

Seminário FESPSP: “Cidades conectadas: os desafios sociais na era das redes”

17 a 20 de Outubro de 2016

GT 7 – Estilo de vida, consumo e práticas culturais

## **O consumo religioso através de uma perspectiva juvenil**

Kaique Matheus Cardoso – UEL\*

Daniel Alves – UFG\*\*

### **Resumo**

A religião fornece um amplo conjunto de bens simbólicos aos seus fiéis, tais bens podem ser revestido num consumo material. O consumo de bens materiais constantemente é reforçado, seja durante os ritos e encontros religiosos, com o pregador vendendo seu livro, a banda vendendo seus CD's, por lojas do segmento religioso, ou mesmo também através da mídia. A inserção das religiões na modernidade faz com que ao seu redor eclodam conteúdos midiáticos, literários, musicais, e até mesmo de vestimentas. Adentrando o terreno da religião e dos jovens, focalizamos nosso estudo em dois grupos de jovens específicos, sendo um da Renovação Carismática Católica, e outro oriundo da Igreja do Evangelho Quadrangular, na cidade de Catalão – GO, ambos grupos com lideranças jovens. A exposição e constante acesso a sites de música, estilo de vida, blogs, e demais veículos de comunicação, intensifica o conjunto de bens materiais ao quais os jovens estão expostos. Constantemente ele é atravessado por produtos com alguma marcação religiosa, e pela crença de que ao adquirir estará evangelizando, sendo evangelizado, e contribuindo para a divulgação de uma mensagem cristã.

**Palavras-chave:** Religião, Consumo, Jovens, Grupos de Oração

### **Introdução**

No presente artigo nos propomos a investigar a relação de dois grupos de oração voltados para um público jovem na cidade de Catalão- GO. Intentamos compreender as relações instauradas na organização destes grupos, e analisar a forma como eles utilizam algumas plataformas de

---

\* Kaique Matheus Cardoso é bacharel em Ciências Sociais (Universidade Federal de Goiás – Regional Catalão) e mestrando do Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da Universidade Estadual de Londrina. E-mail: [cardosokm@gmail.com](mailto:cardosokm@gmail.com)

\*\* Daniel Alves é doutor em Antropologia Social (UFRGS), docente na Universidade Federal de Goiás – Regional Catalão, coordenador de pesquisa intitulada “Religião e consumo: análise da circulação e consumo de bens religiosamente marcados na microrregião de Catalão-GO” (CNPq Edital Universal 2014) e foi orientador de Iniciação Científica de Kaique Matheus Cardoso.

relacionamentos virtuais. Nossa atenção se volta também a uma abordagem do consumo de bens simbólicos e materiais das respectivas religiões.

Investigar a trajetória de algumas lideranças, e os fatos que antecedem a criação de grupos de oração para jovens, em meio a um cenário religioso diversificado, é fundamental para que possamos compreender a dinâmica interna e consolidação destes grupos. A influência que tais grupos exercem na vida dos fiéis, incentivando pertencas, consumos materiais e simbólicos, podem ser observados no cotidiano dos jovens.

As redes sociais, onde parte dos jovens exercem ativamente sua sociabilidade, também é nosso objeto de análise. A importância da virtualidade é refletida nos encontros semanais, os códigos, pertencas e condutas também são conjecturados nas páginas dos grupos. Tal inserção propicia uma visibilidade constante aos agrupamentos religiosos, sendo a internet também um local a ser convertido e colocado a serviço das crenças religiosas.

A cidade de Catalão-GO está localizada no sudeste goiano, e sua população segundo o censo de 2010 era de aproximadamente 87 mil habitantes, com 68,5% da população que se declara Católica Apostólica Romana, 26,8% Evangélica, incluindo os diversos enraizamentos e 11% Espírita, as demais expressões religiosas não tiveram índices expressivos<sup>1</sup>.

Nossos interlocutores participam de dois grupos religiosos de jovens. Um deles configura-se como um grupo de oração da Igreja do Evangelho Quadrangular, intitulado de Geração Daniel ou simplesmente #GD, como é conhecido nas redes sociais. Este grupo realiza seus encontros semanais aos sábados às 19h30min na 2ª Igreja do Evangelho Quadrangular.

O grupo católico que analisamos denomina-se “Jesus é o Senhor”, ou GOJ, como é conhecido pelos fiéis que frequentam o grupo. O GOJ é um grupo oriundo dos movimentos carismáticos da Igreja Católica, sendo ele pertencente à Renovação Carismática Católica, ou RCC. Seus encontros também são realizados aos sábados, tendo início às 19h30min com a reza do terço, nas dependências de uma Paróquia.

---

<sup>1</sup> Informações obtidas na página do IBGE, <http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/painel.php?lang=&codmun=520510>, acesso em: 28/05/2015

## **O grupo pentecostal: Geração Daniel**

### **A criação e organização do #GD**

O #GD surgiu no ano de 2012, sob a liderança de Pablo Neto, que aos 17 anos assumiu como líder dos adolescentes da Igreja do Evangelho Quadrangular. A trajetória pessoal de Pablo é constituída dentro da própria comunidade, pois nunca pertenceu à outra denominação religiosa. Pablo pertence a 2ª Igreja do Evangelho Quadrangular desde seu início.

Segundo Pablo, sua liderança surgiu de forma espontânea, sendo instigado e participativo em toda sua trajetória, pois sempre esteve envolvido com inúmeros eventos dentro da Igreja, auxiliando diversos outros líderes. Esta constante exposição e articulação com outras lideranças, em sua infância e adolescência, é que possibilitou um real aprendizado do que é ser um líder. Pablo não tem nenhum parentesco com os pastores, e demais membros líderes desta Igreja. Sua família apenas participa dos cultos, sendo ele o único membro da unidade familiar com um trabalho mais enfático dentro de alguma denominação religiosa.

Este grupo de jovens, “Geração Daniel”, é muito bem articulado e estruturado, a lógica que estes jovens vivenciam é algo muito similar a parâmetros de organização do trabalho, comuns ao livre mercado, pois contam com equipes, líderes, e funções bastante definidas. Suas estratégias e ações podem ser equivalentes as de empresas, que divulgam seu produto diretamente num mercado secular. “Esta concorrência comercial é comum neste meio, que vincula um profissionalismo dentro do próprio círculo religioso” (FERREIRA, 2013, p.7).

Estas equipes são constituídas de membros do próprio #GD, sendo divididas em dança, som, eventos, e principalmente de divulgação (que Pablo identifica como a “equipe de marketing”). As páginas virtuais, devido à fluidez de informações, devem ser constantemente atualizadas para que desta forma não permaneçam monótonas e não atraiam aos internautas que buscam alguma informação sobre o #GD. A página também é utilizada como um veículo instantâneo de comunicação com os membros assíduos.

Os jovens que frequentam este grupo são oriundos dos mais diversos meios, sendo possível notar certa discrepância de acesso aos bens de consumo materiais. Alguns poucos bem vestidos com roupas aparentemente carregadas de um alto valor financeiro e simbólico, que para a grande massa populacional é inacessível. Por outro lado é visível uma quantidade expressiva de jovens com vestimentas simples, sem um valor financeiro tão expressivo quanto o outro grupo.

Ao longo desta pesquisa, que durou um ano e cinco meses, foi possível notar que ao fundo prevalecem jovens com características mais chamativas, como aqueles que utilizam *piercings*, ou vão com camisetas de bandas de Rock. Tal fato se deve a própria lógica interna dos novos membros, que caso não se adaptem imediatamente, passam por um período probatório.

Este fenômeno observado dentro desta Igreja nos possibilita refletir sobre os novos moldes das religiões, que por vezes precisam ser consideradas mais “abertas” e “flexíveis” com os padrões de fieis. Neste caso em específico, apenas pudemos notar algumas advertências durante as pregações a respeito de roupas muito curtas e o uso de bonés. Contudo, parece um ambiente bastante diversificado e aberto às diferenças sociais e culturais, num primeiro momento.

### **Etnografia do ambiente virtual**

A rede social eletrônica mais utilizada pelo ministério da Igreja, o *Facebook*, é mundialmente conhecida. Estima-se que mais de um bilhão de pessoas estejam cadastradas nesta plataforma de interação virtual e digital ao redor de todo o planeta. Atualmente o Brasil é o quarto país com maior número de usuários, com aproximadamente 89 milhões de pessoas, ficando atrás apenas de países como Estados Unidos, Reino Unido e Portugal.<sup>2</sup>

Criado em meados de 2004 este site de relacionamentos ultrapassa qualquer outro recurso semelhante anterior ou posterior à sua criação, como o *Orkut*, ou os atuais *Tumblr*, *Blogs* e *Google +*, no Brasil cerca de 59 milhões de

---

<sup>2</sup>Segundo a reportagem da “Proxima” disponível em: <http://www.proxima.com.br/home/social/2014/08/22/No-Brasil--Facebook-tem-89-milh-es-de-usu-rios-mensais-ativos.html>, acesso em: 08/06/2015

peças acessam esta ferramenta diariamente<sup>3</sup>. O acesso ao *Facebook* é grátis, os usuários não pagam nenhuma taxa de adesão ou manutenção de seus perfis online, e as únicas exigências são de que os indivíduos tenham acima de 13 anos e preencham um breve formulário com algumas informações pessoais.

Outra rede utilizada pelos jovens do #GD é o *Instagram*. A plataforma do *Instagram* criada no ano de 2010 já atinge um público estimado em trezentos milhões de usuários<sup>4</sup>. Este aplicativo permite um compartilhamento instantâneo de fotos em diversas redes sociais, e pequenos vídeos de até 15 segundos. O *Facebook* permite a vinculação dos conteúdos do *Instagram*, nos perfis de seus usuários, desta forma o *Facebook* acaba por aglutinar a outra rede social. A página do #GD utiliza esta funcionalidade, integrando duas redes sociais e fundindo seus conteúdos.

Pablo, o líder do #GD compreende que a realidade na qual está inserido proporciona uma ampla e real liberdade, pois vive em um país de múltiplas expressões e manifestações. Tal liberdade faz com que a internet e especificamente o *Facebook* seja uma ótima ferramenta para a evangelização, pois combina uma infinidade de pessoas de diferentes meios com um alcance real e abrangente. Segundo Pablo a inspiração da Fan Page do #GD é oriunda da experiência que ele visualizou em outros grupos de jovens religiosos da cidade de Catalão-GO, sendo que pudemos notar algumas referências ao GOJ e também ao “Jovens Unidos Pelo Amor de Cristo” (JUPAC), ambos grupos católicos.

Pablo relatou em entrevista que em 2012, quando se tornou líder dos adolescentes, já observava que este segmento religioso começava a se apropriar deste recurso midiático. Ele também decidiu aderir à internet como um meio potente e influente de divulgação, pois outras experiências já vinham dando certo, como a do GOJ e JUPAC, que apesar de serem católicos se localizam na mesma cidade.

---

<sup>3</sup> Segundo a reportagem da “Meio&Mensagem” disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/mob/midia/interna.html?path=/home/midia/noticias/2014/08/22/Facebook-tem-89-milhoes-de-usuarios-no-Brasil>, acesso em: 04/05/2015

<sup>4</sup> Segundo a reportagem do G1, disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/12/instagram-atinge-300-milhoes-de-usuarios-e-ultrapassa-twitter.html>, acesso em: 08/06/2015

A rede virtual é um meio onde há uma grande inserção e circulação de jovens. A página do #GD é administrada por cinco moderadores. Todos têm permissões para acesso, não havendo restrição quanto a número ou ordem de postagens. Os moderadores apenas devem obedecer à temática da página e não fugir de sua real intenção e finalidade, que descrevem como sendo de “edificação e propagação da mensagem cristã”. Todas as atualizações e informações são feitas pelos moderadores à distância, não havendo um local específico para a equipe de marketing trabalhar dentro da Igreja.

Buscamos realizar a partir das informações da página deste grupo uma breve descrição, apresentando as características e destacando alguns pontos que nos ressaltam ao olhar.

A página conta com a estrutura comum e padronizada do *Facebook*. Assim que se acessa a página depara-se com uma imagem bastante atraente, fotos nas quais jovens estão dentro do templo, com os braços estendidos, dando uma impressão de comemoração. A primeira vista nos dá uma sensação de casa cheia, e que os cultos são sempre animados.

Ao longo da página notamos que o *Facebook* está diretamente conectado com o *Instagram*, redes sociais que se articulam neste ambiente digital. Inúmeras fotos aparecem ao lado esquerdo da tela, apresentando cartazes chamativos. Muitas postagens são de imagens produzidas digitalmente, com o intuito de convidar os indivíduos para participarem do culto semanal.



Figura 1. Convite para culto do Rock  
Figura 2. Convite para o #GD

Figura 3. Convite para o #GD <sup>5</sup>

O principal atrativo desta página é sem dúvida o conjunto de imagens que ela apresenta, sendo esta uma grande porta de entrada para o meio evangélico. A quantidade e diversidade de fotos são grandes. Muitas imagens são dos próprios integrantes do ministério, tiradas durante os cultos ou também durante os preparativos para algum evento.

Como a página do *Facebook* está conectada com o *Instagram*, inúmeras fotos e vídeos também estão disponíveis na página. As fotos são sempre de partes do culto e de imagens como as mostradas acima. Os vídeos também fazem parte do material disponível. Pequenas gravações de até 15 segundos estão disponibilizadas, algumas são trechos de apresentações musicais ou de dança.

Assim como alguém pode “curtir” a página do #GD, a própria página pode “curtir” outras *fan pages* da rede, gerando assim uma relação de afinidade entre páginas. A página do #GD “curte” outras 30 páginas, todas aparentemente de conteúdo cristão. Pudemos identificar que apenas uma página era de outro grupo de jovens, o “GeraS”, que é um grupo da Igreja de Deus no Brasil, localizada nas proximidades da 2ª Igreja do Evangelho Quadrangular.

Porém este grupo pequeno não tem a mesma abrangência de seguidores do #GD, possuindo apenas 240 seguidores. O restante das páginas que o #GD segue são de cantores e cantoras gospel, pregadores, e da própria Quadrangular, com sua extensa rede de igrejas em todo o país.

### **Consumo religioso no #GD**

A religião possibilita aos seus fiéis formas de consumo diversas, ancoradas no âmbito espiritual de bens simbólicos, sejam imateriais através da crença em divindades, ou mesmo material. O fluxo de bens materiais físicos, como livros, CD's, DVD's, escapulários, imagens de santos, crucifixos e roupas possuem algum conteúdo religioso.

---

<sup>5</sup> Imagens obtidas através da página oficial do #GD, <https://www.facebook.com/geracaodaniel2ieq?fref=ts>, acesso em 18/03/2015

Ao entrar numa religião, sendo por socialização ou conversão, o sujeito vai sendo incorporado ao grupo a partir de um sistema de ideias que corresponde, em alguma medida, a um sistema de objetos. Estes objetos são ferramentas de identificação e inculcação. Ainda que possamos analiticamente separar estas faces do fenômeno, é importante salientar que identificação e inculcação fazem parte de um processo indissociável na prática. Objetos religiosamente marcados comportam em si algo que remete a um todo, um mundo povoado de símbolos e signos que dão sentido a uma gama considerável de questões, que vão desde o destino do ser depois da morte e a existência de seres racionais não perceptíveis, passando pela ordem do universo até questões prosaicas como o que fazer com o dinheiro em face da ordem cósmica. (ALVES, 2015, p. 44)

Em todas as formas de consumo os fiéis acabam por compartilhar um capital simbólico, que além da crença, pode ser agregado a algum consumo de produto físico. Quando se compra um livro ou CD, há um consumo material e também simbólico de tal produto, pois através dele existe um valor que é oriundo de alguma crença do indivíduo, revertendo-se a um sistema simbólico, e o produto também passou por um processo de comercialização. O mercado de consumo religioso expandiu-se e atualmente disputa espaço em diversos segmentos comerciais, sendo presente em prateleiras de supermercados, livrarias, bancas de revistas e jornais, entre outros.

No Brasil temos aproximadamente 116 milhões de pessoas católicas, e 42 milhões de evangélicos, os eventos realizados pelas instituições e agrupamentos religiosos, movimentam em média 15 bilhões por ano. O turismo religioso também é responsável pela movimentação financeira, sendo o Santuário de Aparecida do Norte, e Círio de Nazaré o lugar preferido dos católicos, e o templo de Salomão o lugar favorito dos evangélicos, impulsionando mais de 17 milhões de indivíduos a consumirem hospedagens, refeições, transportes, e produtos religiosos. O mercado fonográfico cresce em média 14% ao ano, e conta com mais de 150 gravadoras, já o mercado literário fatura em média 500 milhões por ano, apenas com títulos religiosos.<sup>6</sup>

A concorrência neste meio é acirrada e se encontra no mesmo patamar de outros produtos seculares quaisquer que disputam mercado, porém quando alguns cantores ou livros conquistam mais sucesso do que os demais acabam

---

<sup>6</sup> Informações obtidas na página do FECOMERCIO-SP: <http://www.fecomercio.com.br/noticia/mercado-religioso-cresce-e-se-mostra-bilionario>



justificando tal fato como resultado da graça divina. Há uma ampla gama de produtos oriundos de diversas denominações religiosas que lançam padres cantores, cantores de músicas religiosas sem filiação institucional, religiosos ministrando pregações e palestras, e variados ministérios de música, sendo alguns de grande destaque no cenário nacional como o Diante do Trono. Os produtos deste meio passam por uma divulgação comum em programas de TV, rádio e/ou internet, utilizando-se metodologias tradicionais e secularizadas do marketing.

A diferença entre o que é considerado “religioso” ou não já encontra certas dificuldades em ser identificado, devido à secularização e à homogeneização dos bens religiosos. A grande inserção destes produtos em um regime de consumo contemporâneo e de massa nos evidencia transições mais frequentes e intensas, deixando uma demarcação clara e nítida algo ainda mais difícil de ser identificada.

De acordo com informações obtidas através do convívio com jovens do #GD, notamos algumas especificidades neste círculo social. A banda Diante do Trono é sem dúvidas o maior expoente em questão musical para os frequentadores deste grupo. Os artigos mais comuns que circulam neste meio compreendem livros que tratam de temáticas como o comportamento diante do mundo secular, batalhas espirituais, poder da oração, explicações bíblicas, mídias com pregações, CD's e DVD's de cantores e bandas religiosas, camisetas com versículos bíblicos e pequenas lembrancinhas, como chaveiros e canetas.

Como dito anteriormente, a banda Diante do Trono, sob a liderança de Ana Paula Valadão, é um referencial no meio pesquisado. Oriunda do Ministério de Música da Igreja da Lagoinha de Belo Horizonte - MG, este grupo atinge grandes proporções de fiéis, inclusive aqueles que não são do círculo religioso. No ano de 1998 o Diante do Trono lançava seu primeiro CD, gravado dentro da sede da Igreja da Lagoinha. Ana Paula Valadão, filha do um casal de pastores desta Igreja se tornaria um ícone, mas um ícone não apenas da música gospel brasileira (ROSAS, 2013).

Diante do Trono tem gravado discos com a Som Livre, que veicula propagandas na maior emissora aberta do país, a Rede Globo, sendo ambas da mesma Organização. Estes contratos de gravação fazem com que os produtos de Diante do Trono alcancem vendas superiores a cantores seculares, e se torne um produto competitivo num mercado em expansão, o mercado gospel. Em suma, esta banda circula como um dos produtos de uma gravadora secular, que, aliás, também contam com outros nomes da música católica e evangélica, como Davi Sacer, André Valadão e Rosa de Saron. Assim fica nítida a inserção deste segmento em espaços e empresas que antes eram completamente voltadas ao segmento religioso.

Para alguns integrantes do #GD os livros da editora Valente, Cd's dos ministérios Diante do Trono, Ministério Zoe, Hillsong, Fernandinho, André Valadão, e Ministério Pedra Viva são os produtos de maior prestígio e sucesso neste meio. Paralelamente identificamos um consumo compartilhado entre os jovens, porém sem tanta expressividade. Outros aspectos que podemos ressaltar são as constantes camisetas com frases bíblicas, óleos ungidos, chaveiros, e outros acessórios que caracterizam o pertencimento.

A editora Valente, de Arapongas (PR), é considerada uma das mais relevantes neste meio, principalmente por conter alguns títulos de grandes destaques, como os da autora Rebecca Brown, que é quase unanimidade de leitura entre estes jovens. Esta pastora e escritora narra sua trajetória contra as forças satânicas. A ex médica atualmente se dedica a intervenções religiosas ao redor do mundo. Porém sua literatura é de grande atração e interesse entre os jovens pesquisados.

A Marka da Paz por vezes é lembrada como referência no quesito de roupas e acessórios. Essa empresa possui uma fábrica e mantém um site de vendas com roupas e acessórios para o segmento religioso. O site da empresa aglutina uma infinidade de opções entre saias, blusas, camisetas, vestidos, calças, bonés, pulseiras, moletons e jaquetas. A proposta identificada na página desta empresa é que ela supra as necessidades de um segmento específico cristão, alegando que os cristãos antes de sua existência eram obrigados a utilizar qualquer tipo de roupa.

Nasceu dentro da necessidade que existia no mercado de produtos voltados para o público cristão.... em meados dos anos 90, onde a maioria dos cristãos eram obrigados por falta de opção, usarem todo tipo de roupas no seu cotidiano. ...servisse não só para uso pessoal, como também para evangelizar outras pessoas.... tem como principal objetivo o ministério de evangelismo especial sempre de forma criativa e inovadora.<sup>7</sup>

O objetivo da empresa oriunda de Goiânia (GO) é vinculado a valores cristãos, apesar de não identificar um segmento religioso em específico. Porém podemos notar uma maior aproximação com o meio evangélico de modo geral, alguns jovens pertencentes ao #GD afirmaram consumir especificamente algumas roupas desta marca, mesmo que ela não tenha nenhuma mensagem bíblica evidente, ou algum desenho que faça referência ao meio religioso. A Marca da Paz acaba se inserindo e não se distinguindo por ser uma marca de roupas necessariamente com algum conteúdo religioso visível. A etiqueta de uma empresa cristã passa a ser o maior valor.

No mesmo segmento também podemos ressaltar a loja do Ministério Diante do Trono, que possui uma diversidade ainda maior de itens se comparada à Marca da Paz. A DT Wear, como está escrito no slogan, trás além de roupas com e sem marcação religiosa evidente uma infinidade de produtos como camisas, calças jeans, livros, CD's, DVD's, brinquedos para crianças como fantoches e ursos de pelúcia, joias e pacotes de viagens a terras sagradas.

A líder do Diante do Trono, Ana Paula Valadão é a principal modelo da marca, pois em diversas páginas seguidas é ela quem está vestida com tais produtos, sendo também neste meio a que possui maior destaque<sup>8</sup>. A apropriação da imagem da cantora pode ser compreendida como uma apropriação do próprio sucesso e simpatia que o público tem com a mesma, sendo que sua imagem pode validar e confirmar um discurso religioso por trás de tais itens, confirmando e reforçando uma possível graça e benção ao utilizar tal produto, e também demarcando território com produtos do segmento gospel.

---

<sup>7</sup> Ver site da empresa em: <https://www.markadapaz.com.br/quem-somos>

<sup>8</sup> <http://www.lojadianedotrono.com/>

A categoria de venda de CD's não se limita a venda do trabalho do Diante do Trono, revendendo trabalho de diversos outros artistas de gravadoras diferentes, porém todos do segmento gospel. Os livros estão na mesma situação que os CD's, revendem uma infinidade de títulos das mais variadas editoras, porém se limitando ao segmento especificado.

A quantidade de materiais disponíveis e a variedade fazem com que este seja um dos portais mais completos para artigos com marcação religiosa do segmento evangélico, sendo um verdadeiro shopping online. O sucesso no meio investigado é nítido, há um intenso consumo destes produtos e também da própria produção artística/musical do ministério.

Desta forma o Diante do Trono ultrapassa as barreiras da música e se insere também de forma competitiva no segmento do próprio varejo especializado em roupas com marcação religiosa, mesmo que seja apenas através da etiqueta de uma camisa polo lisa. A descrição da loja enfatiza o caráter missionário e evangelizador de cada produto.

A LOJA DIANTE DO TRONO foi criada para abençoar vidas. Cada produto uma mensagem a ser proclamada. Levar a mensagem que proclamamos através da música também por meio de cada produto, sempre condicionados a VIVENCIAR E INCENTIVAR A ADORAÇÃO A DEUS NAS NAÇÕES DO MUNDO, INFLUENCIANDO A SOCIEDADE E A NOVA GERAÇÃO DE ADORADORES COM EXCELÊNCIA, SANTIDADE E AMOR.<sup>9</sup>

Como evidenciado em um trecho obtido no próprio site da empresa os produtos possuem um caráter edificador, que possibilita a construção de uma identidade cristã e também de evangelização. Nesta perspectiva o produto da marca Diante do Trono carrega um poder simbólico de fé, e evangelização aos indivíduos que os adquirem, gerando um produto que pela perspectiva dos fiéis é sem dúvidas algo que os identifica com sua opção religiosa e confirma sua fé.

O #GD é um grupo bem articulado, possuindo uma liderança que visivelmente também é um excelente administrador, pois possui uma ampla rede de assistentes, possibilitando assim um grupo consolidado, com

---

<sup>9</sup> Informações obtidas na página oficial do ministério em: [http://www.lojadiantedotrono.com/pagina.php?info\\_id=11#.Vp2KjporK70](http://www.lojadiantedotrono.com/pagina.php?info_id=11#.Vp2KjporK70)

atividades diversas e por vezes inovadoras. Pablo é requisitado, e sempre conta com várias pessoas ao seu redor, discutindo, conversando e buscando melhorar as atividades do grupo. O meio evangélico propicia uma grade abertura, e a página virtual deste grupo corresponde aos anseios e desejos dos jovens que frequentam o grupo.

## **Grupo Carismático: Grupo de Oração Jesus é o Senhor**

### **Do Geração PHN ao GOJ**

O Grupo de Oração Jesus é o Senhor, mais conhecido como GOJ é um grupo de oração carismático da cidade de Catalão-GO. Em menos de cinco anos este grupo se tornou uma referência na cidade, pois realiza um acampamento de carnaval que abrange mais de 150 pessoas e seus encontros, também aos sábados, reúnem até 80 jovens.

A história do GOJ tem sua trajetória marcada por outro grupo de jovens da renovação carismática. O GOJ surge após o fechamento do “Geração PHN”. Este grupo foi criado em Dezembro de 2004 durante um retiro espiritual na cidade de Catalão-GO, e manteve suas atividades por seis anos, se encerrando no último sábado do ano de 2009.

Desde sua fundação houve uma forte e evidente influência do movimento carismático PHN da comunidade Canção Nova. O Por Hoje Não Vou Mais Pecar, conhecido pelas siglas PHN, é um programa que vai ao ar na emissora Canção Nova desde o ano de 1999, apresentado e idealizado por Dunga, um dos membros mais populares desta comunidade. O PHN tem certa abrangência no meio carismático, onde se propaga aos jovens que eles podem ser religiosos sem deixar de viver a juventude, ou simplesmente como o lema principal “jovem sem deixar de ser santo”.

A Canção Nova é uma comunidade mundialmente conhecida, possui alguns meios de comunicação como uma emissora de TV, emissoras de rádio, e também conta com um amplo espaço físico que atrai milhares de fiéis por ano. Esta comunidade de vida e aliança evidencia uma nova forma de sociabilidade e institucionalidade, sendo uma das grandes responsáveis pela

inserção do catolicismo nas mídias, a Canção Nova foi fundada em 1978 na cidade de Cachoeira Paulista-SP (SILVEIRA, 2014). Esta comunidade atualmente conta com mais de mil membros, entre sacerdotes e leigos, possuindo missões evangelizadoras por todo o mundo<sup>10</sup>. A Canção Nova realiza grandes encontros, como acampamentos de carnaval e de formação espiritual para seus fiéis. Totalmente voltada para a RCC, esta comunidade é um expoente quando se trata do movimento carismático em todo o Brasil

No ano de 2015 foi realizado o 9º Acampamento de Carnaval com Cristo, encontro é realizado desde o “Geração PHN”. A transição de um grupo para o outro não afetou o evento, pois o acampamento manteve uma continuidade e se fortaleceu ainda mais com o GOJ. Este retiro espiritual é compreendido como um grande impulsionador do grupo de jovens, pois no período após o acampamento o GOJ visivelmente passa a receber mais fiéis, contabilizando até 70 jovens no salão. Porém como afirmado por Michael, atual coordenador do ministério de música e membro há mais de cinco anos, o acampamento também é o reflexo do trabalho realizado pelo grupo durante todo o ano, pois segundo ele grande uma expressiva parte dos jovens que vão ao acampamento já são assíduos ao grupo de oração.

A quantidade de jovens que frequenta este grupo, segundo Michael, não oscilou muito nos últimos anos, abrangendo sempre uma média entre 40 e 80 jovens. Existe certa estabilidade estrutural neste ambiente, situação incomum para outras Igrejas e grupos de oração, que geralmente oscilam bastante no número de fiéis assíduos. Hoje se nota este equilíbrio, não havendo um grande fluxo de entrada ou saída de jovens.

### **Organização e estruturação do grupo**

Atualmente o grupo é dividido em cinco ministérios. O Ministério de Intercessão é responsável por interceder e orar junto aos fiéis que fazem parte do grupo. O Ministério de Música é responsável por todas as canções tocadas durante os encontros, bem como organizar os aparelhos eletrônicos que utilizam e fazer novos arranjos para canções conhecidas. O Ministério de

---

<sup>10</sup> Informações obtidas na página oficial da comunidade: <http://comunidade.cancaonova.com/> em 27/05/2013

Pregação prepara todas as mensagens cristãs e define qual pregador irá ministrar em determinado encontro. O Ministério de Formação busca instruir os jovens, a fim de que eles participem de seminários e formações, visando uma ampliação dos conhecimentos religiosos partilhados pelo grupo. Por último, o Ministério de Comunicação é responsável por toda a divulgação dos eventos que o GOJ realiza, e também por movimentar as páginas nas redes sociais do grupo.

Em entrevista Michael<sup>11</sup>, que atualmente é coordenador do Ministério de Música, coordenador do Ministério Jovem da RCC da cidade, e que também já foi coordenador do GOJ no ano de 2013, relatou que um grande diferencial é notado quando o ministério de comunicação está bem articulado, pois proporciona uma grande receptividade e acolhimento aos fiéis. Pois eles podem enfeitar o salão onde é realizado o encontro, possuindo total liberdade para criar um ambiente acolhedor, podem promover campanhas nas redes sociais e demais ações que julgarem interessantes. Ao fim, segundo o entrevistado, o resultado é uma maior integração e comunicação entre os membros do grupo, e do grupo com a comunidade na qual está inserida.

Durante os cinco anos de existência do GOJ, ele não foi coordenado apenas por uma pessoa. Normalmente cada coordenador do grupo permanece por dois anos, após este período é realizado uma votação para que se defina um novo coordenador. Em sua história o GOJ inicialmente foi coordenado por João Paulo durante o ano de 2010, como dito anteriormente, em seguida por Thais Pena que coordenou de 2011 a 2012. Após este período Michael foi o coordenador durante todo o ano de 2013, e atualmente o grupo é coordenado por Leiliane que foi eleita em 2014 para tal função, e permaneceu até o final de 2015.

Podemos notar neste grupo uma estrutura administrativa bastante dividida, e ela espelha instâncias superiores da própria RCC Brasil. Esse espelhamento replica-se em dimensões de diferentes abrangências: para o país, para a região do país, para o Estado, para a região e para a cidade. De cima para baixo, temos uma relação administrativa hierárquica que atinge o

---

<sup>11</sup> Em entrevista realizada no dia 09/05/2015

GOJ através da coordenação da RCC de Catalão. Dentro de cada ministério existe um coordenador que organizará as demandas e também irá planejar as ações de tal.

### Etnografia do ambiente virtual

A página é administrada pelo ministério de comunicação, composta por dois irmãos, Michael e Pollyana. Os irmãos administram a página do *Facebook* desde o surgimento, em junho de 2012. Com a estrutura padrão da plataforma, a página se chama “GOJ Jesus é o Senhor” e logo abaixo há uma marcação do conteúdo da página, onde está escrito as seguintes palavras “Igreja/Instituição Religiosa” marcando nitidamente a intenção e conteúdo que virá em seguida.

No primeiro momento notamos que a foto de capa, que é a maior foto da página, contém uma mensagem “Novo amanhã, já posso ver e sentir a promessa de Deus”, onde quatro jovens caminham em uma paisagem natural totalmente aberta. Esta imagem faz referência direta a uma busca por paz e tranquilidade, pois os jovens caminham em direção a um lugar possivelmente afastado da cidade, sem incômodos, em meio a natureza. A inserção em locais de paisagem natural é muito comum neste meio, assim como a realização de retiros espirituais em chácaras, fazendas, ou pequenos sítios.





Figura 4. Imagem da página oficial do GOJ no Facebook<sup>12</sup>

Notamos que acima da imagem principal está presente a logomarca do Ministério Jovem da RCC Brasil. Este movimento é responsável por toda a movimentação de jovens dentro da RCC no Brasil, buscando evangelizar, formar, assistir, orientar e motivar a partir de uma postura e identidade que irão adquirir ao entrar para o movimento carismático.

A página do GOJ possui numerosas postagens desde sua criação, sendo uma página bastante movimentada, apesar de ter passado um curto período de tempo sem nenhuma publicação. Diferentemente do #GD, a página do GOJ não possui muitas fotos dos integrantes do grupo, sendo a maior parte das postagens mensagens com conteúdo bíblico.



Figura 5. Mensagem sobre a confiança em Deus  
Figura 6. Mensagem sobre o tempo de Deus<sup>13</sup>

<sup>12</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/GrupoDeOracaoJovemJesusEOSenhor?fref=ts> acesso em: 28/05/2015

<sup>13</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/GrupoDeOracaoJovemJesusEOSenhor?fref=ts> acesso em: 28/05/2015

As imagens acima representam a estrutura de grande parte das postagens da página do GOJ no *Facebook*. Em geral estas publicações recebem algumas curtidas, algumas mais de vinte, podemos notar que sempre é um mesmo grupo de pessoas que curtem os conteúdos. Em duas das imagens acima, pudemos observar que o mesmo grupo de pessoas curtiu as postagens, sendo alguns os próprios servos do grupo de oração.

A primeira imagem de um surfista com a frase “No dia que eu temer, hei de confiar em Ti”, faz referência direta a passagem bíblica citada, “Salmo 56:3”. O texto que antecede a imagem trata justamente da confiança do jovem em Deus, afirmando que apesar das falhas e inseguranças eles terão confiança, e não se deixarão abater por tais adversidades. O indivíduo da imagem remete uma situação de vulnerabilidade, onde é necessário acreditar e ter confiança, bordão típico do meio religioso, o mar e suas ondas seriam as dificuldades e problemas enfrentados por todos os jovens. Porém como a frase bíblica enfatiza, é necessário ter confiança e certeza da vitória em todas as situações, mesmo nas mais adversas. A onda e o surfista acabam sendo uma metáfora do cotidiano, onde ondas e ondas de adversidades se fazem presentes, mas que os mesmos podem superar e ultrapassar, desde que haja confiança.

A imagem da menina vem acompanhada da passagem de “Eclesiastes 3”, que faz menção a espera e também confiança dividida de que tudo tem seu tempo certo, não havendo motivações para conflitos ou mesmo preocupações. Como afirma tal passagem há tempo para vida, tempo para morte, tempo para o amor e para a guerra, devendo o homem se espelhar no tempo divino, onde tudo ocorreu para que houvesse certa perfeição. A imagem tem destacada a frase “Tudo tem seu tempo”, acompanhada de uma menina que nos remete uma expressão dúbia de ansiedade e, ao mesmo tempo, confiança. A mensagem que acompanha a descrição da foto novamente enfatiza que é necessário confiar, e acreditar nos planos e no tempo divino.

As duas imagens compreendidas enquanto complementares, nos traz uma sensação de que o surfista não tem o que temer, pois sua fé resguardada de uma constante confiança, o fará enfrentar quaisquer obstáculos. Na segunda imagem ao invés de enfrentar a “onda”, as adversidades, nos é dada

uma sensação da necessidade de aguardar, de saber recuar e justamente segurar toda a impulsividade em orações e na crença de que haverá um tempo certo.

A página, que no dia 17/05/2015, contava com 588 curtidas, geralmente é “curtida” por internautas da cidade de Catalão-GO, pois ela não tem uma abrangência tão grande em número de seguidores e fieis. Uma página virtual pode ter inúmeras funções e objetivos, porém o que os administradores relatam que a primeira intenção é repassar uma mensagem cristã aos jovens que aderem à página, de forma que eles possam acessar e se aproximar de todos a qualquer hora do dia. As fotos do grupo também fazem parte das publicações, pois notamos fotos dos encontros semanais, do acampamento de carnaval, e de outros eventos específicos como o “Aviva Jovem” que foi realizado em Janeiro de 2015. Porém predomina imagens aleatórias com mensagens cristãs.

A equipe de comunicação do GOJ produz suas próprias imagens com mensagens, pois são numerosas as imagens com o nome e local onde é realizado o grupo a fim de convidar outros jovens para os encontros. Analisando somente as fotos na página do grupo, notamos que durante o ano de 2014 houve mais de 200 imagens dos jovens, situação esta que se aproxima das publicações da página do #GD, onde a maior parte do conteúdo é justamente de fotos dos integrantes. Estas fotos são as mais diversas, desde imagens dos jovens sentados em momentos de oração, até alguns eventos que eles realizaram como festas juninas, acampamentos ou seminários de formação.

### **Consumo religioso no GOJ**

De forma paralela ao #GD os jovens católicos do GOJ também estão inseridos em um meio que os conduz ao consumo de itens com marcação religiosa. Durante diversos encontros aos quais estávamos presentes, notamos predominantemente referências diversas a Canção Nova. Como dito anteriormente neste trabalho, a Canção Nova é uma comunidade de vida e aliança, porém detém emissoras de rádio espalhadas por todo o país, uma

emissora de TV aberta, a editora Canção Nova, e uma gravadora de mesmo nome.

Para Alves (2015) o cristianismo compartilha de valores semelhantes entre seus membros, existindo uma visão comunitária. O consumo de tais produtos perpassa pela lógica da pertença religiosa que é explorada pelas mídias. Desta forma, inseridos em um processo de secularização as Igrejas já não detêm o monopólio da produção de tais bens simbólicos para a religião.

Neste grupo há uma rotatividade grande entre os pregadores, todos sempre falam sobre livros, palestras e viagens à sede da Canção Nova, temática esta que também está presente para aqueles que apenas participam do grupo. Não há dúvidas de que para o meio católico investigado neste trabalho, a Canção Nova é o ponto máximo de referência, seja enquanto uma comunidade de vida, despertadora vocacional, obra de fé e divina providência, e principalmente produtora de conteúdos carismáticos. A RCC se fortaleceu principalmente com a veiculação das mídias, e entre elas a Canção Nova é a que possui mais evidência. Esta inserção forte possibilita um enraizamento do trabalho da Canção Nova que de certo modo reflete-se nos grupos de oração como o GOJ, inspirados em formatos realizados por esta comunidade, e como o PHN, citado anteriormente.

Quanto à editoração e bens materiais católicos, a editora Canção Nova é a preferida entre os jovens. Grande parte dos títulos que eles consomem e emprestam uns aos outros pertencem a esta editora. Como expoentes de uma literatura carismática católica encontramos os variados títulos dos Padres Fábio de Mello, Padre Leo, e Padre Marcelo Rossi. Segundo alguns integrantes, os livros do Padre Leo são os que possuem maior destaque em relação à cura interior e aprendizado. Especialmente o livro “Buscai as coisas do alto” lançado em 2009 pela editora Canção Nova, que é bastante apreciado pelos jovens deste grupo. No portal da editora Canção Nova contabilizamos mais de 28 títulos de autoria de Padre Leo.

O meio carismático oferece uma infinidade de itens que também disputam espaço em um universo secular. A quantidade de livros e títulos por vezes nos passa despercebidos, porém é um segmento que cresce e que

possui seus concorrentes diretos, assim como qualquer outro produto que busca espaço no mercado. Outras editoras também ganham espaço neste cenário como a Editora Vozes, que não se restringe apenas a produção de literaturas religiosas, Editora Ave Maria e Editora Paulinas, sendo estas as principais editoras do segmento católico. Porém alguns títulos de grande destaque neste meio, como o livro *Ágape*, de autoria do Padre Marcelo Rossi, pertence a Editora Globo.

As organizações Globo detêm a maior emissora aberta do país, também possui um conglomerado de empresas de comunicação, sendo uma editora, gravadora, inúmeros canais de TV fechada, e emissoras de rádio. Podemos notar a inserção desta empresa no segmento religioso através da Som Livre. No meio católico, a Som Livre é a gravadora oficial da banda Rosa de Saron, banda esta que já conquistou e possui um público fiel no cenário católico em nível regional e nacional.

A banda Rosa de Saron é oriunda de Campinas (SP), com mais de 20 anos de carreira, consolidando-se no cenário nacional. Suas canções não expressam uma delimitação nítida ou apropriação de um meio religioso, a ambiguidade em suas letras faz com que a banda transite muito bem entre o público religioso e secular. Porém, no grupo católico analisado, a banda tem certa influência sobre os músicos e demais jovens que frequentam o meio. Em vários encontros presenciamos algumas canções oriundas desta banda, sendo ela uma grande referência para o grupo católico, assim como o Diante do Trono o é para o grupo evangélico.

A inserção desta banda em uma gravadora secular que atinge uma massa populacional através dos meios de comunicação faz com que ela tenha uma grande visibilidade no cenário nacional, ultrapassando as barreiras do meio religioso e se inserindo também no universo secular. Fato este que não invalida a participação ou admiração por parte de uma parcela religiosa que busca algum conteúdo espiritual em suas canções.

Novamente nos remetemos a Canção Nova como o principal portal de itens religiosos, sendo a principal referência para os jovens. No portal da Canção Nova podemos encontrar materiais típicos como livros, CDs, camisetas

com passagens bíblicas, moletons, pingentes, terços, cadernos e agendas. As opções e produtos ofertados são bem limitados em relação ao portal do Diante do Trono, citado anteriormente. Os materiais revendidos também são de diversas editoras, não se restringindo apenas aos produtos específicos da marca Canção Nova, dado que podemos encontrar CDs e livros de outras editoras/gravadoras.

Outro ponto de destaque são os produtos do PHN, movimento este que foi fundamental para a constituição do grupo que deu origem ao atual GOJ. O cantor Dunga possui CDs, livros e um grande repertório de palestras e pregações. Importante frisar que outro material que faz bastante sucesso neste grupo são as palestras. O site conta com uma página específica voltada a uma infinidade de títulos que são comercializados através de DVD's.

O objetivo do portal católico também tem a intenção de evangelizar e difundir o amor e fé cristã entre os consumidores.

..espalha seus diversos produtos pelo Brasil e muitos outros países. A qualquer lugar que vou as pessoas falam, agradecem, porque foi por meio destes produtos que conheceram a Jesus, transformaram seus casamentos e se aprofundaram na fé e na vida cristã... tem a tarefa concreta de tornar aprofundado, nas mãos das pessoas, todo o conteúdo de nosso apostolado, gravando e distribuindo palestras em diversos formatos para o povo. ... A mensagem de Cristo vestida, lida e escutada... Gravada no coração de cada pessoa.<sup>14</sup>

Os portais aqui investigados trazem sempre esta perspectiva de que seus materiais são para evangelizar e difundir tal fé através do consumo de bens. Não há dúvidas quanto às propostas do portal católico e dos portais evangélicos. A evangelização acaba passando em alguma medida pela compra e por algum nível de aquisição de produtos.

A gravadora Canção Nova conta com dezenas de músicos oriundos da sua própria comunidade que lançam discos de músicas inéditas ou mesmo regravações de hits clássicos. É frequente a insistência de um apelo para que o

---

<sup>14</sup> Ver <http://loja.cancaonova.com/institucional>

consumidor/fiel adquira o produto como uma forma de auxiliar a comunidade, e não apenas como uma compra de um bem qualquer.

Para a Canção Nova a compra de seus produtos significa um auxílio para manter o canal em funcionamento sem nenhum tipo de propaganda externa, ou que não reflita os valores fundamentais desta obra, auxiliando assim os projetos sociais e as missões realizadas. Como esclarecido anteriormente os artistas são em grande parte membros da comunidade de vida e aliança, ou seja, pessoas que já estão na caminhada dentro do próprio círculo Canção Nova.

## **Conclusão**

A imersão no universo jovem religioso e midiático se apresentou satisfatória, esclarecendo alguns questionamentos iniciais como as formas as quais tais grupos se estruturam, os recursos midiáticos tecnológicos aos quais eles também se apropriam, como um poderoso recurso de divulgação, e algumas formas de consumo deste meio.

Compreender os códigos e relacionamentos dos indivíduos, quando perpassados pela tecnologia, religião, fé, família e instituição religiosa, nos apresenta um contexto plural. O comportamento do indivíduo que crê deve ser problematizado, pois as circunstâncias e formas de crenças vem se expandindo imensuravelmente.

Os jovens, inseridos a fluxos midiáticos são adeptos ao consumo online, a ouvir músicas de seus cantores favoritos em plataformas grátis, não sendo isto um grande problema para eles. A associação dos ídolos ao segmento religioso é fundamental, pois as referências buscadas são sempre em meio a sua própria religião, não abrindo muito espaço para um diálogo inter-religioso.

Cada grupo possui suas preferências fonográficas e obras consideradas fundamentais para qualquer indivíduo que faça parte daquele meio. A Canção Nova é de extrema significância no contexto pentecostal, sendo esta comunidade basicamente uma referência para qualquer livro, CD, ou mesmo imersão espiritual. Já o grupo evangélico tem no Diante do Trono uma importante referência, mesmo sendo de denominações religiosas diferentes.

O consumo ocorre de forma massiva, seja ele simbólico como a própria crença, ou revestido em um bem material, como um terço, crucifixo, um óleo ou mesmo através de pequenos pedaços de tecido abençoado. Perpassado ao consumo que pode os caracterizar como jovens, estes indivíduos também são fundamentais para a perpetuação da crença, e representação dela em espaços não religiosos, desta forma o consumo passa também a ser um delimitador pertencimentos.

### **Bibliografia**

ALVES, Daniel. Pentecostalismo, Globalização e Consumo: Uma reflexão teórica sobre os bens de marcação religiosa. In ORO, A. P; RODRIGUES, D. (orgs.). **Transnacionalização Religiosa: Religiões em Movimento**. Porto Alegre, Cirkula, 2015. p. 43-55

FERREIRA, Selena. **Das igrejas para os palcos: O mercado da música católica** – Apropriações e ressignificações. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2013.

SILVEIRA, Emerson Sena da. **Catolicismo, mídia e consumo: Experiências e reflexões**. São Paulo: Fonte, 2014.

ROSAS, Nina. Religião, mídia e produção fonográfica: O Diante do Trono e as disputas com a Igreja Universal. **Religião e sociedade**, Rio de Janeiro, v.33, n.1 p.167-194, 2013.