missionário Shalom, que tem como diferenciais: a questão melódica (suas músicas possuem características que possibilitam fácil identificação) e as coreografias (que caem no gosto dos jovens rapidamente). Tudo isso é feito sem deixar de lado a presença da doutrina nas letras, haja vista que o objetivo é difundir a fé e os valores católicos, além de divertir e entreter. Desta forma, eles aliam letra, música e performance em suas produções (CDs, DVDs e shows), elementos importantes citados por Vargas (2009) ao falar sobre a canção popular.

Esse grupo, fundado em 1998, é hoje um dos principais do mercado musical católico. O reconhecimento que alcança entre o público é tanto que recentemente, no dia 18 de junho, concluíram uma ação de *crowdfunding*¹⁰, através do site Catarse, e arrecadaram o valor de R\$ 115.875,00 para a gravação do novo DVD do grupo¹¹, no dia 25 de julho, em Fortaleza, durante o Festival Halleluya¹². Foram 1.101 apoios, que superaram o valor pretendido de R\$ 100.000,00.

¹⁰ Mecanismo de financiamento coletivo, no qual as pessoas fazem doações para ajudar na realização de um projeto em que acreditam.

¹¹ <https://www.catarse.me/missionarioshalom> (acesso em 19/07/2015)

¹² Festival de música católica que acontece anualmente em Fortaleza. Algumas vezes é comparado ao Rock In Rio. Tem como objetivo oferecer ao público a possibilidade de assistir grandes shows com os principais nomes da música católica no Brasil e desfrutar de atividades nos diversos espaços organizados dentro do

É desse grupo musical, já consolidado no mercado católico, que vem Ana Gabriela, a nova aposta da Shalom para o público jovem. Seu primeiro CD solo foi lançado em julho de 2014, durante o Halleluya, e os videoclipes que serão analisados nesse trabalho foram publicados em seu canal no YouTube no mesmo ano. Primeiro entrou no ar “Eu vou gritar”, em 21 de julho, e depois foi a vez de “Vou me entregar”, em 12 de outubro.

Não são apenas os videoclipes que fogem do padrão inicialmente esperado para uma música católica. O CD inteiro é constituído por uma musicalidade diferente da praticada pelos católicos até pouco tempo atrás, e muito próxima daquilo que costuma ser classificado como “música pop”. Em entrevista publicada no dia 07 de abril de 2014, no site da Shalom, a cantora afirma que seu objetivo é ampliar o público, de modo que vá além do religioso:

a música que me proponho a fazer hoje é justamente para todos, não está restrita a um tipo de público, a um público somente religioso, não, é justamente para que outros possam ouvir também falar do amor de Deus de uma forma diferente, atual, possam ter essa experiência que eu tive. Uma música jovem e atual.¹³

Com esse propósito e esse discurso, que não é apenas da Ana Gabriela, mas de muitos outros artistas e produtores do meio musical católico, os lançamentos recentes demonstram que há uma tentativa clara de aproximação como que chamamos de “pop”.

Mas afinal, o que caracteriza esse gênero? Thiago Soares apresenta alguns de seus aspectos musicais que devemos considerar:

Partindo para concepções estritamente musicais, a “música pop” como um gênero, opera sob a égide do ecletismo, mas aponta para lugares comuns na sua formação: as canções de curta e média duração, de estrutura versos-pontes, bem como do emprego comum de refrãos e estruturas melódicas em consonância com um certo senso sonoro pré-estabelecido. (SOARES, 2015, p. 24)

Ao observar as músicas dos videoclipes que serão analisados, podemos notar as características apontadas pelo autor. Um modelo em conformidade musical com o perfil do gênero, mas cujas letras contêm mensagens muito diferentes daquelas encontradas na maioria das suas produções.

A proposta é aproximar-se do público que querem alcançar. Para tanto, são feitos diversos esforços no sentido de encontrar caminhos. Dentre essas muitas estratégias possíveis, uma das principais e mais utilizadas é “falar a mesma língua” dos jovens que

evento, que oferecem opções de diversão, lazer (esportes radicais urbanos, como skate e bike), solidariedade (campanha de doação de sangue e arrecadação de alimentos) e práticas devocionais (Missa, oração etc.). Vale ressaltar que um dos objetivos do Halleluya é, também, fazer frente ao carnaval fora de época da cidade, o Fortal.

¹³ Disponível em <http://www.comshalom.org/ana-gabriela-uma-voz-para-deus/> (acesso em 13/07/2015)

pretendem evangelizar, conhecer seus gostos, estilo de vida, aquilo com o que se identificam, conforme ressalta Luís Mauro Sá Martino:

Na música, por exemplo, assiste-se desde os anos 1980 ao surgimento e consolidação de todo um mercado para bandas, cantoras e cantores gospel, ramificando-se em diversos estilos nos quais as formas da música pop – sertanejo, rock, baladas românticas – são articulados com mensagens religiosas. Isso parece permitir ao fiel um tipo de acesso à mensagem religiosa construída em uma linguagem que não demanda uma renovação em seus padrões de gosto e consumo cultural, mas, ao contrário, caracteriza-se pela familiaridade. (MARTINO, 2015, p. 68)

É nesse momento que a música, e tudo que diz respeito à cultura pop, ganha importância e passa a ser apropriada e ressignificada. E os videoclipes têm um papel significativo nesse processo.

Performances ao vivo, clipes e shows fornecem material simbólico para que indivíduos forjem identidades e modelem comportamentos sociais extensivos aos propostos pelas instâncias da indústria musical. Os clipes seriam, desde a sua gênese, nos anos 80, um dos instrumentais de ensinamento de uma vivência pop, revelando uma maneira particular de encarar a vida a partir da relação deliberada entre a vida real e os produtos midiáticos. Videoclipes, com suas narrativas e imagens disseminadas, fornecem símbolos, mitos e recursos que ajudam a construir uma cultura comum para a maioria dos indivíduos em muitas regiões do mundo, de forma transnacional e globalizante. (SOARES, 2015, p. 28)

A presença e a troca de experiências, numa vivência em conjunto, são caminhos eficientes para proporcionar maior envolvimento do público com o artista, mas é importante lembrar que, para que isso ocorra com mais intensidade, faz-se necessário uma identificação maior com a realidade vivida, ou mesmo almejada, por esse público que se pretende cativar.

Portanto, artistas como Ana Gabriela precisam de mais do que músicas dançantes e com estrutura de “música pop”. Eles são impelidos a procurar outros meios de aproximação. Dentre eles está o videoclipe, mas para obterem sucesso devem trabalhar a imagem, o comportamento e tudo mais que os constitua de forma simbólica diante daqueles que podem vir a ingressar no corpo dos fiéis.

Imagem e mensagem

A construção da imagem de um artista faz muita diferença em todos os processos comunicacionais que serão utilizados na difusão do seu trabalho. As imagens abaixo fazem parte do material de divulgação do CD da Ana Gabriela. Na primeira, vale destacar a maquiagem, a atitude (expressa pelo olhar) e a roupa dourada, características que fazem

referência às divas pop, evocando o glamour sempre tão associado a elas. E na segunda, o visual urbano, jovem e despojado compõe o figurino do videoclipe de “Eu vou gritar” e expressa o desejo de aproximação com a realidade cotidiana desse público.



Essas construções de autoimagem da artista denotam um caráter cosmopolita, contemporâneo. Junto com sua performance nos clipes, shows e entrevistas, demonstra como é intenso o investimento em alcançar o público que consome música pop, buscar seus interesses e seu jeito de ser, inserir-se em seu cotidiano, para conseguir conquistá-lo de maneira suave, quase imperceptível.

As performances da música pop acionam um senso de pertencimento transnacional que se alinha à própria perspectiva que as indústrias da cultura operam: a de que há uma espécie de grande comunidade global que, a despeito dos aspectos locais e da valorização de questões regionais, aponta para normas distintivas e de valores que estão articuladas a ideias ligadas ao cosmopolitismo, à urbanização, à cultura noturna. (SOARES, 2015, p. 28)

É importante considerar, entretanto, que não deixa de haver tensão nesses processos. Segundo Janotti Junior, no pop são valorizados, por exemplo, os “traços femininos, e suas incorporações homoafetivas, das divas cujas linhagens vão de Donna Summer e Glória Gaynor até Madonna e Beyonce” (2015, p. 54). Embora seja nítida a associação ao perfil das divas pop na imagem de Ana Gabriela, as características que procura evocar são filtradas no sentido de manter a coerência com os valores religiosos.

Todo o trabalho é feito numa dinâmica de aproximação e afastamento. Ao mesmo tempo em que a sonoridade, a construção melódica, os instrumentos utilizados e outros componentes da parte musical são bastante próximos do que é reconhecido como pop, as letras das músicas vão de encontro a esse universo. Elas o confrontam na medida em que expressam uma visão de mundo oposta ao que geralmente se associa ao universo da cultura

pop. Ou seja, a musicalidade segue a trilha do pop, mas a mensagem nega suas influências, como podemos ver nas letras¹⁴ das músicas dos dois videoclipes.

De acordo com as canções, é preciso achar o rumo certo, procurar a felicidade, mas sabendo que ela está na relação do fiel com Deus e não onde ele a buscou antes, ou seja, não nas coisas ditas “do mundo”, e aí incluem-se baladas, bebida, drogas e tudo que seja considerado perigoso ou condenável pela moral cristã.

Essa lógica de pensamento aparece de forma diferente nas duas músicas e em muitas outras dentre as produções religiosas. Mas está presente quase sempre, especialmente, naquelas que adotam práticas e elementos da cultura pop, porque apesar da tensão, do estado de disputa que representam, são o caminho mais proveitoso para agradar um público que, mesmo imerso na religião, procura formas de diversão que o agradem, e também àqueles que não possuem vínculos com a crença e podem começar a estabelecer algum contato através da sonoridade ou das outras referências à cultura pop que identificam nessas produções.

Os videoclipes

Um dos principais integrantes do universo pop é o videoclipe. Portanto, nada mais adequado para um artista que visa identificar-se com esse mundo do que investir na produção desse material audiovisual tão facilmente disseminável nos tempos atuais.

Ele é um atrativo poderoso para o público juvenil, que passou a se relacionar mais com esses produtos audiovisuais a partir do surgimento da MTV, com sua grade de programação voltada para a música e contendo videoclipes. A emissora tornou-se referência e um dos principais canais de divulgação desse tipo de material, de modo que é considerada a forma pela qual os clipes começaram a conquistar com maior intensidade seu lugar na sociedade atual (CORREA & GUSHIKEN, 2010; HOLZBACH, 2010; CARVALHO, 2006).

¹⁴ Letra da música “Eu vou gritar”: Eu vou gritar / Pra o mundo ouvir / Que a felicidade está aqui / Eu encontrei o meu lugar / E ao seu lado quero sempre estar. / Vou caminhando, vou sonhando / Vou buscando, arriscando / Rumo certo, saber onde chegar. / Mas a felicidade eu sei / Não estava onde pensei / Hoje eu sei que está dentro de mim / Eu vou gritar / Pra o mundo ouvir / Que a felicidade está aqui / Eu encontrei o meu lugar / E ao seu lado quero sempre estar

Letra da música “Vou me entregar”: Eu vou me entregar / Me abandonar / Nos teus braços Deus, pra nunca mais voltar / Existe um desejo ardente em meu coração / De ser só teu, corresponder ao teu imenso amor / E a cada dia cresce mais isso dentro de mim / Já não dá mais pra resistir / E quando a noite cai, Tu és a minha luz / Quando a força acaba, vens me conduzes / Quando penso em desistir, olho para Ti sem medo / Eu vou me entregar / Me abandonar / Nos teus braços Deus, pra nunca mais voltar

Faz-se importante ressaltar que os videoclipes também são discursos audiovisuais, ou seja, além da letra, têm a potencialidade de transmitir valores através de seus roteiros. Esses valores podem estar contidos, ainda que de forma discreta, em diversos elementos da produção audiovisual. Sendo assim, não podemos ignorar o fato de que esses produtos sempre tendem a gerar algum tipo de tensão, em virtude dos antagonismos entre o pop e o religioso, ainda que o propósito seja reuni-los na medida do possível.

Os cliques – ou, mais precisamente, os diversos discursos que habitam os textos videoclípticos –, enquanto palco para embates político-ideológicos, moldam e constroem as relações sociais e as posições dos sujeitos, constituindo assim as relações de hegemonia e assimetria de poder. (MOZDZENSKI, 2015, p. 80)

Consideremos, portanto, que o fato de serem feitas concessões, para buscar essa maior aproximação com o público, não exclui as inúmeras disputas que estão em jogo ao surgirem essas apropriações. Além disso, para a presente análise, também devemos ponderar que esses produtos culturais e midiáticos estão inseridos dentro de um todo, um contexto e um objetivo.

Para a maioria dos consumidores, o clipe é apreciado no contexto da variação de graus de familiaridade com a música, a letra, os cantores pop e suas performances. Por esta razão, a análise não pode se limitar a dissecar o produto em seus aspectos plásticos, é preciso considerar a dimensão midiática, aspectos ideológicos e sociológicos que envolvem a produção e o consumo do clipe. (CARVALHO, 2006, p. 73)

Sendo assim, é de extrema importância que olhemos para os videoclipes em questão levando em conta esses fatores ressaltados por Carvalho, de modo que a análise contemple mais do que questões estéticas e consiga servir como mecanismo de reflexão acerca das práticas exercidas, bem como seus desdobramentos.

Em “Eu vou gritar”, a primeira imagem que aparece na tela, ainda sem música, é um trecho da *Evangelii Gaudium*, um documento escrito pelo Papa Francisco com ensinamentos que deseja transmitir aos fiéis, que diz: “Prefiro uma Igreja acidentada, por ter saído pelas estradas, a uma Igreja enferma pelo fechamento e a comodidade de se agarrar às próprias seguranças” (EG, nº 49)¹⁵. Ou seja, a primeira mensagem do clipe já explicita o propósito de se aproximar, se abrir, buscar contato com aqueles que estão fora, num movimento de não se acomodar.

Em seguida, tem início a música e o videoclipe em si. Ana Gabriela aparece dentro de uma igreja, em posição de oração e, ainda nos primeiros segundos do vídeo, vemos em

¹⁵ Disponível em http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20131124_evangelii-gaudium.html (acesso em 14/07/2015)

close o Tau, marca da Comunidade Shalom. Uma forma objetiva de “assinar” o trabalho assim que ele começa. A filmagem inicia com a artista dentro de uma igreja e, logo depois, ela se levanta e sai.

É válido ressaltar essa cena. Quando ela sai, vemos um movimento de destaque para a abertura da porta. Tal cena pode simbolizar o abrir as portas da Igreja, no sentido de “estamos abertos a você”, ou mesmo um gesto de saída, de ir ao encontro do povo, se misturar com ele, da forma como vemos na citação do Papa Francisco.

Nas imagens que se seguem, vemos a cantora caminhando na rua, com seu sapato de salto alto e um *look* casual, típico do imaginário referente ao jovem: jeans e uma blusa de manga, como pode ser visto na foto da seção anterior desse trabalho.

Todas essas cenas são acompanhadas por música com canto. Convém destacar que, no exato momento em que a letra da música diz “a felicidade não estava onde pensei”, aparecem cenas de jovens na noite, como a imagem abaixo que mostra alguns em uma mesa, bebendo. Vemos aqui, de forma bem clara, como a mensagem é transmitida, através do uso da imagem em complemento à letra.



Quando entra o refrão da música, outros jovens aparecem e tem início uma prática muito comum nos videoclipes de música pop: a presença da dança. A grande diferença aqui está no jeito de dançar, nos passos. Apesar de ser uma dança vigorosa, como em muitos clipes pop, há uma recusa a certos padrões. Essa dança não é sensual, além disso, funciona como elemento agregador, ou seja, no decorrer das cenas aumenta o número de jovens que incorporam o corpo de baile, como se eles representassem as conversões, aquelas pessoas que estavam vivendo da forma que a religião considera errado e foram mudando, de modo a “passarem para o lado” da cantora ao dançarem com ela.

Embora faça uso de muitos elementos da cultura pop, como o cenário urbano, reforçado inclusive por cenas diante de uma parede grafitada; a coreografia; o figurino moderno e outras referências, tudo aparece remodelado de forma a não ferir a moral cristã. Os corpos estão cobertos, não há decotes e outras provocações típicas do universo pop, a

dança é o *stiletto*¹⁶, uma modalidade que aparece com frequência nos videoclipes das divas pop, porém nesse caso, ele é executado de forma contida.



Assim como a música, todas as imagens têm um aspecto alegre que transmite a ideia de que a felicidade está em fazer parte daquele grupo, identificar-se com aqueles jovens, aquela vida e tudo que a envolva. E as cenas finais representam ainda mais forte esse conceito. O vídeo termina celebrativo, alegre, com as pessoas aplaudindo e se abraçando, como vemos na imagem abaixo.



Outro detalhe que merece atenção e pode ser visto nessa captura de uma das últimas imagens do videoclipe é a logo da cantora. Ana Gabriela possui uma marca que acompanha suas produções. Assim, ela tem mais uma forma para consolidar sua imagem e fixá-la, associando tudo que diz respeito a ela e facilitando, portanto, a identificação dos fãs.

Alguns meses após o lançamento de “Eu vou gritar”, tivemos a publicação de “Vou me entregar” no canal¹⁷ que a cantora tem no YouTube. Essa produção é ainda mais ousada, mesmo tratando-se dos padrões do pop religioso, e contém cenas que trazem maior aproximação com o imaginário das divas.

O clipe começa com close no rosto da cantora, em cortes para detalhes (olhos, boca) e a imagem em preto e branco acompanhada por efeitos de luz e som, que se intensificam

¹⁶ É um tipo de dança que combina passos de jazz e hip-hop, executados com a pessoa usando salto alto.

¹⁷ Disponível em <https://www.youtube.com/user/anagabrielaoficial> (acesso em 15/07/2015)

no momento que ocorre uma quebra dessa parte introdutória com a entrada de cores e a passagem para o restante das cenas.

Logo em seguida, vemos Ana Gabriela caminhando com um figurino jovem e moderno (calça, blusa e jaqueta). Ela encara a câmera enquanto canta e, logo na primeira frase, ou seja, nos primeiros segundos do vídeo, vemos evidenciado na tela, assim como no outro clipe, o Tau de madeira que caracteriza a Shalom.



A presença do Tau sempre visível é muito significativa, porque ele é um símbolo muito caro aos membros, e acaba se tornando um instrumento eficaz no estabelecimento de identificação. Aqueles que conhecem o objeto o reconhecem facilmente e podem estabelecer vínculo com o videoclipe. Além disso, ele deixa claro que o clipe pode ser semelhante às produções do pop, mas, acima de tudo, é outro tipo de pop que encontramos ali.

Trata-se de um pop diferente e que tem um perfil adaptado de diva. Esse videoclipe tem uma aproximação maior com o que podemos chamar de “estilo diva”, o que significa que toma mais referências de algumas artistas desse meio. Ele se assemelha a alguns clipes de música pop, nos quais a cantora aparece dançando com mais duas bailarinas, uma de cada lado. Nessas produções elas dançam *stiletto dance*, um tipo de dança que combina hip hop, jazz e salto alto. Na imagem abaixo temos uma cena do clipe na qual podemos ver esse momento.



Parece que existe um tipo de clichê nos videoclipes das divas pop, em que elas aparecem executando uma coreografia com duas dançarinas. Não acontece em todos os casos, mas se repete com alguma frequência. O mais conhecido talvez seja “Single Ladies” da Beyonce, mas é possível encontrar outros. No Brasil, o modelo já foi utilizado, por exemplo, por Ludmila, em “Hoje” e por Anitta em “Na batida”.



Single Ladies - Beyonce



Hoje – Ludmila



Na batida - Anitta

Existem ainda mais duas partes de “Vou me entregar” que podemos considerar como referência às divas pop. Uma cena na qual a artista se lança do palco nos braços da plateia e outra na qual ela aparece com uma blusa dourada, que remete ao glamour geralmente associado às divas.



Vale ressaltar, também, que o clipe é todo ambientado em um lugar que lembra uma boate ou casa noturna. Em muitos momentos são feitos closes nos pés das pessoas dançando. Há uma aproximação com o que seria o universo das festas e noitadas que os

jovens costumam procurar, mas sem alguns dos elementos que costumam estar presentes nessas ocasiões. Não há bebida, nem cigarro e tampouco dança sensual, os corpos estão cobertos e as imagens não os valorizam.

Conclusão

Ao percorrer todo o caminho traçado nesse trabalho, é possível perceber o quanto esse meio é repleto de detalhes. Não se trata apenas de observar um produto audiovisual, mas, sim, olhar para ele e procurar uma gama enorme de construções simbólicas, disputas e tensões que carrega.

A música, que sempre ocupou função ritual dentro da Igreja Católica, hoje se torna produto inserido no mercado, com todos os seus prós e contras. Ela pode ser entretenimento. Não está mais presa à contemplação, meditação ou alguma experiência semelhante. Pode estabelecer trocas com outras músicas, sejam elas cristãs ou não. Pode se apropriar de ritmos e tantas outras referências. Essa dinâmica permite que possa adotar práticas e elementos da cultura pop conforme lhe for mais conveniente.

Quando ela se amplia do rito para outros espaços públicos, e deles para os veículos de comunicação, alcançando a produção audiovisual, significa que muitas barreiras internas e externas foram transpostas. Isso só ocorreu, pois houve um desejo forte de mudança aliado à percepção de que ela era possível, em certos aspectos e para determinados fins. Como, por exemplo, a evangelização da juventude, objetivo para o qual se faz, inclusive, necessária.

Com as análises feitas no presente trabalho ficou evidente que há um movimento no mercado musical e que, embora possa parecer pequeno, em seu universo particular, ou seja, no ambiente da música católica, esses processos geram um impacto, uma mudança de comportamento em seus agentes, a qual ocasionará transformações no público que tiver contato com essas produções.

Ainda que iniciativas como a de Ana Gabriela não sejam tão comuns e nem atinjam um público tão grande como o alcançado pela Beyonce, por exemplo, para citarmos uma das maiores divas pop da atualidade, é importante abrir os olhos para esse movimento e tentar compreender esse processo. Ele expressa que algo está em modificação. É preciso manter a atenção voltada para os caminhos que estão se descortinando para esse mercado e procurar percebê-los, de modo que a pesquisa nesse campo seja ampliada e os impactos que

essas apropriações e ressignificações exercem sobre a sociedade possam ser compreendidos.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Claudiane de Oliveira. **Narratividade e videoclipe: interação entre música e imagem nas três versões audiovisuais da canção “One” do U2**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2006.

CORREA, Laura Josani Andrade e GUSHIKEN, Yuji. **As transformações das mídias massiva, segmentada e em rede evidenciadas pelo videoclipe**. Trabalho apresentado à Intercom – XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, no GP Televisão e Vídeo, setembro de 2010.

CNBB. Igreja **Particular, Movimentos Eclesiais e Novas Comunidades**. Brasília: Edições CNBB. 2009. (disponível em http://www.cnbb.org.br/component/docman/doc_details/358-subsidio-03-igreja-particular-movimentos-eclisiais-e-novas-comunidades acesso em 16/07/2015)

HOLZBACH, Ariane Diniz. **Excesso, esquizofrenia, fragmentação e outros contos: A história social de surgimento do videoclipe**. Trabalho apresentado à Intercom – XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, no GP Televisão e Vídeo, setembro 2010.

JANOTTI JUNIOR, J. **Cultura Pop: entre o popular e a distinção**. In: SÁ, S.P., CARREIRO, R., FERRAZ, R (orgs). Cultura pop. Salvador : EDUFBA ; Brasília : Compós, 2015.

MARTINO, L. M. S. **Like a prayer: articulações da cultura pop na midiática da religião**. In: SÁ, S.P., CARREIRO, R., FERRAZ, R (orgs). Cultura pop. Salvador : EDUFBA ; Brasília : Compós, 2015.

MOZDZENSKI, L. **Feministas X Stupid Girls: a construção midiática da identidade feminina na cultura pop**. In: SÁ, S.P., CARREIRO, R., FERRAZ, R (orgs). Cultura pop. Salvador : EDUFBA ; Brasília : Compós, 2015.

SOARES, Thiago. Videoclipe, o elogio da desarmonia: Hibridismo, transtemporalidade e neobarroco em espaços de negociação. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/34993058721904594029607013385137403671.pdf> (acesso em 13/07/2015)

SOARES, T. **Percursos para estudos sobre música pop**. In: SÁ, S.P., CARREIRO, R., FERRAZ, R (orgs). Cultura pop. Salvador : EDUFBA ; Brasília : Compós, 2015.

SOARES, T. e JANOTTI JUNIOR, J. S. **O videoclipe como extensão da canção: apontamentos para análise**. Revista Galaxia. Vol. 8, No 15 (2008). Disponível em <http://revistas.univerciencia.org/index.php/galaxia/article/view/5735/5192> (acesso em 16/07/2015)

FRANCISCO I. **Evangelii Gaudium** (Exortação Apostólica). Vaticano, 2013. Disponível em http://w2.vatican.va/content/francesco/pt/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20131124_evangelii-gaudium.html (acesso em 13/07/2015)