



## Do sermão ao rap: análise da relação entre catolicismo e hip-hop no contexto cultural norte-americano

### *From sermon to rap: analysis of the relationship between Catholicism and Hip-Hop in the North American cultural context*

Caio Barbosa Nascimento\*

**Resumo:** Neste artigo, investigamos como a intersecção entre a religião católica e a cultura pop evidencia importantes transformações nas formas estéticas, midiáticas e políticas em torno dos processos de mediação do catolicismo na cultura midiática. Empiricamente, optamos por analisar o trabalho audiovisual de Fr. Stan Fortuna, dos frades da Renovação e da FoundNation, todos agentes do catolicismo no contexto norte-americano ligados ao gênero musical rap. Observamos de que forma as matrizes culturais do catolicismo e da cultura pop atravessam o conteúdo e a forma dos audiovisuais selecionados, entre negociações e disputas. Nosso objetivo, como resultado, é indicar elementos em transformação na produção midiática de agentes do catolicismo, a partir da sua interação com a cultura pop, e que apontam para novas convenções que podem se consolidar nos formatos expressivos dessa instituição religiosa.

**Palavras-chave:** Mídias religiosas. Cultura pop. Catolicismo. Audiovisual. Rap.

**Abstract:** This paper investigates how the intersection between the Catholic religion and pop culture shows important transformations in the aesthetic, media, and political forms around the mediation processes of Catholicism in media culture. Empirically, we chose to analyze the audiovisual work of Fr. Stan Fortuna, the Friars of Renewal and FoundNation, all agents of Catholicism in the North American context, linked to the rap music genre. We observe how the Cultural Matrices of Catholicism and pop culture cross the selected audiovisuals' content and form between negotiations and disputes. As a result, we aim to indicate some elements that are in transformation in the media production of agents of Catholicism and that point to new conventions that can be consolidated in the expressive formats of this religious institution.

**Keywords:** Religious media. Pop culture. Catholicism. Audiovisual. Rap.

## Introdução

Partindo da premissa de que o modo de interação entre a cultura pop e a religião católica é um fenômeno singular com características, atores e práticas próprias em cada lugar e época, nosso esforço, neste artigo, será o de investigar algumas práticas criativas vinculadas a este fenômeno no contexto histórico-social norte-americano. Observaremos, para isso, as produções audiovisuais de agentes institucionais do catolicismo que se

---

\* Doutorando em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA, Salvador-BA). ORCID: 0000-0002-4212-7961 – contato: [caiobn.j@gmail.com](mailto:caiobn.j@gmail.com)

apropriam do repertório musical, estético e político do hip-hop para expressar suas próprias crenças, valores e experiências, e quais as transformações este processo indica nas formas de esta religião evangelizar e entreter.

Escolhemos analisar as produções audiovisuais de três grupos de atores do catolicismo que estão envolvidos com a cultura hip-hop dentro dos padrões da indústria do entretenimento e da estética do *mainstream*, e que possuem modos singulares de atuação enquanto representantes desse fenômeno. São eles o frei Stan Fortuna, a Autentic Catholic Hip-Hop FoundNation e alguns freis da congregação religiosa frades da Renovação. A partir dos videoclipes e propagandas por eles produzidos, todos centrados no rap, será possível perceber o processo de continuidades, rupturas e tensionamento nas convenções musicais, imagéticas, performáticas e discursivas historicamente selecionadas no âmbito da expressão do sagrado-católico no contexto artístico-midiático norte-americano.

Metodologicamente, abordaremos o fenômeno a partir do mapa das mediações de Jesús Martin-Barbero (2006), traçando uma relação entre matrizes culturais e formatos industriais a partir das mediações de institucionalidade e tecnicidade. Nosso procedimento vai ser identificar de que forma as matrizes culturais do catolicismo e da cultura pop atravessam o conteúdo e a linguagem dos audiovisuais selecionados e evidenciam as relações, negociações e as disputas entre a lógica tradicional do catolicismo (com seus símbolos, doutrinas e história) e a lógica da cultura pop (com suas técnicas, valores e formatos) sobre os criadores desses produtos. O mapa nos permitirá, portanto, investigar quais os elementos da religião e quais elementos da cultura pop são acionados na criação dos videoclipes e peças publicitárias – priorizando a observação de símbolos, músicas e performances corporais – sem descurar do contexto histórico-social de sua produção, circulação e consumo.

Como resultado, pretendemos mapear algumas transformações que estão ocorrendo na história recente da cultura e comunicação do catolicismo, que ora se mostra mais hegemônico e voltado para as convenções dominantes na área da mídia religiosa, ora mais aberto a abordagens criativas e a novos formatos que emergem da indústria cultural e da experiência cotidiana de seus agentes históricos na sociedade contemporânea.

Por isso, julgamos que analisar algumas produções audiovisuais desenvolvidas por atores ligados tanto ao catolicismo quanto ao rap, no cenário cultural norte-americano no qual esse gênero musical é predominante, permitirá compreender as articulações existentes entre a lógica do mercado midiático e a da expressão religiosa através da criação de músicas, videoclipes e propaganda que serão, neste trabalho, confrontadas com aspectos histórico-sociais no qual essas produções se desdobram.

Trabalhos semelhantes sobre as formas de interação entre música popular e religiosidade nos Estados Unidos têm sido feitos por pesquisadores gabaritados naquele país. Alguns desses autores aparecem na obra *Religion and Popular Culture in America* (2005), em capítulos que discutem o papel do rap no processo de transmissão da mensagem religiosa (*Rap Music and Its Message: On Interpreting the Contact between Religion and Popular Culture* – Anthony Pinn), a reconfiguração sensível de práticas evangelísticas feita pela indústria da música (*Evangelicals and Popular Music: The Contemporary Christian Music Industry* – William D. Romanowski) ou, ainda, como a produção de videoclipes

de artistas da Cultura Pop ao mesmo tempo se inspiram e questionam os arquétipos da fé cristã (*Like a Sermon: Popular Religion in Madonna* – Mark D. Hulsether).

Todos esses trabalhos e muitos outros já se debruçaram sobre esse fenômeno por diversas abordagens. Aqui, queremos observar como a tradição e as convenções aparecem, são tensionadas e provocam transformações nos modos sensíveis de expressar e experimentar as práticas midiático-religiosas.

### **Culturas Pop e religião midiática no contexto norte-americano**

A Cultura Pop, enquanto uma “forma de produção de bens simbólicos e materiais ligados à indústria do entretenimento e dentro dos padrões estéticos do mainstream” (Soares, 2018, p.13), constitui uma das forças que disputam a hegemonia na formação de identidades e valores no contexto social dos Estados Unidos. Seus artistas e ídolos se tornam padrão de beleza física e de sucesso pessoal; suas narrativas influenciam os modos de vida urbanos e as experiências da juventude (a recíproca também ocorre); e os formatos expressivos de séries, filmes e música pautam as discussões políticas e, até mesmo, moldam o que se entende por audiovisual e por música em outros campos.

As religiões de modo geral, e a católica em particular, não escapam desse domínio. A Igreja tem sido desafiada a investir em eventos, a aceitar e promover padres cantores a super astros e a criar produtos e canais em múltiplas plataformas para se fazer visível no espaço cultural contemporâneo, na medida em que “o discurso religioso precisa ser racionalizado a partir da ótica de uma argumentação que atenda a vários públicos sob pena de não ter sua validade reconhecida” (Martino, 2016, p. 87). Ou seja, suas práticas tradicionais, de promover encontro e de interagir com crentes ou não crentes através das mídias, são tensionadas pelo fenômeno do pop que já faz parte do estilo de vida de jovens e adultos no mundo inteiro, formados na cultura da moda, do *streaming* e do entretenimento.

As mudanças no âmbito religioso são inúmeras e vão desde os modos de criar e transmitir conteúdos voltados para um público segmentado por gosto musical, idade e gênero, passando pelo estímulo a consumo de bens materiais vinculados à religião, até o deslocamento do entretenimento para um lugar central na instituição. Ou seja, novos aspectos da vivência religiosa são desenvolvidos na relação desta com a lógica cultural do pop, como um modo de “se lançar nesse concorrido mercado dos bens da salvação” (Andrade Junior, 2006, p. 73).

Nesse sentido, ao se aproximar do estilo musical, gráfico e performático vinculado ao hip-hop, os agentes do catolicismo provocam reorganizações da expressão comunicacional da Igreja, propondo outras formas de manifestar as crenças, ritos, festas e acontecimentos desta comunidade religiosa, que disputam espaço e enftetamento à praxe anterior. Ou seja, vincular-se à cultura pop implica formas de produção, circulação e consumo distintas tanto da tradição erudita e popular – que, segundo Burker (2010) historicamente têm predominado enquanto matriz cultural para as criações expressivas do catolicismo em variados campos –, quanto da própria midiatização que ocorreu através dos canais televisivos, radiofônicos e impressos tradicionais ao longo do século XX e possuem espaço já consolidado na instituição (Hjarvard, 2010).

Observamos, assim, que nas produções marcadas pela lógica do pop há certos movimentos, idas e vindas, inversão do fluxo de valores e do próprio ordenamento temporal e espacial que atravessam os produtos expressivos. Neles, o presente, local, periférico, efêmero, secular e popular contrapõe o e negocia com o passado, o universal (*katholikos*), o centralizado, o eterno, o sacralizado e o erudito. É dessa forma que a religião católica e cultura pop se aproximam e se repelem; se encaixam e se tensionam.

Nessa perspectiva, não há um uso instrumental de um pelo outro, mas um diálogo realizado entre sistemas diferentes, vistos por muito tempo como inconciliáveis, que faz emergir uma ação comunicacional criadora dos próprios códigos, um circuito outro de comunicação atuando nas brechas, na interface entre o religioso e o pop. Ele enfrenta os ideais de belo, originalidade e autenticidade que marcam a predileção da hierarquia católica pelas artes sacras, ao mesmo tempo em que destoa de contravalores, sobretudo ligados à moral sexual e ao uso de drogas, que têm espaço na cultura pop como um todo e, no hip-hop, particularmente.

Estamos lidando, portanto, com lógicas produtivas que não estão regradas, exclusivamente, nem pela matriz religiosa e nem pela matriz da cultura pop, mas são frutos do embaralhamento das suas fronteiras e da fusão de suas linguagens. É isso que tem possibilitado que essas outras práticas vinculadas ao entretenimento, ao distanciamento do cânone artístico e à valorização da estética do *mainstream*, sejam estabelecidas nas produções midiáticas e artísticas do universo católico, abrindo espaço para modos de criar, circular e consumir produtos religioso que podem vir a ser “incorporada[s] ao espaço de experiências comum, tornar-se a experiência hegemônica de um tempo e, posteriormente, esvair-se, permitindo que o processo continue” (Cardoso Filho, 2015, p. 70) na realidade dessa comunidade.

Essa renovação dos modos de criação de agentes do catolicismo insinua um amplo processo de transformação interna para adequar a atuação desta instituição eclesial ao mundo contemporâneo, que, “com poucas exceções, continua tão religioso como qualquer outro momento da história” (Berger, 2017, p. 55). Nesse sentido, interagir com a cultura da mídia e do entretenimento, do excessivamente comercial, fora da norma culta ou dos valores intelectuais clássicos, é visto pela Igreja não apenas como algo interessante, mas como uma forma poderosa para os indivíduos religiosos, e outras pessoas que acessam esses objetos, habitarem o próprio momento histórico-social, compartilhar afinidades e ampliar os modos de pertencimento (Soares, 2014).

Dessa forma, para os jovens que chegam ao rap católico, seja pela religião, ou pelo hip-hop, a construção da própria identidade de crente e o senso de pertencimento a essa comunidade institucional é mediada por outros códigos que não os exclusivamente religiosos. As experiências musicais e o consumo de bens, serviços e produtos disponíveis do mercado cultural passam a constituir formas mais ou menos legítimas de expressar e acessar a própria fé, sem as amarras da rigidez formal.

Isso, no entanto, pode suscitar confusão e desconfianças em certos setores do catolicismo. Ao observar esses produtos e práticas, tanto católicos mais tradicionalistas<sup>1</sup>

---

1 São fiéis e religiosos católicos que defendem uma visão mais ortodoxa da fé, da moral e da liturgia católica, muitas vezes realizando críticas às transformações que a Igreja Católica sofreu após a realização do Concílio Vaticano II (1962-1965).

quanto os mais progressistas podem interpretá-los como prejudiciais para a pureza da fé e contraditórios à mentalidade do Evangelho. Os primeiros, tradicionalistas, por conta das transformações heterodoxas que podem surgir na tentativa de agradar ao público, provocando mudanças no conteúdo da fé e na sensibilidade estética dos fiéis; e os segundos, progressistas, por causa da vinculação da religião, e de seus mitos sagrados, à lógica mercadológica própria do capitalismo atual.

Além disso, a interação com a rede formada pelas diversas indústrias da cultura e do entretenimento carrega em si contradições e desafios que são inerentes à própria lógica da cultura pop. Esta também produz novos estereótipos, padrões de beleza e exclusão por condições geográficas e econômicas. Afinal, quem pode se deslocar a outros países a cada dois anos para participar, por uma semana, das Jornadas Mundiais da Juventude e se encontrar com o papa? Qual a etnia das pessoas que compram ingressos para o show do padre Fábio de Melo no Brasil ou para as *raves* do padre Robeo Galea na Austrália? Há sempre o risco da dimensão comercial se sobrepor à espiritual.

É o que aponta Patriota (2008), ao discutir a relação entre religião e entretenimento na mídia. A pesquisadora chama a atenção para o processo de conversão da mensagem religiosa em mercadoria, com vistas a atender a um público com necessidades e exigências espirituais apelando para ações em voga no mercado. Nesse processo, as religiões são pressionadas a utilizar todos os recursos à disposição para concorrer em pé de igualdade no disputado comércio da fé. Segundo a autora, para ser efetivo, isso exigiria o abandono de aspectos da missão, da teologia e dos modos de atuar do segmento religioso nos contextos mais comunitários, a fim de entregar uma mercadoria cuidadosamente embalada, uma realidade retrabalhada pela mídia, tanto pelos seus produtores religiosos quanto pelos enquadramentos dos seus dispositivos tecnológicos (Patriota, 2008, p. 85).

Nesse sentido, se os videocliques, megaeventos, a ascensão de sacerdotes, freiras e até papas pop-stars, além dos milhões ganhos com a venda de produtos e artefatos produzidos e comercializados em escala industrial, resultam de decisões pessoais de agentes históricos do catolicismo com vistas a fazer-se presente no ambiente cultural contemporâneo, eles são também, por outro lado, consequência de forças dos campos mercadológicos, do império das plataformas de *streaming* e de circulação de vídeos, bem como da pressão exercida por outras denominações religiosas concorrentes no campo midiático.

Há, portanto, esse tensionamento valorativo em torno da vinculação entre catolicismo e cultura pop. Por um lado, pode ser visto como resultado de uma mera submissão à lógica mercadológica, fadada a desenvolver produtos midiáticos depreciativamente caracterizados como apenas entretenimento, e que seriam incapazes de uma contribuição efetiva e legítima para a atuação religiosa na sociedade contemporânea. Por outro, pode ser compreendido como um movimento potente para negociar e resistir a uma cultura dominante (midiática e artisticamente) dentro dessa instituição religiosa, e capaz de provocar transformações políticas, estéticas e comunicacionais disruptivas no horizonte cultural do catolicismo.

Por isso, observamos que há em vários lugares do mundo, inclusive nos Estados Unidos, uma abertura do catolicismo para outros formatos expressivos, gêneros midiáticos e musicais, temas, vozes e presenças que evidenciam transformações ocorrendo

nos modos de expressar a experiência religiosa, a vida cultural, as práticas cotidianas e os modos de vida dos católicos no atual momento histórico social. É o caso da aproximação entre o catolicismo e o hip-hop, fenômeno artístico histórico e social que se inscreve dentro do escopo da cultura pop.

### Aspectos da trajetória do hip-hop nos EUA

A cultura hip-hop – e, com ela, o rap – surgiu na década 70 no Bronx, bairro pobre e com estatísticas oficiais de alta violência na periferia de Nova Iorque, nos Estados Unidos. Um dos impulsionadores foi do imigrante jamaicano Clive Campbell, conhecido como DJ (Deejay) KoolHerc, que levou para as ruas do gueto novaiorquino o costume de realizar festas ao ar livre, as *blockparties*. Foi o DJ KoolHerc que introduziu nas festas a técnica de mixagem denominada *breakbeat*, na qual se reproduz de forma alternada duas réplicas de um mesmo disco para criar a impressão de uma instrumental infinita (Barbosa, 2016). Isso agradou tanto o público quanto outros DJs, e a técnica tornou-se uma das convenções do gênero.

Entre esses DJs estava Jevin Donovan, conhecido como Afrika Bambaataa. Ele foi um dos primeiros a utilizar o termo hip-hop para caracterizar a união dos cinco elementos básicos que o compõe: a dança (*breakdance*), a arte visual (grafite), o DJ (disc-jóquei) que cria as bases eletrônicas musicais e o MC (mestre de cerimônias) que canta as rimas, e a informação ou conhecimento, que embasa discursivamente todos os outros elementos. A força do movimento hip-hop atuou como válvula de escape para a tensão social no Bronx e contribuiu para transformar as disputas violentas entre gangues em batalhas centradas na arte do ritmo e da poesia.

As décadas de 80 e 90 representam o início do sucesso midiático do rap, de transformação em sua estética musical e inserção, cada vez maior, na indústria cultural. Primeiro, o sucesso junto às gravadoras, como o alcançado pelo grupo musical Run DMC, que vendeu um milhão de discos ainda na década de 80 (Barbosa, 2016). Após isso, a criação de videoclipes e posterior circulação na MTV, que veio a contribuir para espalhar o consumo do gênero musical pelo mundo e expressar seus códigos identitários que ainda estavam limitados ao cotidiano dos grupos e comunidades originárias.

A vinculação com outros meios de comunicação (rádio, revistas, programas de TV e publicidade) e os novos padrões de consumo – priorizando determinadas marcas, como a Adidas – em torno do hip-hop foram alguns dos elementos que contribuíram para consolidar o rap no cenário da cultura pop, tanto pela sua produção em escala massiva, vinculação entre o local e o global, e relativa padronização e cooptação pelos cânones da indústria da mídia.

O hip-hop nasce, portanto, como um grito de resistência da população negra frente ao racismo e à violência institucionalizada na sociedade norte-americana. Os passos da dança, a rima da poesia e as imagens nas paredes faziam críticas contundentes tanto a questões universais, como injustiça social, escravidão e preconceito, quanto, também, aludia a questões localizadas historicamente, como, por exemplo, a guerra do Vietnã.

Enquanto uma expressão artística que emergiu da experiência dos guetos nova-iorquinos, o rap esteve muitos anos restrito ao circuito não comercial, constituindo-se enquanto uma música das ruas e das periferias das grandes cidades. Buscava visibilizar em suas letras, prioritariamente, “as realidades difíceis do cotidiano, tais como a prostituição, cafetinagem, drogas, doenças venéreas, perseguição de policiais brancos” (Shusterman, 1998, p. 153).

Mesmo quando adentrou no escopo da indústria fonográfica, o gênero preservou muitas de suas características politicamente engajadas, encontrando outras formas de questionar os padrões econômicos e sociais, bem como toda opressão que sofre a comunidade negra. Isso não evitou críticas e o estabelecimento, no âmbito da produção e do consumo, daquilo que Janotti Jr. (2003, p. 38) identificou como um estado permanente de conflito, e negociação, entre a ideia de autenticidade versus cooptação, uma das marcas da cultura pop.

Dois embates emblemáticos marcam a história do hip-hop: o primeiro foi ser capaz de transformar as brigas e enfrentamentos sangrentos dentro das comunidades, que resultavam na morte precoce de jovens negros, em as batalhas no campo estético, fazendo da música e da dança o novo espaço de disputa entre as gangues. O segundo é a disputa no campo político e simbólico no qual rappers, a partir de formatos expressivos disponíveis da cultura midiática, constroem suas próprias narrativas sobre a realidade social que os envolve, “buscando formas de enfrentar à cultura e à opressão racial existente nos Estados Unidos e exprimir suas próprias formas de resistência e de identidade contestadora” (Kelner, 2001, p. 203).

Nesse processo, houve maior fortalecimento da identidade de grupo, em detrimento de uma perspectiva individualista. As formas de consumo de roupas e acessórios, os modos de falar, as gírias utilizadas que remetem ao ambiente comunitário, as alegrias e sofrimentos que são compartilhados no contexto do bairro, e que a música retrata, são algumas das formas encontradas para expressar e constituir sentidos, afetos e presenças que evidenciem o seu discurso, seus corpos e suas formas de estar no mundo.

Assim, percebemos que o quinto elemento do hip-hop, a mensagem, não é apenas um adereço que foi sobreposto a um movimento espontâneo precedente, mas expressão significativa daquilo que atravessa “a conjunção de voz, música, espetáculo, performance e participação” (Kellner, 2001, p. 232). Serve para exprimir parte dos medos, sofrimentos, anseios e alegrias de todo um grupo social, que sempre teve na sua arte (sobretudo, na música) uma forma de resistência e existência.

### **Interação entre catolicismo e hip-hop no contexto norte-americano: entre o disruptivo e o convencional**

É justamente por essas brechas que a religião encontra modos de interação e integração com o rap: é uma forma de criar narrativas. Enquanto o rapper dá continuidade à tradição afro-americana de contar histórias longas e complexas com variações individuais, o sacerdote também quer contar uma história, transmitir uma mensagem, e sabe que pode atingir a juventude apropriando-se de uma linguagem musical, performática

e oral que é familiar a este público. Na verdade, os ministros religiosos das igrejas *gospels*, sobretudo as negras, já realizavam certas combinações ao realizar o culto cristão acompanhado pelo coro ou pelo fundo sonoro desenvolvido na tradição da música afro-americana (Kellner, 2001, p. 231).

As letras do rap, quando apropriadas pelo catolicismo, podem tanto se desdobrar do sermão da igreja (retratando do drama metafísico da humanidade incapaz de salvar a si mesma e apontado a graça divina como a resposta para a aporia do bem e do mal) quanto unir o transcendente com o cotidiano da periferia, com os desafios históricos das diversas classes sociais e as situações de morte e violência enfrentadas por determinados indivíduos, colocando em paralelo a ação divina com a atuação humana.

É o caso, por exemplo, do sacerdote e *rapper* católico Stan Fortuna. Ele é membro da congregação religiosa dos frades franciscanos da Renovação, que atua no sul do Bronx, em Nova Iorque, berço do rap. Antes de se tornar padre e fazer os votos de pobreza, obediência e castidade, Fortuna foi um baixista profissional de jazz e estudou com o pianista Lenie Tristano. Isso é destacado em sua biografia como elemento de legitimidade, competência e reconhecimento para a sua atuação artística junto à comunidade civil.

Já no início anos 80, ele narra ter percebido que o hip-hop lhe fornecia recursos para se comunicar com seus ouvintes, como também para registrar o cotidiano e a experiência pulsantes nas periferias da cidade. Desde 1987, quando se tornou padre, no esforço de alcançar e se fazer ouvir pelos jovens desse bairro, Fortuna começou a fazer as rimas com as batidas do rap a partir de temáticas e valores cristãos.

Em uma das suas músicas mais populares “Everybody Gotta Suffer”, que deu origem a um de seus videoclipes mais acessados, ele lamenta as situações de sofrimento que permeiam a vida dos bairros pobres em Nova Iorque. Mas, a construção de sentido se dá a partir de uma leitura dos acontecimentos sob a ótica cristã de que “todos devem carregar sua cruz” ou ter sua dose de sofrimento no mundo.

Alguns irmãos pensam que nasceram apenas para morrer. Prontos para morrer, dispostos a matar e crucificar com o faz de conta, fantasia, vida violenta de um bandido. Eles não perceberam que era seu próprio túmulo que cavavam [...] Eu não acho que a coisa do bandido seja legal. Eu acho que a coisa do bandido é uma fria. Veja o que aconteceu com o garoto no parque, ele tinha apenas oito anos [...] Naquele sáb ado – um dia trágico – um menino teve que morrer. O que você diz à mãe quando ela grita “por quê?” [...] Ore para se abster da mentira e sustentar a verdade. A dor faz parte da vida, é algo que todos sentimos. Vamos parar de jogar, na real, Deus está chamando.

Nesse trecho, podemos encontrar diversos elementos que aproximam a música de Stan Fortuna das convenções encontradas no rap: a sutileza linguística com o uso das palavras “*cool*” (legal) e “*cold*” (fria); a crítica da criminalidade como algo que atinge não apenas quem a sofre, mas quem a pratica; a abordagem das tragédias cotidianas nas periferias das grandes cidades. Mas, tudo isso embebido da fé cristã, que às vezes se mostra mais evidente, em citações bíblicas e referências explícitas a símbolos ou práticas religiosas; e às vezes mais sutil, apenas insinuando-se no fundo moral que atravessa o discurso da composição.

Também o videoclipe da música “Everybody Gotta Suffer” se aproxima das produções de outros artistas do gênero rap. Ele é composto por diversas imagens pré-gravadas



de reportagens televisivas, cenas reais de guerra, furacões e do subúrbio da cidade, além do show do sacerdote e algumas encenações produzidas para construir a narrativa do vídeo, a exemplo de uma representando uma mãe com seu filho morto no colo, após este levar um tiro, que nos remete – de imediato – à famosa Pietà.

A performance de Stan Fortuna, por sua vez, é vigorosa. Mesmo quando está rezando de mãos postas, emulando os passos do *break* ou mostrando para a câmera um crucifixo posto em uma praça ou o terço que carrega consigo, ele tem um olhar e gestos de denúncia daquela realidade, ao mesmo tempo em que desafia o público a refutar a mensagem que quer transmitir: todos sofrem, mas isso não justifica agir mal, ou na linguagem cristã, cometer pecados.

Essa proximidade temática e performática com questões de cunho social e que extrapolam a realidade eclesial marca, sobremaneira, o trabalho de Fortuna. Ele possui um viés militante. Ele parece cantar para sua comunidade, para o seu bairro, e contra as injustiças sociais que atingem sua gente, criando videoclipes como uma consequência, e não como um fim. Por outro lado, também reitera imagens e símbolos da arte sacra cristã, e apresenta uma mensagem fortemente pautada no discurso bíblico e teológico, mantendo continuidade com a tradição doutrinária da instituição.

Dessa forma, a produção de Fortuna expressa uma importante característica do rap: o uso da música como forma de resistência e afirmação da identidade grupal. É claro que o catolicismo possui diversos modos de promover sua presença religiosa, mas nem todas encontram eco e alcançam sintonia com o público em cada espaço da cultura contemporânea. Por isso, o apelo ao entretenimento, à linguagem e temas da cultura midiática – da qual o rap hoje faz parte – consiste em um recurso privilegiado para fazer a mensagem religiosa adquirir sentido para parcelas específicas e segmentadas da população.

Nessa perspectiva, os modos de afirmar identidade e o discurso de resistência das ruas se mesclaram com elementos semânticos das crenças religiosas, seja na música ou nos videoclipes: imagens de santos, sim, mas grafitadas nas paredes das cidades; símbolos litúrgicos, sim, mas cultuados e expostos nas ruas; fachadas dos templos, sim, mas como vistas e enxergadas por quem as vislumbra das calçadas; trechos bíblicos, sim, mas misturados com rimas e com as gírias do bairro.

O rap, um modo historicamente consolidado de cantar e performar as vivências e posicionamentos afetivos, políticos e estéticos dos afro-americanos na realidade daquele país, torna-se um instrumento para que outros grupos e comunidades possam tomar parte do comum partilhado da sociedade estadunidense, e terem seus ruídos transformados em palavras; sua vivência invisível, percebida; os espaços, que antes lhes eram proibidos, agora ocupados (Rancière, 2005).

É o caso, também, do trabalho desenvolvido pelos integrantes da FoundNation Authentic Catholic Hip-Hop, um movimento de rappers católicos que produz videoclipes, realiza shows e palestras motivacionais nos Estados Unidos e fora do país. Tudo isso sob a direção do padre Maseo Gonzales, um sacerdote franciscano de ascendência mexicana que também canta rap e atua no universo hip-hop com o nome artístico de “El Padrecito”. No site do grupo estão disponíveis 22 videoclipes de seis artistas, incluindo El Padrecito. No canal do Youtube há outras gravações de shows ao vivo ou

apresentações nas Jornadas Mundiais da Juventude realizadas na Cidade do Panamá em 2019 e no Rio de Janeiro em 2013.

Todos os membros da FoundNation têm um passado mais ou menos vinculado ao catolicismo, marcado por um afastamento dos bancos da igreja e um retorno através do rap católico. Isso serviu motivação para eles próprios se engajarem na Nova Evangelização promovida pelo papa João Paulo II. Ao mesmo tempo em que trazem um discurso religioso com referências bastante ortodoxas à doutrina católica, os membros da FoundNation se apresentam nos videoclipes e palcos com uma identidade visual e uma performance vocal muito próxima das convenções presentes na cultura hip-hop contemporânea, com a qual relatam terem se identificado muito antes de entrar no escopo da atuação cristã.

No videoclipe da música “So Hood”, as negociações entre a identidade hip-hop, hispânica e católica incluem articulações tensivas entre a letra, som, gestos, vestimentas, adereços e dos próprios cenários no qual a produção é realizada. Há, aqui, a presença de símbolos e gestos próprios do ambiente religioso ou que remetam à fé cristã, a exemplo do terço, da bíblia ou das mãos unidas em oração como aparecem os rappers em alguns momentos. No entanto, existe também uma superabundância de elementos da cultura hip-hop que remetem de forma relevante aos padrões sonoros e performáticos do gênero.

O grupo se apresenta ora como celebridades do rap, em um show ovacionado pelos fãs, ora como uma gang urbana, ostentando carros conversíveis pelas ruas da cidade, fazendo sinais com as mãos, e emulando os passos do *break*. O padre Gonzales aparece cantando e dançando com seu hábito religioso e de boné, a única coisa que o diferencia dos outros membros do grupo. No restante do grupo, os cordões no pescoço e no braço, no entanto, são terços e crucifixos.

A camisa de um dos integrantes está grafitada com os dizeres “*God’s gang*” (ganguê de Deus). Não é por acaso: o uso de metáforas bélicas e de uma linguagem e conteúdo violento é algo dominante em produtos da cultura pop, seja como tema, inspiração, estética ou estratégia narrativa nos mais distintos gêneros e formatos expressivos, das séries aos videogames. O assassinato, o sangue, as lutas, explosões e as armas de fogo são constantemente glamourizadas e se tornaram tão comuns e onipresentes nessas produções que banalizamos a violência visual e sonora que esses produtos, consumidos no sofá de casa, nos apresentam diariamente. É hegemônico no pop. Mas não é exclusivo dele.

No universo religioso católico há todo um esforço, desde o Concílio Vaticano II, em dirimir o discurso aguerrido que sempre esteve presente na instituição. Seja através do movimento histórico das Cruzadas, ou como virtude cristã, ou mesmo como inspiração para congregações religiosas, a exemplo da criada por Santo Inácio de Loyola, a famosa Companhia de Jesus. Essas discursos e práticas culturais foram formados, efetivamente, no passado dessa instituição religiosa. Mas, os seus resíduos permanecem na contemporaneidade encontrando outros espaços, linguagens e modos de se manifestar.

Deste modo, essa hibridização da linguagem católica e da linguagem do pop parece estar se tornando um lugar privilegiado para o resgate de uma lógica violenta e beligerante que predominou na experiência pregressa do catolicismo. Agora, a “ganguê” substitui a “legião” e a disputa simbólica, discursiva e política com outras religiões, com a cultura secularista ou com o Estado, substitui o enfrentamento físico e o proselitismo ostensivo.

A promoção de uma “*God’s gang*”, portanto, não parece ser algo inteiramente novo, mas um desdobramento de lógicas que imperaram de forma mais evidente no catolicismo em outros momentos históricos.

No entanto, o seu resgate associado à linguagem pop traz como consequência a possibilidade de se recriar, no campo simbólico, tensões e conflitos religiosos responsáveis por exclusões, perseguições e marginalização de algumas correntes espirituais minoritárias. Por conta da força dos movimentos de secularização e laicidade dos Estados nacionais, muitas formas de opressão deixaram a esfera legal e foram diminuindo. Mas, elas permanecem latentes na sensibilidade de indivíduos e instituições, e emergem em batalhas na mídia e na cultura.

Isso se desdobra, por exemplo, em uma das cenas na qual o rapper John Levi aparece com o rosto coberto no estilo dos *blackblocs*, mas o artefato que ele segura não é um bloco ou algum objetivo explosivo, mas, sim, uma Bíblia. As cenas dos dançarinos de *break*, dos cantores no show, e as de ostentação diante de caixas de som (os paredões) ou em carros esportivos são intercaladas por momentos de prece de personagens que aparecem no clipe ou dos próprios rappers fazendo o sinal da cruz ou apontando para o alto enquanto falam o nome de Jesus. Esse movimento entre os gestos próprios do cristianismo e os do hip-hop evidencia o fluxo entre essas matrizes culturais distintas acionadas por esses agentes, que ora se conectam, ora se batem no filme.

Vemos, dessa forma, que tanto elementos da tradição da cultura hip-hop quanto da cultura católica são selecionados de acordo com os interesses e as necessidades de expressão desses cantores. Em suas biografias disponibilizadas no site do grupo, observamos que a história de vida desses rappers – como muitos outros que se dedicam ao gênero em todo o mundo – foi marcada por pobreza, marginalização e invisibilidade de seus anseios e suas demandas. Por isso, não é difícil entender porque eles ainda busquem na ostentação de propriedade, de roupas, e até de mulheres, uma forma de expressar práticas “inscríticas no terreno de suas experiências e vida social” (França, 2014, p. 3) através das conquistas financeiras e do sucesso, que transgridem o que parcelas da sociedade – e da própria igreja católica – esperam desses jovens.

Paralelo a isso, e de forma aparentemente contraditória, há outra transformação que também é afirmada no conteúdo dessas produções: a mudança de uma vida de pecado, criminalidade e mundanismo para uma vida unida a Jesus Cristo e ao próprio catolicismo em busca da santidade. No entanto, ao se configurar com a tradição estilística do rap, as marcas visuais do videoclipe se voltam para a ostentação material e afirmação egóica, o que é um tanto conflituoso com os sentimentos e gestos religiosos que fazem parte da vivência desses cantores e estão sendo, igualmente, afirmados no mesmo lugar. Há, portanto, uma articulação conflituosa e desencaixada, em um mesmo produto expressivo, de modos de vida presentes nas comunidades cristãs periféricas, que se desenvolveram longe das grandes catedrais e dos grandes centros.

A lógica do pop se torna, assim, uma válvula de escape, um espaço de permissão, para manifestar sentimentos, desejos e experiências que o campo religioso, e talvez a própria consciência desses artistas, tende a reprimir como vaidade e mundanismo, mas que dentro dessa linguagem musical e artística parece ser tolerado, apesar de todas essas tensões. É a forma encontrada, por esses atores, de articular a religião em que creem e

a música de que gostam resistindo às possíveis tentativas de estabilizar ou limitar o que eles podem ser ou fazer.

Outro exemplo significativo dessa interação entre a lógica católica e a da cultura pop é a propaganda criada pelos Franciscanos da Renovação – a mesma congregação do frei Stan Fortuna – para divulgar o trabalho de uma ONG escocesa chamada Mary's Meals, que atende 820 mil crianças em 12 países, oferecendo refeições diárias. O vídeo de 2016 tinha cerca de 215 mil acessos em junho de 2020.

Nele, vemos os franciscanos, todos jovens, de hábito religioso – composto por túnica, capuz e cordão amarrado na cintura, como símbolo de castidade – em uma quadra de basquete. Enquanto ouvimos um canto gregoriano entoado em latim, um dos frades se aproxima de um controlador – aparelho utilizado pelos DJ para reproduzir *samples* –, faz um sinal da cruz e dá início ao *beatbox*, a percussão vocal no rap. Nas outras cenas, a peça publicitária continua a intercalar o canto gregoriano e o *beatbox*, enquanto os religiosos dançam, cantam a música da campanha, andam por ruas com paredes cobertas de grafites ou por painéis históricos e, principalmente, realizam “enterradas” nas cestas de basquete com evidente habilidade de quem pratica o esporte há muito tempo e não perdeu o hábito.

Essa produção nos mostra que a relação entre a lógica da cultura pop e do catolicismo atravessa outros formatos expressivos que despertam o interesse desta instituição religiosa. A construção da propaganda audiovisual estrelada pelos frades se distancia dos formatos mais tradicionais de publicidade feita por agentes do catolicismo e associa-se ao *advertainment* (Santos, Gomes, 2013) como forma de produzir um conteúdo mais criativo, que chame a atenção para o conteúdo da campanha e não apenas para o produto/ideia que está sendo vendido.

Isso se dá de duas formas: primeiro, pela proximidade com a dimensão do entretenimento, da brincadeira, da diversão que aponta para a promoção de outras experiências – que não apenas as de evangelizar, doutrinar, santificar – nas práticas midiáticas e culturais dos católicos. Segundo, pelo uso de uma linguagem híbrida, com uma montagem cheia de recortes, apropriações e narrativas não lineares, como é comum em produções universo hip-hop e do pop como um todo, que buscam se distanciar dos valores de originalidade e autenticidade, como vimos.

Isso mostra a força exercida, na atualidade, pelas técnicas, linguagem e temáticas da cultura pop na disputa com outras formas culturais valorizadas pelo catolicismo ao longo do tempo. Seja com a alta cultura e todos os valores da arte clássica privilegiada nos templos, liturgias e museus, que contribuiu para desenvolver a ideia a ainda hegemônica do belo como expressão ideal do sagrado; seja com a cultura popular (folclórica), sempre vista como inferior em relação à erudita, mas uma expressão legítima das classes pobres por ter se desenvolvido em torno das festas e devoções a santos, como, por exemplo, a Folia de “Santo Reis” (Santos Reis), que é uma manifestação da cultura popular de origem católica, na qual um grupo celebra a manifestação de Cristo aos Três Reis Magos através de música, cantos, danças e orações enquanto peregrina pelas casas de uma localidade.

## Considerações finais

A partir desses três casos, foi possível perceber que no processo de os agentes históricos do catolicismo comunicarem as crenças, criar produtos culturais e mesmo promover eventos e festas, ainda está fortemente presente a tradição estabelecida no espaço de experiência desta instituição, reiterada em lugares e tempos distintos, e que formou uma hegemonia daquilo que significa, efetivamente, um produto midiático e cultural criado por esta religião. Podemos destacar como principais convenções o uso de símbolos que fazem parte do culto, como a cruz, o terço e a bíblia; e, também, a presença do forte discurso atravessado pela ortodoxia doutrinária e moral do cristianismo. Essas não são escolhas ocasionais, mas dominam em um vasto âmbito das produções midiáticas vinculadas ao catolicismo na TV, publicidade, cinema, quadrinhos e videocliques, e tendem a reafirmar valores e experiências já consolidadas no modo de vida cotidiano de muitos que compartilham essa fé. Pretendemos nos aprofundar nesse aspecto em nossa tese de doutorado, ora em construção.

Entretanto, vemos também que, no horizonte de expectativa dessa mesma instituição religiosa, despontam modos outros de expressar, ou romper, com essas convenções dominantes. Através do uso de gêneros musicais que bebem de uma matriz afro-americana que não obteve espaço na mídia católica no passado; da valorização e legitimação da performance própria da cultura urbana, executada não apenas por leigos, mas também por sacerdotes e frades; e do reconhecimento de que as linguagens da cultura popular massiva não são formas de expressão inferiores, mas tão importantes como as demais para o processo de evangelização na sociedade atual. Dessa forma, tradição e criatividade vão dialogando na cultura comunicacional católica contemporânea.

Queremos pontuar, brevemente, alguns achados dessa análise. No caso de frei Stan Fortuna, há um maior engajamento político no intuito de denunciar e visibilizar desafios de ordem socioeconômica de comunidades marginalizadas, tanto a partir de releitura do imaginário cristão quanto da potência discursiva e estética das rimas do rap. Mas, ao mesmo tempo, há também uma forte incidência discurso ortodoxo e de uma mentalidade metafísica ao apontar a resolução dos problemas políticos como atrelados à conversão dos envolvidos à fé cristã: é ouvir o chamado de Deus e compreender a realidade de sofrimento à luz do Evangelho a chave para as mudanças sociais.

Já no caso da FoundNation, a disputa entre os valores e experiências da fé cristã e os do hip-hop presente nas suas produções mostra a possibilidade de produções, neste universo, que estejam despreocupadas em simular um encaixe perfeito entre essas duas realidades. Eles assumem as contradições, brechas e tensionamentos que emergem ao se dissolver as fronteiras entre esses dois universos e suas respectivas sensibilidades e discursos. Em seus vídeos, ostentação e devoção, festas e oração, bíblia e violência são assumidos como elementos legítimos para a construção de um produto cultural ambivalente, cujas fraturas estão à mostra.

Por fim, nos frades da Renovação: o destaque do entretenimento, do efêmero, do pop no desenvolvimento de um produto audiovisual de uma congregação católica. Em sua propaganda não há uma preocupação direta e em primeiro plano com a evangelização ou promoção da moral cristã. Por mais que haja imagens sacras, hábitos religiosos,

sonoridade musical tradicional do catolicismo e uma causa social vinculada à instituição, nos deparamos – sobretudo – com um vídeo que chama a atenção sobre si mesmo, para a surpresa das imagens, que despertam curiosidade pela novidade do evento que apresentam. É o predomínio da lógica do presente, do pop, do comercial e do massivo.

Temos, portanto, diversos níveis de interação entre o catolicismo e a cultura pop nessas produções vinculadas ao fenômeno analisado “que parece se caracterizar, sobretudo, como um movimento de negociação de sentidos” (Martino, 2015, p. 68). Por vezes, os valores hegemônicos da cultura, arte e crenças católicas se sobressaem nas construções imagéticas, sonoras e discursivas. Por vezes, a lógica da cultura pop se impõe e percebemos outros gestos, imagens, sons e expressões que estão atrelados à indústria criativa, à lógica massiva, aos valores do mercado e de grupos sociais e políticos subvalorizados nos formatos expressivos da mídia católica convencional.

Falamos do contexto norte-americano. No entanto, em outros lugares do globo ocorrem transformações semelhantes. E, até mesmo, no coração do catolicismo romano, o Vaticano, assim como o líder máximo da religião, o papa Francisco, têm usado formatos, recursos e linguagens muito próximas da lógica do pop com vistas à criação da sua campanha “Os Vídeos do Papa”, centrada na participação e performance de Francisco, nas especificidades da linguagem audiovisual e no relevante interesse público das temáticas abordadas mesalmente.

Observamos, portanto, uma transformação que não é unidirecional, nem progressiva: é um processo cheio de choques e embates entre esses dois sistemas, o hegemônico e o emergente, que se ajustam e se repelem enquanto criam os próprios códigos dando uma cara nova às formas de comunicação e formatos expressivos vinculados ao catolicismo em diferentes contextos socioculturais.

## Referências

ANDRADE JUNIOR, Pericles. Um artista da Fé: padre Marcelo Rossi e o catolicismo brasileiro contemporâneo. 2006. Tese (doutorado). Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006.

BERGER, Peter. Os múltiplos Altares da Modernidade. Rumo a um paradigma da Religião numa época pluralista. Petrópolis: Vozes, 2017.

BURKER, P. Cultura Popular na Idade Moderna. Europa, 1500-1800. São Paulo. Ed. Companhia de Bolso 2010.

BARBOSA, Marcio. Adidas e o Hip-Hop: mediação cultura e performances através de videoclipes e campanhas publicitárias. Dissertação de mestrado. Salvador, 2016.

CARDOSO FILHO, Jorge. Disputas de valor na música popular massiva: Política, estética e cultura. Revista Perspectiva Histórica, julho/dezembro de 2015, Nº 6.

FRANÇA, Vera. No Bonde da Ostentação: o que os “rolezinhos” estão dizendo sobre os valores e a sociabilidade da juventude brasileira? Revista Eco-pós. Comunicação e gosto. V.17, N. 3, 2014. Dossiê.

JANOTTI JR., Jeder. À procura da batida perfeita: a importância do gênero musical para a análise da música popular massiva. *ECO-PÓS* – V. 6, n. 2, agosto-dezembro 2003, pp. 31-43.

KELLNER, Douglas. A cultura da mídia – Estudos culturais: identidade e mídias entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações. Comunicação, Cultura e Hegemonia, 4ª, Rio de Janeiro, Ed. UFRJ, 2006.

MARTINO, Luis Mauro Sá. Mídia, religião e sociedade: das palavras às redes sociais. São Paulo: Ed. Paulus, 2016 – Coleção Comunicação.

MARTINO, Luis Mauro Sá. Like a prayer: articulações da cultura pop na midiatização da religião. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015. 296 p.

PATRIOTA, Patrícia. Mídia e Entretenimento: Em Busca da Religiosa Audiência. *Revista de Estudos da Religião* setembro, 2008, pp. 69-88.

RANCIÈRE, Jacques. O desentendimento – política e filosofia. Tradução de Ângela Leite Lopes. — São Paulo: Ed. 34, 1996.

SANTOS, André; SILVA, Regina. O Audiovisual publicitário no contexto das mídias digitais: um olhar sobre a prática do advertainment. *Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS*. Porto Alegre, v. 19, n. 1, pp. 65-83, jan./jun. 2013.

SHUSTERMAN, R. Vivendo a arte: o pensamento pragmatista e a estética popular. (G. Domschke, trad.). São Paulo: Ed. 34. (1998).

SOARES, Tiago. Sob as lentes da Cultura Pop, as contradições e as desigualdades sociais. In: *Cultura Pop – Na dobra do óbvio, a emergência de um mundo complexo*. *Revista Instituto Humanitas Unisinos*. Nº 545. Ano XIX. 2019.

Recebido: 30/06/2020

Aprovado: 06/11/2020

Editor: Alfredo Teixeira