

IMAGINÁRIO RELIGIOSO E IMAGENS DE ADESÃO: A CULTURA GOSPEL ENTRE JOVENS EVANGÉLICOS NA CIDADE DE TUBARÃO-SC *

Saymon Souza Medeiros**

Resumo: Essa pesquisa analisou a cultura gospel de jovens evangélicos na cidade de Tubarão/SC sob a perspectiva de imaginário social e imagens de adesão, propondo-se discutir e avaliar as socialidades e manifestações de fé de um grupo. Essas análises foram providas de um questionário realizado entre jovens de 18 a 30 anos, participantes de alguma comunidade cristã na cidade e relacionadas com a fundamentação teórica, após pesquisa bibliográfica. É evidente o sentimento grupal na comunidade evangélica, apesar de que os próprios indivíduos terem uma visão de mundo dos outros participantes diferentes entre eles, nota-se um forte aspecto de partilha no grupo. O ponto de identificação e união deles não está em suas próprias opiniões, mas sim mediante o estado de espírito do grupo, na sua fé em Deus, na atmosfera de adoração durante as reuniões, em que o sentimento de vazio é preenchido por um sentimento de pertencimento.

Palavras-chave: Imaginário. Imagens. Fenômeno gospel. Música.

1 Introdução

Ao longo da vida as pessoas são alimentadas por vários aspectos sociais, culturais, religiosos e familiares que contribuem e conduzem seu modo de vida. Mas isso não garante que todos iram responder ao mesmo estímulo de forma semelhante (BRESSAN; FERNANDES; MORAES, 2018). Por meio da capacidade empática do homem torna-se possível construir as identificações entre os membros de uma mesma sociedade. Aproximando e uniformizando humores e modos de pensar de um mesmo grupo social, designado por Humes, na época, de simpatia (CONTRERA, 2012). Podemos ver assim a multiplicidade de religiões existentes no mundo. Cada civilização desenvolveu sua própria compreensão do sagrado, e se houvesse divergência de opinião sobre essa doutrina, criava-se uma nova religião, reunindo pessoas com visões de mundo e aspirações espirituais de entendimento similar (BRESSAN; FERNANDES; MORAES, 2018).

Isso não é diferente atualmente, convivemos diariamente com novas realidades sociais. A mudança se dá em todos os âmbitos de realidade do indivíduo, e quando falamos de

* Artigo apresentado como requisito parcial para a conclusão do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL, orientado pela Prof. Dra. Heloisa Juncklaus Preis Moraes.

** Autor do Artigo: Saymon Souza Medeiros E-mail: saymonsy@gmail.com

religião, percorremos o mesmo caminho. Diante disso, estamos em frente de um fenômeno que tem alcançado todo o nosso país, que é o crescimento do número de evangélicos. Segundo dados do Censo Demográfico divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o número de evangélicos no Brasil aumentou 61,45% em 10 anos. Em 1980 cerca de 6,6% se disseram evangélicos, e em 1991 este número cresceu a 9%. Nos anos 2000, o número de evangélicos chegou a cerca de 26,2 milhões (15,4% da população) e já em 2010, eles passaram a ser 42,3 milhões, ou seja, 22,2% dos brasileiros (BRASIL, 2012).

Segundo pesquisadores, o número de católicos e evangélicos será o mesmo em 2040, algo até então inimaginável. O estudo divulgado na revista VEJA apontou se seguinte:

Apenas pelo efeito da inércia demográfica haverá crescimento da população evangélica. Se ainda houver atração de fiéis de outras denominações, o crescimento será maior ainda. O fato de haver maior presença entre mulheres e jovens pode ser uma vantagem comparativa dos evangélicos no Brasil. (RITTO, 2012).

As manifestações sociais nada mais são do que o intercâmbio de conhecimentos, experiências, emoções e sentimentos, o que envolve formas de sentir (julgamento e estética), de pensar (saber e conhecimento) e de agir (padrões de comportamento e conduta, além do fazer (o realizar). Se a modernidade foi marcada pelas grandes causas ideológicas, pelo ideal democrático de representação, pelas leis do produtivismo, pela força do poder econômico e pela lógica do “dever-ser” social, mecanizada, a pós-modernidade é caracterizada por outros fatores, como pelo ideal comunicativo, em que participar é mais importante do que se fazer representar. Para o bem ou para o mal, as narrativas são enxutas, o discurso é particular, as verdades são fragmentadas. A vida como a arte de vivenciar cada experiência cotidiana como um prazer, inútil, porém afetiva e imaginal, ou seja, na sua dimensão mais poética. É uma estética diferente, com marcas como o localismo em termos de país, território, espaço (real ou simbólico), que remetem a um sentimento de proximidade, de partilha, e que serve de vínculo.

Junto com essa perspectiva do cotidiano, é preciso viver o aqui e o agora através de suas identificações que é estar hoje fortemente ligado a uma coisa, e amanhã, a outra. É o que Maffesoli (1997) chama de processo de “sinceridades sucessivas” em que não há uma verdade, mas várias, às quais se adere conforme as oportunidades. As imagens funcionam como forma de comunhão. O ser e o pensar atual passam pela imagem, pelo imaginário e pelo simbólico. São os átomos substituídos por bits. Esse Mundo Imaginal funciona como uma fantasia constitutiva da nossa concepção de mundo, é um motor que nos faz agir.

Ainda Maffesoli (1995) defende que o imaginário e a cultura precisam ser discutidos já que são marcas, numa dimensão não-racional, formam a concepção de mundo que se tem em uma época. Sabemos que os meios de comunicação são determinantes na formação do imaginário. As imagens-mundo e os conceitos e sentidos embutidos nelas são absorvidos, “processados” e compartilhados. A vivência é, de alguma maneira, coletiva. Como que num ato de comunhão, logo, de comunicação (ou de religião, o sentido de religare). É o imaginário, manifesto nas culturas humanas através de imagens e símbolos, que possui a função de colocar o homem em relação com o mundo, com o outro e consigo mesmo. A socialidade é composta por emoções, crenças, mitos, valores e partilha, a imagem é, em si, religante, pois tudo isso é do domínio do imaginário. Essas trocas dão significado à existência, e é essa dimensão simbólica que funda a socialidade.

As formas de contemplação são através da prevalência da estética, perspectiva ecológica, não-atividade política, culto ao corpo. Vem, então, como um quadro ético-estético este novo vínculo social, surgindo a partir da emoção compartilhada ou do sentimento coletivo (não necessariamente nos círculos tradicionais, mas nos novos ambientes de socialização, como as reuniões religiosas, por exemplo). Nos subterrâneos do dia a dia, aparecem pequenas construções sociais capazes de reinventar o querer viver e garantir um lugar para a imaginação. É, enfim, período de mudanças: declínio do individualismo e valorização dos grupos (mesmo que efêmeros) (MAFFESOLI, 1995, 1996).

Dessa forma, ocorre o que é chamado pelo o autor de ideal comunitário: dedicar-se ao outro, vivenciar a solidariedade, as causas humanitárias, música, esportes, consumismo. Tudo isso está caracterizado no estilo de viver de hoje. Entender o imaginário significa o caminho para compreender os dinamismos da vida social e suas manifestações culturais. O imaginário é uma categoria essencial do societal e de todo o vínculo mantido, mesmo que nas menores situações do dia a dia (MAFFESOLI, 1995).

Sendo assim, a presente pesquisa traz como problema central, as imagens de adesão relacionadas à cultura gospel que formam o imaginário religioso de jovens evangélicos da cidade de Tubarão-SC. Para isso, tem-se por objetivo geral analisar quais imagens de adesão relacionadas à cultura gospel formam o imaginário religioso de jovens que oficialmente seguem a fé protestante cristã e as identificações que nos permitem observar este grupo como fomentador da cultura gospel na cidade de Tubarão/Santa Catarina.

Dessa forma, como objetivos específicos, optou-se: analisar como se manifestam social e culturalmente as questões da crença diante do contexto pós-moderno, em que se percebe uma ruptura na concepção de identidade dos sujeitos; qual a postura adotada por esse grupo

específico; quais mediações, identificações e apropriações caracterizam a presença do imaginário em suas atividades religiosas; como consideram a atmosfera de partilha na visão tribal; como veem a construção de sonhos e utopias para a cristalização das realizações; e qual o posicionamento desses jovens em frente à afirmação “somos porque cremos”. Questões estas que colocam em cena a perspectiva da pós-modernidade tão debatida pelo sociólogo francês Michel Maffesoli.

Se na modernidade às manifestações estavam marcadas pela tradição, hoje, na pós-modernidade, as identificações são múltiplas e o contexto social permitem o que Maffesoli (1987; 1995; 1997; 1998) discutiu sobre as “sinceridades sucessivas” em busca da “razão sensível”. Assim, propomos aqui analisar como se manifestam social e culturalmente as questões da crença diante do contexto pós-moderno na busca da identidade dos sujeitos e se consequentemente promovem o sentimento da religião/comunhão/religião no Imaginário Coletivo entre os jovens evangélicos da cidade Tubarão/SC.

2 Revisão Teórica

2.1 Imaginário Social e uma questão de fé

Imaginário, em uma visão mais geral do senso comum, opõe-se ao real, ao verdadeiro. Seria uma ficção, algo sem consistência ou realidade, na verdade, imaginário é algo altamente cotidiano. Nem sabemos, mas a maior parte das coisas que fizemos em nosso dia a dia é por força de um Imaginário. Seja um beijo, um abraço ou até mesmo uma oração. Conforme diz Juremir Machado da Silva (2003 p. 92) em *As tecnologias do Imaginário*: “Se a oração não faz com que os pedidos sejam atendidos, cimenta um grupo e permite-lhe enfrentar a adversidade”. E é exatamente assim, de forma natural e imperceptível que o Imaginário atua em nossa sociedade, desde campos artísticos até religiosos.

Existe uma necessidade humana de teorizar e encontrar respostas para questões existenciais de “o que sou, de onde vim, para onde vou”, especialmente pela sua capacidade imaginativa. Prova disso é a linguagem mítica, suas imagens e simbolismos, que se tornam mediadores imaginários que facilitam o aprofundamento do sentido das coisas. Dando uma forma mais atrativa ao religioso e a vida moral, através de um “símbolo” do bem, ao qual sente que se deve unir (BRESSAN; FERNANDES; MORAES, 2018).

Imaginário é a fonte que banha a existência individual ou social, ou o líquido onde estão mergulhados os indivíduos ou grupos sociais. E é neste ponto que Michel Maffesoli

(2001) em *O imaginário é uma realidade*, diferencia cultura de imaginário. Uma vez que a cultura pode ser identificada de forma precisa, já o imaginário permanece numa dimensão ambiental, uma matriz, uma atmosfera, na qual Walter Benjamim chama de aura. Maffesoli diz (2001, p. 76): “O imaginário é algo que ultrapassa o indivíduo, que impregna o coletivo ou, ao menos, parte do coletivo. O imaginário pós-moderno, por exemplo, reflete o que chamo de tribalismo”. E neste ponto o sociólogo francês considera o Imaginário como estado de espírito de um grupo, de um país ou uma comunidade. Ele estabelece vínculo, é cimento social. O imaginário coletivo repercute no indivíduo de maneira particular. Cada sujeito está apto a ler o imaginário com certa autonomia. Porém, quando se examina o problema com atenção, vê-se que o imaginário de um indivíduo é muito pouco individual, mas sobretudo grupal, comunitário, tribal, partilhado. Na maior parte do tempo, o imaginário dito individual reflete, no plano sexual, musical, artístico, esportivo, o imaginário de um grupo. O imaginário é determinado pela ideia de fazer parte de algo. Partilha-se uma filosofia de vida, uma linguagem, uma atmosfera, uma ideia de mundo, uma visão das coisas, na encruzilhada do racional e do não-racional.

Maffesoli (2001, p.76) acrescenta que imaginário produz imagens ou até ações, afirmando: “A existência de um imaginário determina a existência de conjuntos de imagens. A imagem não é o suporte, mas o resultado”. Nada mais é vazio e ordinário. Através do imaginário torna-se possível enxergar uma gama de significações possíveis. Pode-se até questionar a existência do real, mas invalida-se o argumento ressaltando o constante avanço tecnológico que comprova a existência de vários aspectos do universo que até então eram desconhecidos pelo ser humano, sendo assim são criadas explicações e sentidos por razão da natureza simbolizante presente no indivíduo (BREISSAN; FERNANDES; MORAES, 2018)

Definir imaginário é um trabalho difícil, pois mesmo que possua um elemento racional, existem outros parâmetros conforme diz Maffesoli (2001, p. 77): “o onírico, o lúdico, a fantasia, o imaginativo, o afetivo, o não racional, o irracional, os sonhos, enfim, as construções mentais potencializadoras das chamadas práticas. De algum modo, o homem age por que sonha agir”. O autor diz que o Imaginário tudo contamina. É impalpável e real. Silva (2003) acrescenta que todo imaginário é real e todo real é imaginário. O homem só existe na realidade imaginal. Não há vida simbólica fora do imaginário. Imaginário é uma força, um catalisador, uma energia e, ao mesmo tempo, um patrimônio de grupo (tribal), uma fonte comum de sensações, de lembranças, de afetos e de estilos de vida.

Juremir Machado da Silva (2003) conceitua Imaginário como um reservatório/motor. Reservatório que agrega imagens, sentimentos, lembranças, experiências,

visões do real que realizam o imaginado, leituras da vida e, através de um mecanismo individual/grupal, sedimenta um modo de ver, de ser, de agir, de sentir e de aspirar ao estar no mundo. O imaginário é uma distorção involuntária do vivido que se cristaliza como marca individual ou grupal.

Poderíamos começar nossa análise sobre o imaginário social de jovens evangélicos com um trecho do livro *As Tecnologias do Imaginário*, de Silva (2003a) que diz: Somos porque cremos. Debray diz que nossa obrigação é de crer em alguma coisa, não como erro, mas como “ilusão” necessária, mito nutritivo, “para permanecer alguém” e “falando de algum lugar”. Mas atualmente a fé protestante tem se desenvolvido juntamente com o contexto pós-moderno em que estamos inseridos. Então consideraremos as palavras do escritor que define:

Imaginário sendo uma educação dos sentidos, uma educação da percepção, é também, e profundamente, uma forma de estabelecer valores. O Imaginário é uma segmentação, uma apropriação individual da Cultura. O Imaginário é, antes de tudo isso, uma apropriação individual ou grupal da cultura. É como um grupo ou um indivíduo declina, recorta, toma posse, se apropria da cultura na qual está imerso. Claro, nunca é uma operação racional - não é assim: “Hoje eu vou ao cinema para melhorar o meu Imaginário, eu vou ler um livro para educar o meu Imaginário, eu vou fazer uma viagem para aprimorar o meu Imaginário”, não. É claro que o Imaginário acaba impulsionando: “Vou fazer tal viagem porque isso está em mim, eu não tenho explicação, gostaria de fazer”. Talvez disso resulte uma desconstrução desse imaginário, ou um reforço. (SILVA, 2003a, p. 30).

E se falando do imaginário social de jovens que oficialmente seguem a fé protestante cristã, não podemos isolar os aspectos culturais. Mesmo que estes jovens tenham suas manifestações ligadas a fé, podemos considerar este grupo como uma tribo e reafirmamos o que diz Juremir Machado da Silva (2003, p. 15): “Em suma, o imaginário, tribal, retira o indivíduo da solidão para inseri-lo numa atmosfera de partilha. Assim, ao produzir sentido grupal, o imaginário só poderia ser a negação do indivíduo pela sua assimilação num todo aconchegante e orientador”.

Nesse sentido poderíamos considerar imaginário social como descreve o autor:

O Imaginário, no fundo, é uma concepção positiva das coisas, uma ideia de que, sim, os nossos sonhos, utopias e aspirações acabam nos movendo para as realizações. O Imaginário é uma cristalização de utopias. É a ideia de que não se constrói absolutamente nada se não for a partir de uma utopia. A utopia no sentido de pensar o impossível, o ainda não realizável. (SILVA, 2003b, p. 8).

A compreensão de cada pessoa é moldada pelo seu meio, suas experiências, crenças e verdades implantadas gradualmente durante a sua existência (BRESSAN; FERNANDES; MORAES, 2018). Toda crença é uma articulação da linguagem e da cultura, logo um

imaginário (SILVA, 2003). De acordo com Bressan, Fernandes e Moraes (2018), dentro das crenças humanas existe uma força que vai além do entendimento do homo sapiens, algo que coloca o ser humano em contradição à razão, ao lógico, ao tangível. Acreditando na manifestação de uma realidade que não permanece no nosso mundo racional, algo sobrenatural que é revelada pelo sagrado em qualquer lugar, em qualquer objeto, em qualquer elemento, para aquele cuja fé é real.

Dessa forma, destaca-se a importância das representações coletivas e da dimensão estética na vida social. É possível ver as relações simbólicas, através do pensamento simbólico e mítico, criarem um laço social cuja cultura é um conjunto de sistemas simbólicos do qual a religião e as artes fazem parte. Sendo o imaginário que desempenha o papel fundamental nesta ambiência. Os símbolos expressados por uma sociedade de maneira sensível, é capaz de despertar a consciência coletiva e a comunhão (BRESSAN; FERNANDES; MORAES, 2018).

Como é o exemplo de alguns líderes religiosos, que professam suas crenças, pois provavelmente as informações recebidas por determinada doutrina lhes deram uma compreensão de mundo que esses mesmos líderes gostariam que os demais também tivessem. Destacando aqui a figura de Jesus Cristo que caracteriza a doutrina cristã, que a partir dos seus ensinamentos, gerou uma influência em seus discípulos, os quais, segundo as escrituras, levaram adiante esses ensinamentos recebidos daquele que trouxe informações responsáveis por abalar a ordem vigente da sociedade judaica. Instituído assim o imaginário coletivo de um grupo pela sua força simbólica e sua representatividade, visto que através dos registros dos discípulos que os ensinamentos de seu mestre terão a possibilidade de serem acessados por outras pessoas (BRESSAN; FERNANDES; MORAES, 2018).

Silva (2003) ressalta as palavras de Debray que não duvida da força da palavra. Pelo contrário, de acordo com Silva em sua obra, o escritor sempre quis medir tamanha força, conhecer essa potência, capturar o verbo criador. Destacando a seguinte reflexão do filósofo: “Se o verbo criou o mundo, como pode ser que o homem continue a criar verbos? A crença propaga-se como mitologia circular: creio porque creio. Creio porque digo. Digo porque creio. Se digo, creio. Se creio, digo” (SILVA, 2003, p. 47). Debray afirma, no entanto, que “a crença é um convencimento sem objeto, uma retórica sem discurso, um fundamento sem fundo, uma essência sem substância” (SILVA, 2003, p. 47). Dessa forma, o autor finaliza seu pensamento questionando a dificuldade de interpretá-la.

2.3 O gospel como fenômeno cultural

As tribos, fenômeno urbano das últimas décadas, resultam da diversidade étnica, religiosa, financeira e cultural de cada grupo ou indivíduo no meio social e são organizadas a partir do compartilhamento de modos de vida, padrão de consumo, gostos, crenças e vínculos sociais. Podemos identificar facilmente as tribos como a exemplo, a dos skatistas, surfistas, punks, rastafáris e etc (CUNHA, 2007).

O fenômeno aqui destacado revela que o cenário protestante no Brasil tem sofrido significativas mudanças nas últimas décadas. Segundo Cunha (2007), a cultura gospel configura-se através da formação cultural por meio da música, consumo e entretenimento. O relacionamento igreja-mundo, pregado pela tradição evangélica, proporcionou a criação de tribos evangélicas, que através de valores como a comunhão e apelos de amor ao próximo os permitiu recortar ou apropriar-se da cultura em que estão imersos.

Essas tribos são geralmente compostas por jovens que unem lazer, vivência religiosa e entretenimento nas noites de sábado e nos espaços de “consumo e lazer” evangélico. Elas se configuram a partir da identidade evangélica e da apropriação do modo de vida gospel (na modernidade e liberalização de costumes. Podendo ser divididas em dois tipos: aqueles formados pelo compartilhamento de uma prática social já existente fora do campo religioso; e os constituídos em torno de igrejas alternativas (CUNHA, 2007).

Temos assim a configuração do gospel como uma cultura, um modo de vida. Pois além de criar uma comunidade de consumo cristão, abriu-se um espaço que permitiu aos evangélicos a busca de prazer do corpo e os colocou na modernidade. Ou seja, consome-se o gospel como fenômeno cultural. Nas palavras de Nestor Garcia Canclini:

[O consumo é] o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. [O consumo cultural é] o conjunto de processos de apropriação e usos de produtos nos quais o valor simbólico prevalece sobre os valores de uso e de câmbio, ou onde ao menos estes últimos se configuram subordinados à dimensão simbólica. (CANCLINI, 1993, p. 5).

De acordo com estas afirmações podemos observar que na cultura gospel o consumo e o entretenimento não são apenas respostas à lógica do mercado e da mídia, mas produzem também elementos de valor e sentido religioso. A cultura gospel é o modo de viver e relacionar-se com o sagrado dentro de um sistema de significações e imagens do segmento religioso. Se apresentando como desprendida de alguns dos dogmas da religião, sendo

mediadora de um sagrado mais disponível, acessível e próximo. Mais do que nunca, a cultura gospel se tornou a mediação da experiência religiosa brasileira protestante (CUNHA, 2007).

2.4 A música gospel

Um dos principais elementos que configuram o gospel como fenômeno cultural é a música. Ela dá sentido ao modo de ser gospel e é a mediação apropriada com o sagrado. Na cultura religiosa, a música tem o “poder” de chegar-se ao sagrado ou até mesmo tornar-se como ele. Seu lugar é inquestionável, pois a música libera no mundo material, energias, emoções e expressões de experiências cotidianas capazes de manter um grupo em “sintonia” com o sagrado. A música é mediação, canal de comunicação em diversas civilizações, e no âmbito gospel, torna-se canal entre Deus e o homem e o homem e Deus (CUNHA, 2007).

Magali do Nascimento Cunha (2007) ressalta em sua obra, que ao longo da história com as músicas litúrgicas, os cristãos além de buscarem comunicação com Deus, tinham por objetivo a conversão pela emoção dos hinos e cantos, essa função social da música no cristianismo foi objeto de estudos de Hegel, que concluiu que ela “atua sobre” a sensibilidade da congregação reunida, não para liberar os espíritos para sentimentos, mas para produzir uma emoção coletiva uniforme. Ou seja, a música religiosa visa à criação de uma atmosfera definida e uniforme, com o intuito de evocar sentimentos e emoções.

Nesse sentido, a música cristã se coloca com uma natureza socialmente determinada, assim como as músicas que estimulam a dança e a marcha, por exemplo. Acordes, ritmos, arranjos e tonalidades, têm influência direta sobre as células e órgãos, e, sobretudo, sobre as emoções que influenciam em diversos processos e reações corporais. A música faz o indivíduo sentir algo e sua natureza está ligada aos aspectos mentais e emocionais do compositor ou ouvinte. Cunha (2007, p. 88) afirma que, “A essência deste estado nos penetra, tendendo a moldar e aperfeiçoar nossa consciência em harmonia consigo mesma”, e no plano dos grupos sociais “ao codificar esta ou aquela visão do mundo, a música, até certo ponto, deve estar meramente reagindo à cultura dentro da qual já se encontra”. Portanto podemos afirmar que a música é um fenômeno de natureza social.

O fenômeno cultural descrito anteriormente, a cultura gospel, transformou os sentidos da música cristã de forma ainda mais significativa. Na história eclesiástica, os gêneros musicais estavam limitados aos tradicionais e históricos, como baladas românticas, o rock, o pop e o sertanejo, porém com a abertura do mercado gospel a indústria do consumo e

entretenimento, alguns gêneros musicais e até instrumentos começaram a ser inclusos dentro dessa realidade (CUNHA, 2007).

Tais elementos eram até então desprezados por muitas das instituições religiosas e considerados grupos marginalizados, como o Rap, funk, hip-hop, forró, reggae, samba, pagode, axé-music e o frevo, agora constituem a formação musical e cultural do fenômeno gospel. Os tradicionais instrumentos ganharam aliados do “mundo profano”, como tambores, atabaques, chocalhos, pandeiros, batidas e efeitos sintéticos. A partir disso, observamos que a cultura gospel busca na identificação cultural a conquista de novos adeptos, através da aproximação com o popular, com a valorização de expressões musicais brasileiras e das associações do sagrado na vivência global, coletiva e cotidiana (CUNHA, 2007).

A tradição que outrora havia ignorado as expressões e identificações culturais brasileiras segundo Cunha (2007), se rendeu no movimento gospel aderindo a todos as identidades e identificações musicais da cultura brasileira. Em suma, o que a tradição negou, foi recuperado pelo gospel. Porém, não foram somente as expressões da tradição que foram alteradas. O mercado e os meios de comunicação perceberam que o gosto e as identificações populares estavam ligados a um novo indivíduo plural e completamente segmentado. A mistura de ritmos, novas batidas e *loopings* garantiram que o mercado musical atingisse este público tão segmentado e plural, que são os jovens pós-modernos.

A cultura gospel somou elementos da cultura de mercado, da cultura das mídias, das expressões musicais e das identificações populares, chegando assim à conclusão de que o gospel nada mais é que fenômeno completamente ligado à modernidade com características híbridas, pois apresenta uma alteração somente na superfície, pois sua essência integra o sistema do capitalismo globalizado. A música gospel é de consumo, produto da indústria, e tem sua base nas demandas do mercado fonográfico, apesar de atuarem como “ponte” com sagrado (CUNHA, 2007).

3 Metodologia

Neste trabalho optou-se pela utilização de uma pesquisa com abordagem quali-quantitativa. A abordagem quantitativa se define pela ideia de rigor, precisão e objetividade, utilizar sempre o recurso das representações gráficas, principalmente, na forma de tabelas, quadros e gráficos, a partir da aplicação de instrumentos como questionários. Já abordagem qualitativa coloca frente a frente o objeto e todas as discussões teóricas que o fundamentam, ainda que alguns dados numéricos auxiliem na análise. Ela requer do pesquisador uma atenção

maior às pessoas e suas ideias, e de uma forma neutra, analisa os discursos e narrativas individuais. Sendo assim, a pesquisa qualitativa analisa palavras, narrativas, discursos e percepções (D'AMBROSIO, 2004; RAUEN, 2002).

A pesquisa tem como eixo teórico norteador a perspectiva sociológica de imaginário social e como método a Sociologia Compreensiva. Este método preocupa-se com o que é, e não com o dever-ser. Esse paradigma vai além, busca compreender e explicar a dinâmica das relações sociais que, por sua vez, são depositárias de crenças, valores, atitudes e hábitos. Trabalham com a vivência, com a experiência, com a cotidianidade e também com a compreensão das estruturas e instituições como resultados da ação humana objetivada. Ou seja, desse ponto de vista, a linguagem, as práticas e as coisas são inseparáveis (MINAYO, 1994, p. 24). O pesquisador passa a ser um mediador que dá voz ao social, às suas práticas, aos seus imaginários, e não aquele que explica e revela como deveria ser (SILVA, 2003, p. 80). Maffesoli (1988), à procura do conhecimento comum, analisa e propõe a Sociologia (Compreensiva) segundo quatro pressupostos. Além da crítica do dualismo esquemático, da forma, da sensibilidade relativista e do pensamento libertário, está a pesquisa estilística. É, neste caso, o estilo do cotidiano que deve ser analisado, pois ele é feito de formas, palavras, teatralidade que nos dizem muito a respeito da existência. A trama social é polifônica e é preciso escutar e ver esses múltiplos sons, gestos e situações. É preciso respeitar a diversidade social. As exigências da pesquisa estilística, segundo o autor (1988, p. 39), são resistir aos discursos estereotipados e manter os pés na terra, visto que se trata de “formas profundamente enraizadas nos modos de ser do povo”. É deixar falar o estilo de vida, as manifestações sociais que dão forma à existência e à identificação do ser social. Entre o discurso e a ação, a socialidade possui um estilo, “trata-se desta teatralidade que constitui a trama da vida cotidiana”. Por isso escolhemos a Sociologia Compreensiva como método de construção da pesquisa, pois permite uma aproximação da sua base teórica com o problema e o objeto de estudo

Foi utilizado como técnica a criação de um grupo focal de investigação para a análise do imaginário religioso protestante cristão. Para cumprir os objetivos propostos, qual seja, de maneira geral, analisar a cultura gospel de jovens evangélicos na cidade de Tubarão/SC sob a perspectiva de imaginário social e imagens de adesão, propõe-se discutir e avaliar as socialidades e manifestações de fé de um grupo, a ser criado para este fim, de jovens da cidade de Tubarão, Santa Catarina. A intenção foi propor temas de discussão que possibilitassem a análise do imaginário religioso protestante cristão.

Essas análises foram provindas de um questionário (APENDICE A) e relacionadas com a fundamentação teórica, após pesquisa bibliográfica e discussão conceitual dos autores-

chave, entre os pesquisados. Os critérios de inclusão do estudo foram jovens entre 18 a 30 anos, participantes de alguma comunidade cristã na cidade de Tubarão/SC. Para garantir a confidencialidade da identificação dos voluntários sobre a sua resposta, foi enviado por e-mail um link redirecionando à plataforma *Google Forms*, onde a resposta de cada voluntário era recebida de forma anônima.

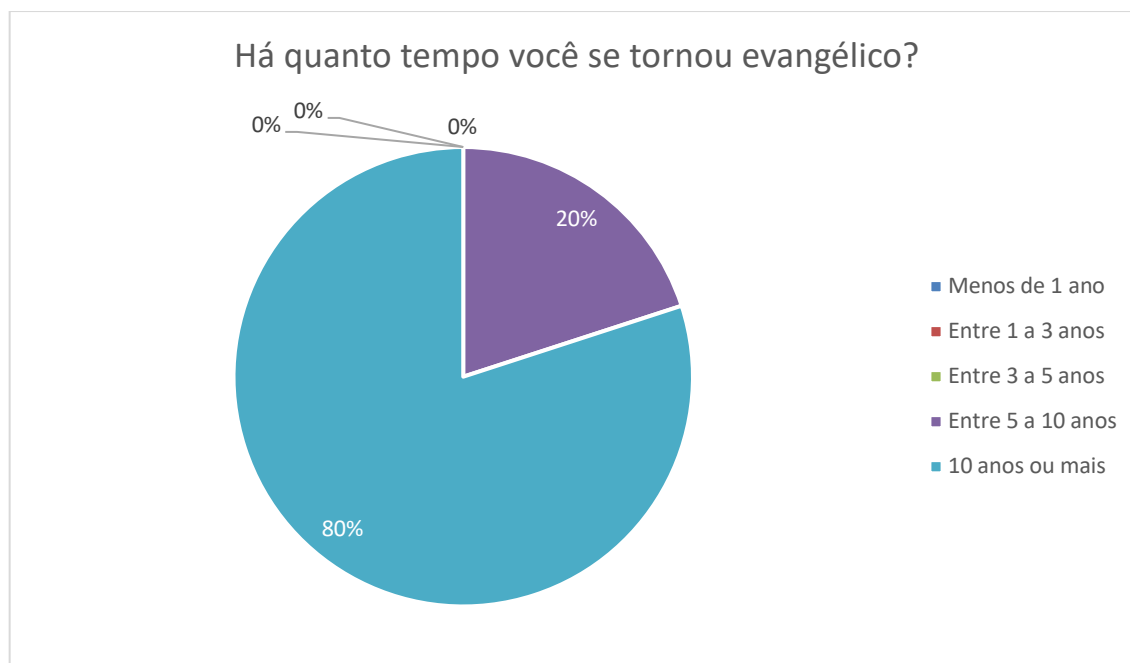
5 Discussão

A amostra do estudo contou com 30 voluntários que inicialmente foram questionados com 14 perguntas que analisou a cultura gospel de jovens evangélicos na cidade de Tubarão/SC sob a perspectiva de imaginário social e imagens de adesão para identificarmos as imagens de adesão a esse grupo.

O primeiro questionamento foi há quanto tempo eles praticam a religião evangélica, sendo que 80% responderam 10 anos ou mais, e os 20% restantes, entre 5 a 10 anos. Dessa forma, verificamos que a maior parte da amostra tem um número expressivo de tempo seguindo/praticando a religião evangélica, ainda mais se considerarmos a idade do grupo, criando uma história e imagens de pertencimento e vínculo. Destacamos também que 63,3% dos participantes não tiveram outra religião anteriormente, ou seja, são considerados evangélicos de berço, e o restante do grupo (36,7%) eram católicos.

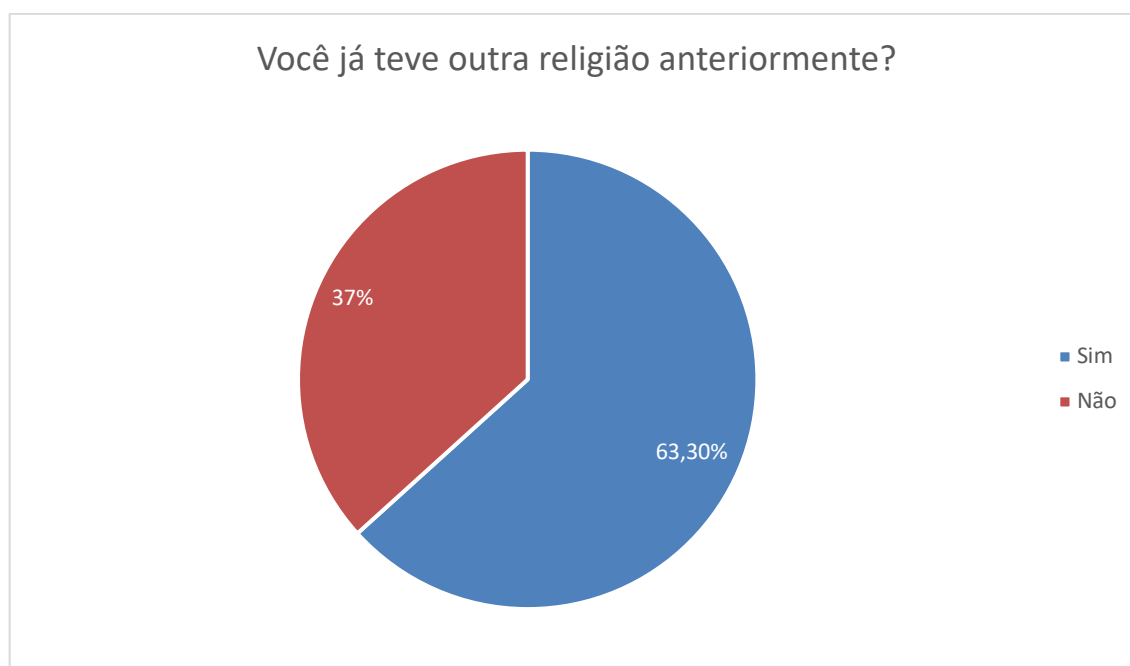
Talvez, podemos relacionar ao que Moraes, Damazio e Bressan (2018) afirmaram que, durante as batalhas da vida, o ser humano muitas vezes se vê sozinho sem forças para enfrentar alguns inimigos que vagam pela terra e pela sua própria imaginação, sua jornada interior. Apesar do mundo moderno ter passado por numerosas mudanças culturais, tecnológicas, sociológicas e econômicas, ainda assim vê-se há necessidade no homem moderno pela busca do divino, pelo sagrado. Mesmo considerando o número de ateus, a religiosidade continua ter uma forte influência no pensamento tanto ocidental como oriental, com uma menor dimensão sobre o aspecto dogmático, como no período medieval, onde as religiões quem ditavam as regras, mas sendo vista hoje como forma de fuga da realidade, uma ferramenta simbólica de alívio diário e coragem para enfrentar os medos do mundo e da mente humana (SILVA, 2003).

Gráfico 1 – Percentual de tempo em que a amostra se tornou evangélica.



Fonte: Elaboração autor, 2021.

Gráfico 2 – Percentual da amostra que já teve outra religião anteriormente ou não.



Fonte: Elaboração autor, 2021.

O homem sempre se entrega a algo: mitos, religião, política, tecnologia, paixão, loucura, etc. O imaginário é uma educação existencial dos sentidos e da percepção. Mas vale lembrar que o imaginário não se restringe apenas na formação de imagens (figuras) na mente, embora seja uma verdade, mas ainda assim ele alcança uma dimensão maior, antropológica, o

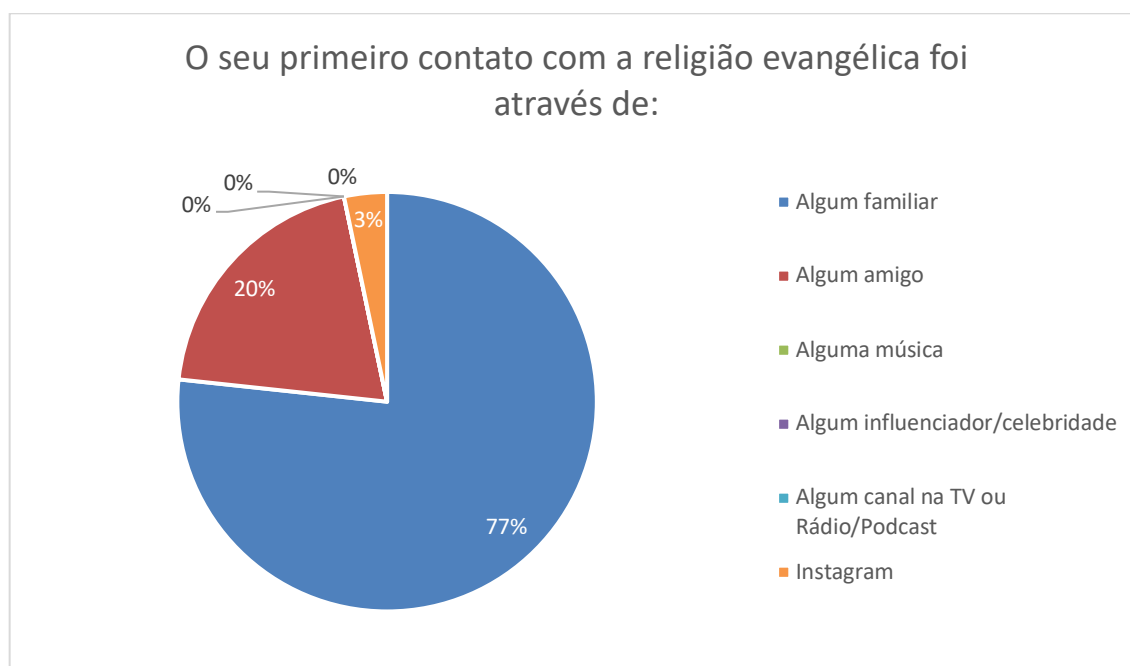
imaginário é uma introjeção do real, uma aceitação inconsciente, ou quase, de forma que precisar ser partilhado com outros. O imaginário é uma língua, uma elaboração de um mundo no mundo, de uma cultura na cultura, de um ser-no-mundo por si, em si, para si e, ao mesmo tempo, em função do mundo, com o mundo, pelo mundo (SILVA, 2003). Podemos identificar que é real essa necessidade de compartilhamento dessa nova língua, desse novo mundo com outros, visto que 93,3% dos voluntários responderam, sim, quando questionados se já levaram algum familiar ou amigo para visitar a comunidade que são participantes. E ainda, 76,7% da amostra entrevistada conheceram a religião evangélica por meio de algum familiar, e 20% através de um amigo, corroborando com a resposta do questionamento anterior.

Gráfico 3 – Percentual da amostra que já levaram familiares ou amigos para conhecerem sua religião.



Fonte: Elaboração autor, 2021.

Gráfico 4 – Percentual por qual meio a amostra teve o seu primeiro contato com a religião evangélica.



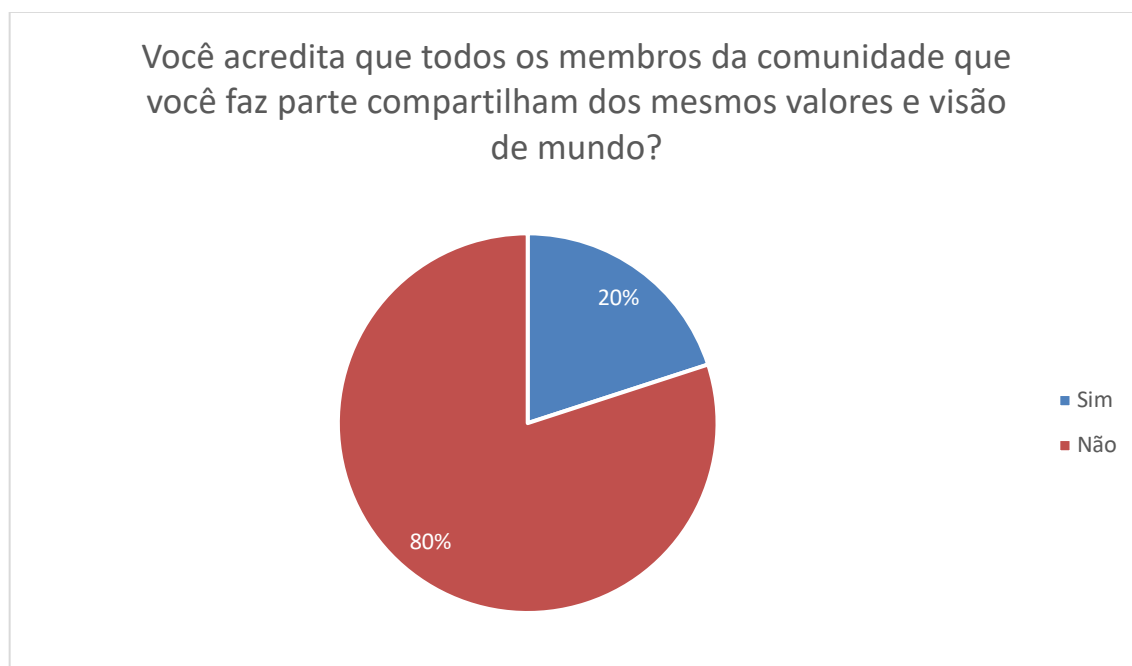
Fonte: Elaboração autor, 2021.

Diante desse compartilhamento já em pequenos âmbitos que se inicia entre familiares e amigos como observados nos dois últimos questionamentos, podemos ressaltar aqui, quando Cunha (2007) se referiu ao capitalismo globalizado, como o paradigma para a compreensão do fenômeno identificado como cultura gospel. Mostrando o papel fundamental desse contexto na aceleração da produção de sentido dessa troca de informações desse novo mundo descoberto, onde os indivíduos no tempo presente constroem suas identidades, partilham de expectativas e modos de vida.

Ainda nesse sentido de globalização e troca de ideias que está acontecendo no mundo, podemos nos atentar às respostas da amostra quando questionada sobre a visão de mundo dos que partilham da mesma fé que ela em sua comunidade, e 80% dos voluntários entendem que mesmo partilhando da mesma fé, ainda sim há uma visão de mundo de forma individual por parte de cada um, mas acima dessas diferenças continuam praticando a mesma fé em comunhão, como podemos exemplificar na respostas de dois entrevistados quando expuseram suas opiniões sobre a definição da palavra “comunhão”: o entrevistado 7 disse que “a comunhão é uma unidade na diversidade de cada de pessoa”, e o entrevistado 24 afirmou ser “frequentar um local onde, outras pessoas, com pensamentos diferentes, idades diferentes, classes sociais diferentes, partilham sobre os mesmos valores e princípios, gerando assim, um

ambiente de unidade sobre o ponto focal, onde as pessoas são desenvolvidas e maturadas, pela experiência de outros ou por ensinar outras pessoas sobre vida cristã”.

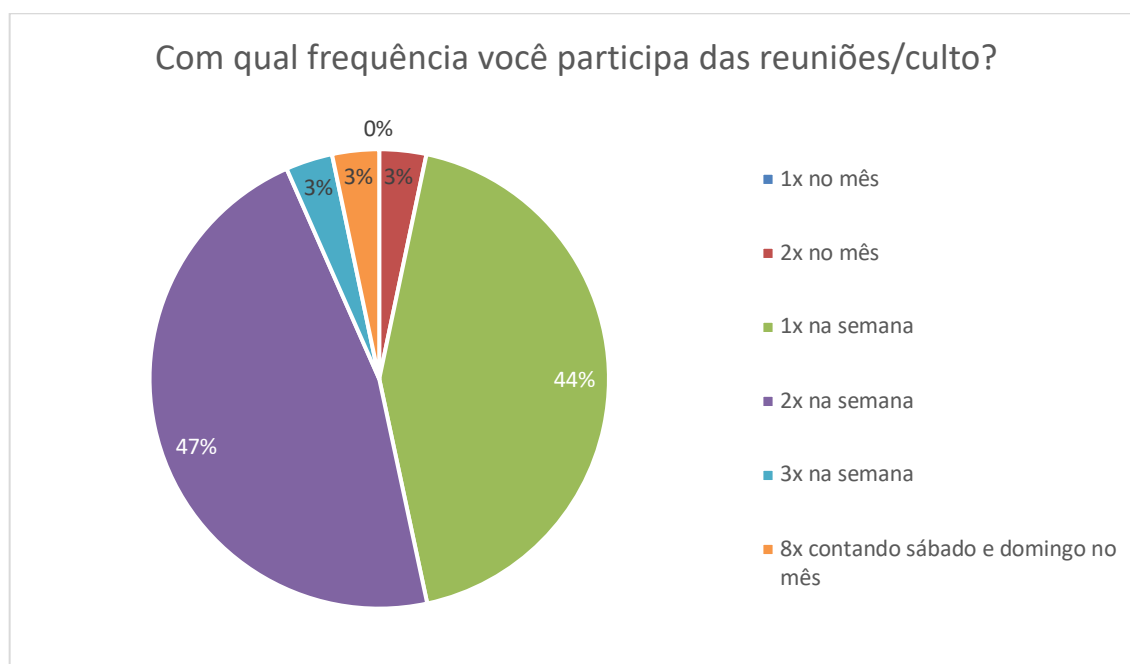
Gráfico 5 – Percentual da amostra que acredita ou não que todos os membros da sua comunidade compartilham dos mesmo valores e visão de mundo.



Fonte: Elaboração autor, 2021.

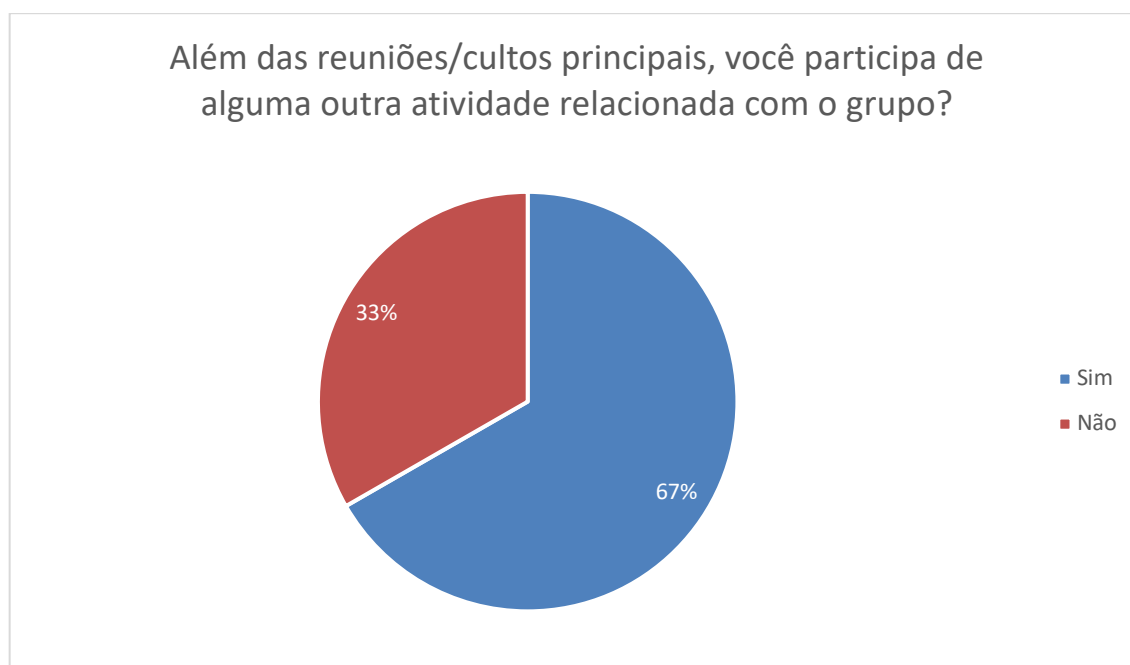
Também se identificou que a maior parte da amostra tem uma frequência semanal e constante nas reuniões religiosas, onde 43,3% participam delas 1x na semana, e 46,7% já estão presentes nas reuniões 2x por semana. E essa comunhão como acima discutido não está presente somente em um local físico específico, foi observado que 66,7% participam de atividades extras fora da igreja/local sede com os mesmos membros da sua comunidade, entre elas: reuniões de pequenos grupos, encontros de ministérios de louvor (música), encontro de libras, escolas bíblicas, grupo de escoteiro, trabalho de desenvolvimento social e evangelismo, esportes e etc.

Gráfico 6 – Percentual de frequência da amostra na participação das reuniões da sua comunidade.



Fonte: Elaboração autor, 2021.

Gráfico 7 – Percentual da amostra sobre a participação de alguma atividade extra com os membros da sua comunidade.

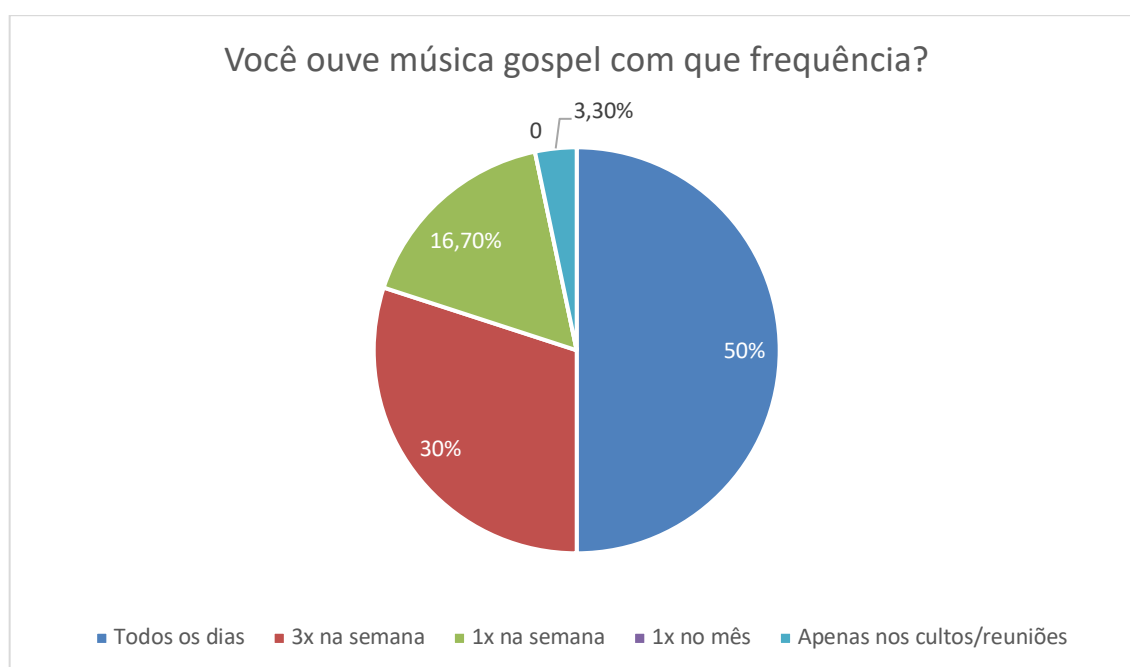


Fonte: Elaboração autor, 2021.

No modo de vida gospel, as práticas religiosas e doutrinas podem gerar inibição e obstáculos dentro do relacionamento com o sagrado e a música acaba superando essas fronteiras

criando um novo recorte dentro dos espaços denominacionais¹, oferecendo uma concepção intimista de adoração (CUNHA, 2007). Como Juremir Machado da Silva (2003, p.79) compartilhou em seu livro *As Tecnologias do Imaginário*, “a música é uma extraordinária tecnologia do imaginário, sem nunca ser manipuladora, embora consiga nos influenciar ao máximo, quase à morte, talvez mesmo até a morte”. Baseando-se nesses autores, questionamos os voluntários sobre a frequência que eles costumam ouvir música gospel e foi identificado que metade da amostra (50%) costuma ouvir música gospel todo os dias, confirmando o que Cunha (2007) disse sobre a cultura gospel se apresentar como um modo de vida, uma identificação construída por um segmento cristão.

Gráfico 8 – Percentual de frequência que a amostra ouve música gospel.



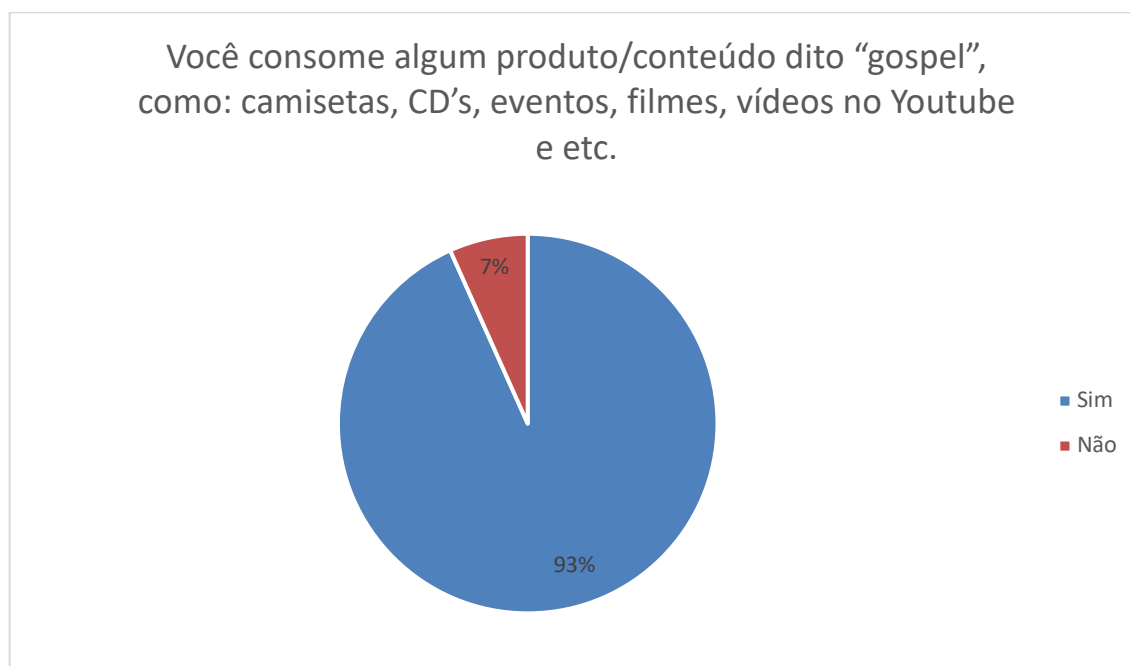
Fonte: Elaboração autor, 2021.

Na lógica da cultura do mercado, consumir bens e serviços é ser cidadão; na lógica da cultura gospel, consumir bens e serviços religiosos é ser cidadão do Reino de Deus. O consumo passa a ser não apenas uma ação que responde à lógica do mercado, mas compõe um elemento produtor de valores e sentidos religiosos. Despertando assim a relação consumo-entretenimento gospel também, diferenciando-o das suas origens, levando a expressão além da música, transformando-a num modo de vida, cuja forte marca é a inserção no mundo moderno

¹ Igrejas derivadas do cristianismo: congresso denominacional.

(CUNHA, 2007). É possível verificar isso na resposta dos voluntários quando abordados sobre o tema consumo-entretenimento religioso, tanto de itens físicos, mas também como conteúdo digital. E apenas 6,7% deles não fazem o uso ou consomem esse tipo de conteúdo, mas 93,3% citaram variados tipos de produtos e conteúdos gospels/religiosos consumidos por eles, como por exemplo: vídeos no YouTube, músicas no Spotify, filmes, eventos, livros, camisetas, etc.

Gráfico 9 – Percentual da amostra que consome conteúdos gospel ou não.



Fonte: Elaboração autor, 2021.

Os voluntários compartilharam suas opiniões através de respostas dissertativas sobre qual era a visão deles sobre a cultura gospel, e podemos observar uma dualidade de opiniões, uma vez que uma parte das respostas compartilham de pensamentos similares sobre a cultura gospel como um valor mais sobre mercado do que espiritual, a exemplo do Entrevistado 1 que disse que cultura gospel “muitas vezes se caracteriza como uma cultura ligada a Deus, músicas que expressam nossa crença, por exemplo, mas nem sempre o conteúdo está de acordo com o que as escrituras ensinam”. O entrevistado 15 destacou também: “a cultura gospel, em minha perspectiva, é mais um rótulo de mercado que procura identificar produtos relacionados à igreja evangélica, do que de fato uma cultura sistematizada com visão de mundo, costumes e ética. Muitas vezes o foco dessa nem mesmo é a divulgação da Fé Cristã, mas o marketing de ideais e bordões do evangelicalismo”. O entrevistado 20 disse que a cultura gospel “basicamente não retrata a tradução literal da palavra que significa EVANGELHO. Está mais ligada ao comércio e à exposição cultural evangélica”. O entrevistado 22 considera a cultura

gospel “diferente de cultura do céu. Vejo cultura gospel, como: o comércio de livros, músicas, vídeos, pessoas pouco preocupadas com frutos e mais preocupadas com passar uma imagem de alguém perfeito. E, cultura do céu, é o que cada cristão tem por missão, de estabelecer, em todas as esferas da sociedade, os princípios e valores do reino de Jesus, levando o mundo ao conhecimento de Cristo”.

Já uma outra parte do grupo se expressa com um pensamento oposto, com significados ligados a princípios e valores, como podemos observar na resposta do entrevistado 3 que disse que a cultura gospel “influencia a sociedade e cultura de modo geral. Música, costumes, criação de filhos”. O entrevistado 7 vê como “um estilo (ideologia) de vida” e o entrevistado 14 afirmou que “tudo que envolve o consumo, seja ele de objetos materiais ou imateriais. Grupo de pessoas que possuem um objeto ideológico comum, o cristianismo”. O entrevistado 17 conclui que é “uma cultura que vive acerca dos princípios cristãos” e o entrevistado 19 diz que “apesar de não gostar do termo, seria toda manifestação, seja artística ou não, com o intuito de promover a fé cristã”. Já o entrevistado 30 tem uma visão de que existe os dois caminhos inseridos na cultura gospel e destaca que “sendo sincero, em alguns meios a busca pelo dinheiro tem sido a característica principal, mas ainda acredito que o uso da cultura como meio evangelístico e com esse objetivo é muito forte”.

Recordando as palavras de Silva (2003, p. 46), “toda comunicação é um deslocamento: da mensagem, do interlocutor, do enunciador, do imaginário coletivo. Não há ideia, logo crença, sem técnicas de suporte e de divulgação”, e em sua obra continua o pensamento que “se toda comunicação é um deslocamento, toda crença é uma articulação da linguagem e da cultura, logo um imaginário”. O autor permite-se dizer em seu livro que o imaginário é a aura de uma ideologia, sabe-se da racionalidade que a compõe, mas também envolve uma sensibilidade, um sentimento, um afeto. Geralmente, quem adere a uma ideologia imagina fazê-lo por razões necessárias e suficientes, não tendo em vista o quanto entra na sua adesão um outro componente, que o autor chamou de não racional: o desejo de estar junto, o lúdico, o afetivo, o laço social, etc.

Corroborando com nesse pensamento, podemos relacionar esses componentes não racionais que Silva destacou, com as respostas obtidas dos entrevistados sobre o que mais os motiva a participar desse grupo evangélico. Observamos que as palavras mais encontradas nas respostas dos mesmos foi Deus e Jesus (lúdico), fé e amor (afetivo) e relacionamento (laço social e desejo de estar junto). O autor conclui que, dessa forma, que o imaginário se torna ao mesmo tempo impalpável e real, ele é um estado de espírito de um grupo, de um país, de um

Estado ou nação, de uma comunidade, etc. O imaginário constrói o vínculo, ele é o cimento social.

Podemos ver a atuação desse cimento social destacando o que o entrevistado 28 relata sobre o sentimento que o motiva a ser parte dessa comunidade, dizendo: “O senso de pertencimento a essa família espiritual é muito grande. Não me vejo caminhando mais sozinho, até porque a própria bíblia fala da importância da comunhão”. O entrevistado 14 diz o que o motiva a participar da sua comunidade é “o objetivo em comum, a fé comunitária e a comunhão horizontal que resulta na vertical, homem e Deus”. E o entrevistado 20 que tem por motivação “a fé em Deus e na sua palavra que ensina a nos relacionarmos com os irmãos na fé”.

Diante dessas respostas podemos entender o porquê Maffesoli (2001) define o imaginário como uma força, um catalisador, uma energia, e que ao mesmo tempo é um patrimônio de um grupo que tem uma fonte de sensações, de afetos e de estilo de vida. Para entender melhor o estilo de vida da amostra, questionamos sobre os principais valores que os ligam ao grupo jovem evangélico, e as palavras mais envolvidas nas respostas foram: fé em Deus e na sua palavra, amor, compaixão, honestidade, lealdade, verdade, alegria, solidariedade, humildade, gratidão, respeito, espiritualidade, justiça, empatia, ética, perseverança, o companheirismo e o compartilhamento da mesma fé. Essa busca pelos mesmos valores podemos entender melhor com a conceptualização de Silva (2003) sobre o imaginário individual, que tem por essência a identificação, o reconhecimento de si no outro. Ele é a explicação do “eu” (parte) no “outro” (todo).

A condição humana nos coloca a necessidade de crer em algo, não como um erro, mas como uma ilusão necessária, um mito que nutrimos, “para permanecer alguém”, “falando de algum lugar”. “Nós somos porque cremos. Não se crê no imaginário, vive-se nele” (SILVA, 2003, p. 45). Diante desse pensamento, levamos essa afirmação aos entrevistados com intuito de saber se eles concordavam e por qual motivo. E todos os integrantes da amostra responderam “sim”, eles concordavam com essa afirmação, como podemos destacar a opinião do entrevistado 7 que respondeu que “Sim. Porque quando cremos em Cristo somos salvos por sua graça. Essa reflexão e afirmação se aplica para todos nós! Somos o que cremos e acreditamos no que somos. Representamos e transparecemos todas as nossas certezas e convicções, é isso que nos forma e nos transforma no que SOMOS!”. O entrevistado 10 expressou o seguinte pensamento: “Um pensamento gera um sentimento que gera uma ação. Eu penso (reflito), sinto (alma) e afirmo (ação). Deus nos chama de filhos, então tomemos essa verdade, e crendo nela, sim, somos. Em provérbios diz “assim como o homem pensa em sua mente, assim ele é”.

Já o entrevistado 14, trouxe como a base de sua resposta o livro que guia a identidade cristã (bíblia) e justificou sua concordância dizendo que “A fé na palavra de Deus é a base da nossa crença. Se cremos passamos a ser no sentido identitário cristão. Concordo com a frase, porque preciso crer para ser. Embora na atualidade esse conceito tem bifurcações pois se mistura com outras vias e por vezes se perde em atalhos, num gospel hedônico, e aí somos o que queremos crer”. O entrevistado 15 trouxe um ponto de vista muito interessante sobre nunca conseguirmos alcançar a perfeição do “ser” por completo, mas apesar dos erros e na medida do possível conseguimos essa aptidão, explicando: “Eu concordo com a afirmação, apesar de não poder negar o caráter progressivo do processo de aperfeiçoamento do indivíduo dentro da cultura cristã. Neste caso, nunca "somos" perfeitamente, mas à medida que o que "cremos" é alinhado com a Palavra de Deus, seremos aquilo que devemos ser”.

O entrevistado 19 já nos chamou a atenção sobre a bagagem que temos carregado que é o resultado do que somos, dizendo: “Concordo, acredito que o nosso conjunto de crenças define quem somos”. E o entrevistado 25 trouxe sua justificativa que só podemos viver aquilo que cremos, afirmando: “Sim, concordo. Quando encontramos a verdade sobre quem Deus é e descobrimos quem nós somos de verdade, porque Deus nos criou a sua imagem e semelhança. Vivemos por aquilo que cremos”.

É possível perceber que apesar das diversidades de identidade de cada sujeito o imaginário coletivo da religião os aproxima, os faz querer ser parte desse sentimento compartilhado. Identificamos assim o que Maffesoli (2001) disse sobre o sentimento grupal, pois as respostas da amostra, sobretudo, trazem esse aspecto de partilha, porque os próprios indivíduos têm o entendimento que a visão de mundo dos outros participantes da sua comunidade religiosa se difere entre eles. Mas o ponto de identificação e união deles não está em suas próprias opiniões, mas sim mediante o estado de espírito do grupo, na sua fé em Deus, na atmosfera de adoração durante as reuniões, em que nada mais é vazio e ordinário e o sentimento de pertencimento e a comunhão entre eles são reais.

E é nessa atmosfera imaginal que os sonhos e utopias são a energia que os retira da solidão e os leva a um novo lugar onde realmente seu esforço para viver valerá a pena, onde a crença deles os transformam em o que eles são, tal como o entrevistado 10 citou um versículo do livro de Provérbios “assim como o homem pensa em sua mente, assim ele é”. E todo esse caminho é parte fundamental na formação da identidade do sujeito pós-moderno e também na transformação dessa identidade ao longo da vida do sujeito.

6 Considerações Finais

A fé cristã se coloca hoje, mais do que nunca, como uma opção de busca/restauração da “alma” do indivíduo. De trazê-lo novamente à realidade social, de colocá-lo num ambiente de partilha, de comunhão, de união e amor. As narrativas podem mudar, mas as imagens de adesão são as mesmas. Assim, como diz Juremir Machado da Silva (2006), que o imaginário retira o indivíduo da solidão para inseri-lo num todo aconchegante e orientador e baseando-se nas respostas do grupo de entrevistados, a fé para eles desempenha um papel fundamental na manutenção e criação de identidade do sujeito, pois ela é um modo de vida.

A cultura gospel, mais do que nunca, se tornou a mediação da experiência religiosa brasileira protestante e busca na identificação cultural a conquista de novos adeptos, através da aproximação com o popular, com a valorização de expressões musicais brasileiras e das associações do sagrado na vivência global, coletiva e cotidiana. A cultura gospel soma elementos da cultura de mercado, da cultura das mídias, das expressões musicais e das identificações populares, chegando assim à conclusão de que o gospel nada mais é que fenômeno completamente ligado à modernidade com características híbridas, pois apresenta uma alteração somente na superfície, pois sua essência integra o sistema do capitalismo globalizado. Os evangélicos, por meio da cultura gospel, mostram transformação (modernização) e preservação (conservação) – dois elementos distintos no mesmo corpo; duas fontes dessemelhantes na mesma matéria. Daí a formação híbrida do gospel.

Por fim, é possível afirmar que a cultura gospel é um fenômeno que integra o sistema do capitalismo globalizado. Toda a transformação, tudo o que se apresenta como novo entre os evangélicos que experimentam este modo de vida é uma expressão do mercado. Neste sentido, é possível afirmar que é no espaço do mercado e do consumo religioso que se dá a partilha de padrões de cultura e que vivenciar o modo de vida gospel é consumir bens e serviços religiosos e divertir-se, não como mera assimilação da cultura do mercado, mas como expressão religiosa que traz em si o entrecruzamento do novo com o velho, da modernidade com a tradição.

Sabe-se que as manifestações artísticas e em destaque a música, nos permitem pensar em um estilo de vida, mas de acordo com os estudos propostos, chegamos à resposta que a música não é necessariamente a mola propulsora nem o agente determinante do estilo de vida adotado por um indivíduo, no entanto, a mensagem passada pela música servirá de reforço mental ao mesmo, atuando como um catalisador para fixar as ideias de um determinado sistema cultural na mente dos adeptos. A música não é “o fator”, mas poderá ser “um dos fatores”

determinantes na escolha do estilo de vida, embora, na maioria dos casos, seja um reflexo de uma escolha já feita. Normalmente não se passa a escolher um estilo de vida em razão das músicas que se ouve, mas, ao contrário: se ouve as músicas em razão de um estilo escolhido anteriormente. Sendo assim, a música influencia nesse processo de identificação juntamente com as outras expressões artísticas, ao passo que torna os ideais repetitivos nas mentes. Apesar desta análise, também destacamos que o gospel surge como fenômeno cultural nesta nova realidade social. A dita “cultura gospel” se apresenta como uma cultura religiosa, um modo de vida, uma identificação construída por um segmento cristão. Ela é o modo de viver e relacionar-se com o sagrado dentro de um sistema de significações do segmento religioso.

Nas palavras de Magali do Nascimento Cunha (2007, p. 206), se referindo ao fenômeno gospel e o processo de identificação dos indivíduos: “Não há alteração substancial do “dominante”; é nada mais do que “o mesmo” com tecnologia, consumo e diversão. No campo sociopolítico idem, pois a cultura gospel manifesta-se como um fenômeno do capitalismo globalizado. Aquilo que se apresenta como novo na realidade das igrejas, é, de fato, uma expressão do mercado. É a transformação no invólucro e a conservação na profundidade”. Concluimos assim, nas palavras de Jesus, que a relação do imaginário religioso e suas imagens de adesão com a cultura gospel nada mais é do que: “vinho novo, em odres velhos”.

Podemos concluir então que o mundo é alimentado por imagens e é através delas que conhecemos e o desbravamos. O ser humano inconscientemente busca por essas imagens de adesão sejam individuais ou coletivas para compreender sua própria identidade e/ou construí-la a partir delas. Entre jovens evangélicos, na cidade de Tubarão-SC, a música, o consumo de conteúdo online e produtos gospel, o próprio ambiente familiar contribui com a formação dessas imagens, e conectados com o sentimento despertado e as experiências vividas a partir da associação dessas imagens, elas se tornam real. A partir do momento que elas alcançam essa profundidade realística, elas se convertem em um modo de vida pessoal e que por um sentimento inconsciente e natural do ser humano que não consegue vivenciar e experimentar disso individualmente, sente a necessidade de partilhar, criando-se as tribos/comunidades a partir de um vínculo de ligação despertado pela religião, que gera no indivíduo o sentimento de fazer parte, de pertencer a algo.

Referências

BRASIL. Censo demográfico 2010. Rio de Janeiro: IBGE, 2012. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religio_deficiencia.pdf. Acesso em: 3 maio 2021.

CANCLINI, Nestor Garcia. Comunicación y consumo em tempos neoconservadores. Estudios venezolanos de comunicación. n. 81, Caracas, 1993.

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

CUNHA, Magali do Nascimento. **Vinho novo em odres velhos: um olhar comunicacional sobre a explosão gospel no cenário religioso evangélico no Brasil**. 337 f. Tese (Doutorado em em Ciências da Comunicação) – Faculdade de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo, 337 p. 2004.

D'AMBRÓSIO, Ubiratan. Prefacio. In: BORBA, Marcelo de C.; ARAUJO, Jussara de L. (Org.). **Pesquisa qualitativa em Educação Matemática**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. São Paulo: Contraponto, 1997.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11.ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.

MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

_____. **A tribalização do mundo**. Porto Alegre: Sulina, 1997.

_____. **Elogio da Razão Sensível**. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996.

_____. **O conhecimento comum: compêndio de Sociologia Compreensiva**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

_____. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.

_____. O imaginário é uma realidade. Entrevista concedida a Juremir Machado da Silva. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, n. 15, agosto, quadrimestral, 2001.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

RAUEN, Fábio José. **Roteiros de investigação científica**. Tubarão: Ed. Unisul, 2002.

RITTO, Cecília. Católicos deixarão de ser maioria no Brasil em 2030, prevê especialista. **Veja**, São Paulo, jul. 2012. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/brasil/catolicos-deixarao-de-ser-maioria-no-brasil-em-2030-preve-especialista/>. Acesso em: 09 jun. 2021.

SILVA, Juremir Machado da. **As tecnologias do imaginário**. 3a ed. Porto Alegre: Sulina, 2003a.

SILVA, Juremir Machado da. As tecnologias do imaginário. Texto original da 1ª Conferência de abertura do IIº Colóquio Interinstitucional sobre Imaginário, Cultura e Educação e do 1º de comunicação, gravado e organizado por Alex Vergínio Assunção, alunos do programa de mestrado em educação, da Faculdade de Educação da universidade Federal de Pelotas, 2003b. Disponível em: https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:hkU0SQ1G8DwJ:https://wp.ufpel.edu.br/gepiem/files/2008/09/texto_Juremir_in_Peres_200411.doc+&cd=2&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=ae. Acesso: 09 abril 2021.

APÊNDICE A - Questionário

A cultura gospel entre jovens evangélicos na cidade de Tubarão-SC

Projeto de pesquisa para a Universidade do Sul de Santa Catarina

Há quanto tempo você se tornou evangélico? *

- ☐ Menos de 1 ano
- ☐ Entre 1 a 3 anos
- ☐ Entre 3 a 5 anos
- ☐ Entre 5 a 10 anos
- ☐ 10 anos ou mais

Você já teve outra religião

- ☐ Sim. Qual? (Responda em "Outros")
- ☐ Não
- ☐ Outro:

O seu primeiro contato com a religião evangélica foi através de: *

- ☐ Algum familiar
- ☐ Algum amigo
- ☐ Alguma música
- ☐ Algum influenciador/celebridade
- ☐ Algum canal na TV ou Rádio/Podcast
- ☐ Outro:

Com qual frequência você participa das reuniões/culto? *

- ☐ 1x no mês
- ☐ 2x no mês
- ☐ 1x na semana
- ☐ 2x na semana
- ☐ Outro:

Você acredita que todos os membros da comunidade que você faz parte compartilham dos mesmos valores e visão de mundo? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

Além das reuniões/cultos principais, você participa de alguma outra atividade

- ☐ Sim. Qual? (Responda em
- ☐ "Outros")Não
- ☐ Outro:

Depois de se tornar evangélico, você já levou algum familiar ou amigo para conhecer sua religião? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

Você ouve música gospel com que frequência? *

- ☐ Todos os dias
- ☐ 3x na semana
- ☐ 1x na semana
- ☐ 1x no mês
- ☐ Apenas nos cultos/reuniões

Você consome algum produto/conteúdo dito “gospel”, como: camisetas, CD’s, eventos, filmes, vídeos no Youtube e etc. *

- ☐ Sim. Qual? (Responda em "Outros")
- ☐ Não
- ☐ Outro:



O que é comunhão para você? Defina. *

Sua resposta

O que caracteriza a cultura gospel para você?

Sua resposta

O que mais motiva-te a participar desse grupo? *

Sua resposta

Quais os principais valores que te ligam ao grupo jovem evangélico? *

Sua resposta

Qual o seu posicionamento em relação à reflexão e afirmação: “Somos porque cremos”. Você concorda? Justifique. *

Sua resposta

CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA - CAMPUS DE TUBARÃO

SAYMON SOUZA MEDEIROS

Imaginário religioso e imagens de adesão: A cultura gospel entre jovens evangélicos na cidade de Tubarão/SC

Este artigo foi julgado adequado à obtenção do grau de bacharel em Jornalismo e aprovado em sua forma final com média **9 (nove)**, pelo Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Tubarão (SC), 01 de julho de 2021.



Profa. Dra. Heloisa Juncklaus Preis Moraes (Orientadora)

Prof. Dr. Lucas Pereira Damazio (Convidado)

Prof. MSc. Mauro Fucilini (Convidado)