

**CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIABEU**

**LETÍCIA SILVA DA CONCEIÇÃO**

**FORMAÇÃO DE CELEBRIDADES E SEGMENTO MUSICAL GOSPEL:  
UMA BREVE INTRODUÇÃO AO TEMA A PARTIR DA TRAJETÓRIA DO CANTOR  
THALLES ROBERTO**

**BELFORD ROXO**

**2015**

LETÍCIA SILVA DA CONCEIÇÃO

**FORMAÇÃO DE CELEBRIDADES E SEGMENTO MUSICAL GOSPEL:  
UMA BREVE INTRODUÇÃO AO TEMA A PARTIR DA TRAJETÓRIA DO CANTOR  
THALLES ROBERTO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
faculdade Centro Universitário UNIABEU como  
exigência para obtenção do grau de Bacharel em  
Psicologia.  
Sob a orientação do doutor Robson de Paula.

BELFORD ROXO

2015

LETÍCIA SILVA DA CONCEIÇÃO

PSICOLOGIA

**FORMAÇÃO DE CELEBRIDADES E SEGMENTO MUSICAL GOSPEL: UMA  
BREVE INTRODUÇÃO AO TEMA A PARTIR DA TRAJETÓRIA DO CANTOR  
THALLES ROBERTO.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
faculdade Centro Universitário UNIABEU como  
exigência para obtenção do grau de Bacharel em  
Psicologia.

Sob a orientação do doutor Robson de Paula.

Aprovado em: \_\_\_/\_\_\_/2015.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Orientador: Doutor Robson Rodrigues de Paula

UNIABEU Centro Universitário

---

Doutor Edmilson de Lima Duarte

UNIABEU Centro Universitário

---

Mestre Fábio Maia

UNIABEU Centro Universitário

## **DEDICATÓRIA**

*Agradeço primeiramente a Deus por tudo o que tenho e o que sou, e por me amar e cuidar de cada detalhe, em que através da fé pude romper barreiras, e realizar meu maior sonho.*

*Em especial a minha mãe Irene pelas palavras encorajadoras diante dos momentos difíceis, à minha família, Pedro, Camila e meu futuro esposo Maxlander, que foram minhas motivações para seguir em frente.*

*Ao meu tio Ivair Madeira pelo carinho e suporte em toda minha vida, e que sempre foi minha inspiração para acreditar que posso alcançar todos meus objetivos.*

## **AGRADECIMENTOS**

À meu orientador, Dr. Robson Rodrigues de Paula ao qual devo imensa gratidão e honra por me guiar nesta trajetória, onde não existem palavras suficientes para agradecer a sua dedicação e atenção fornecida, por todos os momentos de orientação que obtive durante esses anos de pesquisa, todas as conquistas decorridas, ao qual se tornou um referencial em minha vida acadêmica e um exemplo de pessoa e profissional que levarei para o resto de minha vida.

Aos professores Sérgio Mello, Edmilson Lima, Suelen Oliveira, Fábio Maia, Acyr Maya, Carla Mendes, Diogo Nunes, Fátima Antunes, Ricardo Chalita, Jardinete Tavares, Pedro Moacyr e todos os docentes da UNIABEU que foram os responsáveis por minha base de conhecimento e toda a estrutura acadêmica construída nesta trajetória.

Agradeço à minha amiga Juliana Carvalho em especial, por sua amizade e por todo apoio fornecido. Aos meus companheiros de jornada acadêmica nestes 5 anos, Jeanne Margareth, Laíz Aline, Paloma Gonçalves, Rennan Antony, Rodrigo Mendes, Renata Ambrósio, Jaciara Ribeiro, Mirian Valentim, Grazielle de Macedo e a todos que me acompanharam, pois me transmitiram força para prosseguir e acreditar mais em mim.

*“A razão contém enquanto ego transcendental supra-individual a Idéia de uma convivência baseada na liberdade, na qual os homens se organizem como um sujeito universal e superem o conflito entre a razão pura e a empírica na solidariedade consciente do todo. A Idéia desse convívio representa a verdadeira universalidade, a Utopia.”*

(Adorno e Horkheimer, Dialética do Esclarecimento)

## RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) tem como proposta demonstrar os impactos na sociedade provenientes da indústria cultural em conjunto com as novas tecnologias, a fim de propor um discurso acerca dos fenômenos envolvidos nesta trajetória, em que aspecto proporciona uma aliciação do sujeito e suas modificações no comportamento. A proposta destacada se pondera na imagem da celebridade e nos impactos que estão engajados no relacionamento do fã com seu ídolo. Apresentar de que maneira a música *Gospel* se difundiu no meio midiático e no mercado fonográfico, analisando os impactos através da trajetória do cantor Thalles Roberto e o relacionamento de seus fãs com sua imagem, a manifestação dos ritmos e letras e sua relação própria como forma de interferir na conduta do sujeito envolvido, promovendo uma reflexão em torno do desenvolvimento social, expressão emocional, história de vida e autopercepção.

Palavras-chave: Evangélicos; Indústria Cultural; Mercado Gospel; Música; Thalles Roberto.

## **ABSTRACT**

The present work course conclusion (TCC) has the purpose of demonstrating the impacts on society from the cultural industry together with news technologies, in order to propose a speech about the phenomena involved in this trajectory, in which aspect provides a soliciting the subject and their changes in behavior. The leading proposal considers the celebrity image and impacts that are engaged in the fan's relationship with his idol. Present how the Gospel music spread in the media environment and the music industry, analyzing the impacts through the trajectory of the singer Thalles Roberto and the relationship of fans with his image, the manifestation of rhythms and lyrics and their own relationship as a way to interfere with the conduct of the subject involved, promoting a reflection on the social, emotional expression, life history and perception.

**Key words:** Gospel; Industry Culture; Gospel Market; Music; Thalles Roberto.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	9
1 A INDÚSTRIA CULTURAL, COMUNICAÇÃO DE MASSA E A FORMAÇÃO DO SUJEITO MODERNO.....	11
1.1 A formação da Indústria Cultural e sua relação com a sociedade moderna .....	11
1.2 Celebridades e os seus fãs: vazio existencial, prazer e identificação. ....	14
2 HISTÓRIA DO SEGMENTO EVANGÉLICO: VERTENTES E DENOMINAÇÕES.....	19
2.1 A formação do Protestantismo de Imigração e Missão no Brasil .....	19
2.2 Aspectos socioculturais da religiosidade evangélica.....	20
2.3 Música e mercado fonográfico <i>Gospel</i> .....	22
3 <i>FACEBOOK</i> : ANÁLISE DAS NOVAS INTERAÇÕES ENTRE CELEBRIDADES E FÃS.....	24
3.1 Novas redes e virtualidade .....	24
3.1.1 Breve relato histórico sobre o <i>Facebook</i> .....	24
3.1.2 Novas relações e interatividade: <i>Facebook</i> em foco.....	24
3.2 Redes sociais, informação e poder .....	27
3.3 Thalles Roberto: um astro <i>Gospel</i> .....	29
3.3.1 A construção da autoimagem do artista .....	29
3.3.2 Thalles e seus seguidores no <i>Facebook</i> .....	32
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	36
REFERENCIA BIBLIOGRAFICA .....	37

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho de conclusão de curso desempenha uma investigação quanto à influência da música *Gospel* no comportamento dos grupos de evangélicos, através da análise dos discursos e da psicologia de massa. Com isso, este trabalho analisa questões de absorção da música mediante seu envolvimento e associação psicológica, por meio do social que é reproduzido pela informação de massa, ou seja, o *Facebook*.

A escolha do elemento de estudo, passa a ter sua relevância como contribuição acadêmica ao utilizar como referência a psicologia de massa voltada à cultura jovem, no qual se discutiria a formação de cantores celebridade nas mídias evangélicas, em torno do ritmo *Gospel* e do cantor Thalles Roberto, num contexto de polêmicas e discussões, analisando a imagem que o jovem projeta de si mesmo e o que é esperado pelo segmento evangélico. Uma contribuição para a compreensão das relações e ações com a música evangélica e a maneira de adquirir a capacidade de exercer influência sobre a vida mental dos indivíduo.

A pesquisa em torno da música *Gospel* apresenta um panorama de um modelo de satisfação psíquica e emocional, em que o sujeito se revela através dos ritmos e letras os quais são expressos. A relação do sujeito com a música em destaque explana uma configuração dos significados de uma construção em torno das influências provenientes da mesma, em que são mediadas pela introspecção, no modo afetivo e cognitivo, se interligando com as questões religiosas, midiáticas em torno do comportamento dos jovens evangélicos e das celebridades formadas neste meio.

Para embasamento teórico, foi utilizado como metodologia: levantamento bibliográfico- religião, mídia, indústria cultural e formação de celebridades-, pesquisa *Facebook* e análise dos discursos dos fãs do cantor Thalles Roberto.

A pesquisa é norteada nas idéias de Morin (1984), no que concerne à formação de celebridades e sua relação com a cultura de massa. O autor analisa as conseqüências sociais, psicológicas e espirituais, na penetração da cultura de massa, nos aglomerados igualitários, focando nos “mitos” produzidos pela indústria cultural, nas influências e percepções, nos valores impregnados, sentimentos e impressões do público consumidor.

Além deste aporte teórico, inspirei-me em Coelho (1981) para pensar a relação da celebridade com a audiência. Esta socióloga investigou a experiência da fama, refletindo sobre a formação da auto-imagem do artista e a construção dele como celebridade. No estudo

em questão, a autora demonstra um fascínio que deve ser tornado como um papel fundamental, na modelagem da identidade dos ídolos e na relação dos mesmos com seus fãs.

No primeiro capítulo, foi abordado um breve histórico da indústria cultural e o que esta reflete na sociedade, através da evolução das novas tecnologias provindas da revolução industrial. Além de tratar a celebridade e o fã na relação e representação de seu ideal, que é ordenado pelo ídolo, retratado por Coelho (1981), onde seria uma espécie de imagem “enganadora” que traz a ilusão para o sujeito envolvido, no consumo desta mídia de massa.

No segundo capítulo traz um contexto sucinto, sobre a história do protestantismo e como este se repercutiu para a chegada da denominação evangélica, que passou por alguns impactos diante da igreja católica por conta desta reforma. Aborda ainda, o protestantismo de Imigração e Missão e suas reproduções culturais na cultura brasileira, que se deu com a chegada dos evangélicos neste país, pois, inicialmente o Brasil era dotado de muitos ritmos na sua musicalidade, com a chegada dos missionários, houve uma mudança no estilo musical tido como “inapropriado”, então se percebe através deste trabalho, que houve uma reconfiguração no tradicionalismo que através do estilo *Gospel*, novos estilos vem se reproduzindo e ganhando espaço no estilo musical brasileiro.

No terceiro capítulo, a questão do ídolo como uma representação simbólica para seu fã, é investigada com o objetivo de analisar, como se dá esta relação de celebridade *Gospel* com o público. Foi estudado o mercado fonográfico *Gospel* e como as mídias de massa possuem o poder de se propagar através do *Facebook*, sendo este, um canal dentre as novas tecnologias com facilidades de ascensão à celebridade.

Por fim, é trazido o resultado que este trabalho teve através da pesquisa, que problematizou as conseqüências dessa relação de fã e ídolo e o que essa representação pode gerar para a sociedade. Considerando que o mesmo necessita de análises futuras para novos trabalhos sobre esta perspectiva que é: a representação celebridade e fã.

# 1 A INDÚSTRIA CULTURAL, COMUNICAÇÃO DE MASSA E A FORMAÇÃO DO SUJEITO MODERNO

## 1.1 A formação da Indústria Cultural e sua relação com a sociedade moderna

Neste capítulo, em especial, apresento uma discussão quanto à constituição de celebridade, onde envolve um engajamento acerca de seus seguidores, na representação midiática, no amor envolvido e demonstrado pelos fãs. A música *Gospel* se tornou um ícone em destaque na atualidade, em razão de sua propagação midiática e do surgimento de vários cantores que se tornaram uma referência entre o público jovem. A partir disso, surgem seguidores, fãs que veneram seus ídolos, onde o sujeito embarca e se envolve em sua maioria, nos sentimentos vazios e sem nexos.

Após a Revolução Industrial a sociedade passou a acarretar influências mediante ao fenômeno capitalista, que surgiu demasiadamente em meio a culturas, políticas e autoridades locais. A partir disso, a Indústria Cultural se destaca em torno do capitalismo na linha de consumo e de produções de imagem e celebridades.

A Indústria Cultural esta conjugada nos meios de comunicação como a televisão, rádio, cinema, revistas e jornais, em que, se acoplam em prol do capitalismo sendo introduzido em um sistema gerador de lucros, mediante as suas acessibilidades às massas, podendo assim, gerar impactos no meio social. Em seu círculo, há um intuito de mercantilizar a cultura, onde através deste impulso surgem varias transformações internas, a qual o sujeito irá se adaptar e se transformar perante a tecnologia, aos novos espaços e à uma nova linguagem entre a sociedade.

Encontramos através disso, as representações e criações de filmes, os programas de televisão e o ambiente habitado pelo homem nesta totalidade, que permitem uma experiência do inconsciente visual para o sujeito envolto nesta massificação. Os meios de comunicação têm um papel fundamental, na questão de persuadir as pessoas e agenciar uma miscigenação das culturas, promovendo uma interação do sujeito com outras culturas que estão fora de seu meio social.

A Indústria Cultural por meio de seu caráter tecnológico, transversalmente do trabalho em meio à sociedade industrial, racionalizou e gerou extensões até os dias atuais. É uma abordagem relevante a ser considerada no meio musical *Gospel*, por possuir características que relacionam o prazer envolvido nas questões capitalistas e da imagem projetada a serviço da sociedade de consumo.

No íntimo, cada um sabe que ele próprio será transformado pelo meio num outro meio, como na fábrica. A fúria que sentem quando se deixam levar por ela é a velha fúria dirigida contra o jugo, reforçada pelo pressentimento de que a saída indicada pela propaganda é uma falsa saída (ADORNO, 2002, p120).

Partindo de uma análise do prazer, como alvo de alguns impulsos ocorrentes na cultura, a Indústria Cultural conforme estudo da Escola de Frankfurt, é concebida como uma indústria de entretenimento e um instrumento de insanidade. Atentando-se quanto aos aspectos econômico-estruturais, a Indústria Cultural gira em torno de um mercado na qual seus produtos serão desenvolvidos, mediante a comercialização e posteriormente uma expansão dos mesmos.

Na consolidação da Indústria Cultural no Brasil é encontrada uma influencia da Escola de Frankfurt, diante de uma nova realidade social e das mudanças provenientes do desenvolvimento do mercado de bens culturais.

Referindo-se a um marco conceitual apresentado por Adorno e Horkheimer, quanto uma afirmação sobre a civilização atual, no qual se assemelharia a uma totalidade, onde seria determinada uma linha característica da Indústria Cultural sendo esta, a padronização. A Indústria Cultural como produto do Iluminismo, eliminaria diferenças de forma a gerar um padrão da racionalidade e da técnica. O pensamento Frankfuriano considera a multiplicidade dos domínios culturais disseminados no mercado, uma conjectura de uma mera “aparência” e não a realidade social.

Adorno (2002) dentro desta ótica, compreende que a cultura tem seu teor de valor e de uso, se transformando em valor de troca. Há de se considerar pontos importantes, na questão em que habitamos em meio a uma sociedade de mercadorias, proveniente de uma forte tendência na concentração de capital, gerando uma produção de bens padronizados, seguindo por um lado às condições da economia contemporânea, e por outro, apresentaria um modo de preservação de mercadorias na sociedade dentro da esfera cultural, não havendo mais uma limitação das incompatibilidades.

A cultura é uma mercadoria paradoxal. Ela está tão completamente submetida à lei da troca que não é mais trocada. Ela se confunde tão cegamente com o uso que não se pode mais usá-la. É por isso que ela se funde com a publicidade. Quanto mais destituída de sentido esta parece ser no regime do monopólio, mais todo-poderosa ela se torna (ADORNO, 2002, p.77).

Há um processo de significação em torno do produto em foco, pois este portará os traços do produtor, que gira em torno da Indústria Cultural, em meio há um universo de ícones e múltiplos significados, que partem do sujeito e que promovem uma simbiose dentre um consumo de massa da sociedade, como conseqüência, formando uma cultura homogênea.

De acordo com Coelho (2003,p.23) a cultura de massa aliena, forçando o indivíduo a submergir, ou a não promover uma elaboração da imagem de si mesmo diante da sociedade. Com isso, o indivíduo deixa de existir e é substituído por um indivíduo da estatística, por um indivíduo-fetice que é a massa.

A gesticulação da comunicação de massa e da Indústria Cultural remete ao sentido de grandiosidade em torno de uma mesma natureza, entre a realidade socioeconômica e política na coletividade. Seu efeito possui ênfase positiva, na ampliação e propagação de suas mensagens, divulgação e marketing, porém, também possui seu princípio negativo de acordo com a redução da ação das faculdades do homem.

Segundo Adorno (2002) a Indústria Cultural se projeta na lucratividade, em função dos estudos especificados de grupos em sua coletividade uniforme, com o objetivo de estudar os sujeitos envolvidos, seus anseios e o meio social a qual se projeta. Em torno da divulgação e tecnologia, há uma intermediação psicológica em meio o fascínio e ao desejo de se interar a hierarquia superior, e da maneira que o grupo assimila o componente empregado.

A cultura de massa teve sua origem após a Segunda Guerra Mundial em 1960. Após uma extensão cultural e da sociedade de consumo, nos deparamos com uma cultura de massa fomentada por programas de televisão, cinemas, programas de rádio entre outros. A cultura de massa traz consigo, um conjunto e uma unanimidade em torno da mídia.

Segundo Morin (2005) a cultura de massa tende a reconduzir o espírito ao presente. A partir da análise deste núcleo de pensamento, podem-se avaliar os produtos culturais e sua flexibilidade quanto às mudanças sociais e a diversificação das culturas, imprimindo um controle do prazer como beneficiário de uma geração de lucros e de manipulação. Considera-se uma catarse sendo ligada ao sujeito, onde estará unido aos seus prazeres conectados ao seu ídolo venerado, que trará para si um simbolismo de desejo inalcançado e sedento.

De acordo com Coelho (1981), há fatores que possibilitam uma experiência do vazio agrupado no desejo ao ídolo, sentimentos esses, que marcariam a vida do sujeito na modernidade. Com base em discussões psicanalíticas e de estudiosos acerca do sujeito contemporâneo, seu envolvimento com o ídolo é apontado como “neurose narcísica”, sendo distinguida por sentimentos de vazio e de uma ausência de sentido no mundo.

Os psicanalistas explicariam esta neurose, analisando as questões de ajustamento do sujeito e sua falta de orientação, acerca de sua identidade em confronto com seus sentimentos (Da Poian,1998, p.7).

## 1.2 Celebidades e os seus fãs: vazio existencial, prazer e identificação.

O indivíduo se envolve no conjunto de emoções, sendo direcionado a uma busca de um objeto de desejo e auto-identificação, que se deturpa e se esmorece em meio a uma ausência psíquica e um sentimento de vazio.

Coelho (1981) destaca pontos que denotam o vazio do sujeito contemporâneo, analisando os efeitos de transformações socioculturais, sobre a subjetividade e as possíveis causas sociais das queixas individuais ouvidas nos consultórios. Há uma construção cultural da subjetividade que se esmiuçaria, analisando as questões culturais do sujeito quanto a sua construção social e a sua subjetividade, em que, se pudesse obter uma ponte entre as ciências sociais e a psicanálise.

A celebridade e sua característica fenomenológica são de grande importância para a indústria cultural e a comunicação de massa no feitio moderno. O personagem do grande eixo da fama é entoado pela indústria cultural com ênfase, a qual se torna uma possibilidade sedutora do indivíduo moderno, gerando uma chance de escapar a massificação. A relação do fã com seu ídolo corresponde a uma analogia do desejo implicado na imagem midiática e seu status.

A fama aparece como uma forma possível de hierarquização, cuja especificidade parece residir justamente no fato que o sujeito famoso pode prescindir de estratégias que visem ao reconhecimento da identidade que garante privilégios (COELHO,1981, p.101).

O desejo implexo entre o amor e a afecção na relação fã-ídolo em meio à crença de se obter uma satisfação pelo outro, ultrapassa a assimetria pela negação da penúria de uma sintonia entre ambos. Diante disso, há uma percepção mediante a experiência do ídolo com sua fama, em que o mesmo é envolvido por máscaras de funções duplicadas, que revelam e ocultam contornos simultâneos. Esta aparência enganadora, poderá ocultar a sua existência como sujeito psicológico, estando embargado à soberba e a ilusão midiática, visando somente seu reconhecimento, onde sua máscara seria a sua fortuna (Coelho, 1981, p.39).

Entretanto, de acordo com a teoria de Freud (1996), o indivíduo se identifica com os laços que unem suas relações do grupo em que se encontra inserido. A partir disso, se ponderaria o fenômeno da idolatria partindo de uma análise do processo do desejo, desenvolvendo uma noção de identificação. Freud (1996) apresentaria dois tipos básicos de vínculos emocionais: a identificação, baseada no ser – o laço ligado ao sujeito -, e a escolha de objeto, baseada no ter – o laço ligado ao objeto do ego.

Referindo-se a um marco conceitual apresentado por Freud (1996), o “ideal do ego” surge como uma clivagem do ego, sendo uma instância responsável pelas funções de auto-

observação, consciência moral e censura dos sonhos. A partir disso, se estabelece uma análise de uma nova distinção neste fenômeno de identificação, avaliando um estado de “enamoramamento”. Desta forma, denota a formação de grupos primários que combinariam um laço de assimilação, dado como “identificatório”, e um vínculo idealizado entre os membros do grupo em suas questões individuais difundidas, e o líder. Assim, o ídolo ocuparia o lugar de seu ego como o objeto amado e venerado.

Em decorrência do exposto acima, a construção de um grupo, gira em torno de um objeto de desejo, onde há um componente visto como superior que ocuparia este lugar do ideal do ego, no qual se analisa a idolatria relacionada ao músico, o enquadramento dos meios de propagação midiática e uma análise dos meios modernos de comunicação de massa.

Contudo, podemos pensar quanto ao fenômeno, nos termos envolvidos na idolatria e na construção do mesmo, diante da repercussão midiática, sua propagação e utilização dos objetos contemporâneos, que contribuirão para a sua admiração amorosa por seus fãs clubes.

Dentro desta ótica, o ídolo promove um envolvimento de fascínio, em que suas músicas levam a expressão de sentimentos de consolo, conforto, alegrias e etc. Seus fãs os consideram como “perfeitos”, um referencial de seus desejos, onde a convicção está direcionada para somente para o ídolo.

Nesse sentido, Coelho (1981) aborda detalhes sobre o consumo do ego e a relação de idolatria, nos quais o fascínio pelo ídolo promove um distanciamento do sujeito de seu próprio ego em prol de um desejo incessável do mesmo. A promoção e crescimento de um ídolo dependem de seus fãs, onde este envolvimento ocorre por meio de um prazer subjetivo externalizado, no que promoverá a manutenção dos desejos que se encontram dentro de uma idolatria amorosa.

Alguns fãs se sacrificam por seus ídolos, ao colocarem as suas vidas em risco ou entregam-se de forma “verdadeira” com o propósito de demonstração de amor, ou uma dita felicidade e satisfação que consome seu ser.

De acordo com Mauss (1981) a expressão de sentimentos dos fãs por seus ídolos é uma linguagem, onde os indivíduos comunicam o que sentem aos outros e a si mesmos;

Mas todas estas expressões coletivas, simultâneas, de valor moral e de força obrigatória dos sentimentos do indivíduo e do grupo são mais do que simples manifestações, são sinais, expressões compreendidas, em suma, uma linguagem. Estes gritos são como frases e palavras. É preciso dizê-las, mas se é preciso dizê-las é porque todo grupo as compreende. A pessoa, portanto, faz mais do que manifestar os seus sentimentos. Ela os manifesta a outrem, visto que é mister manifestar-lhos. Ela os manifesta a si mesma exprimindo-os aos outros por conta dos outros. Trata-se essencialmente de uma simbólica (COELHO, 1981, p.332).

Para Lindholm (1993) o sujeito esta implicado na “fusão” com o objeto amado/idolatrado. Uma relação amorosa que seria capaz de promover felicidade dos “enamorados”, um fascínio por um líder que é encarado como algo patológico e revelador de alguma falta básica.

Mediante os pontos destacados quanto à relação do fã com seu ídolo, Morin (1984) faz uma análise mais detalhada dentro da Indústria Cultural, onde a mesma é apresentada por uma vasta compreensão da experiência em torno do fascínio projetado no ídolo e nos modelos que confrontam com o sujeito. A psicologia das massas compreende os enigmas e assenta para o pesquisador, incontáveis ofícios que ainda não foram diferenciados. A mera disposição de vários modos de desenvolvimento das massas e a descrição dos fenômenos psíquicos por elas manifestados, que requer uma observação mais esmiuçada.

O fato mais singular, numa massa psicológica, é o seguinte: quaisquer que sejam os indivíduos que a compõem, sejam semelhantes ou dessemelhantes o seu tipo de vida, suas ocupações, seu caráter ou sua inteligência, o simples fato de se terem transformado em massa os torna possuidores de uma espécie de alma coletiva. Esta alma os faz sentir, pensar e agir de uma forma bem diferente da que cada um sentiria, pensaria psicologia das massas e análise do eu e agiria isoladamente. Certas idéias, certos sentimentos aparecem ou se transformam em atos apenas nos indivíduos em massa. A massa psicológica é um ser provisório, composto de elementos heterogêneos que por um instante, se soldaram exatamente como as células de um organismo formam, com a sua reunião, um ser novo que manifesta características bem diferentes daquelas possuídas por cada uma das células (LE BON, 1895, p. 11).

Freud (1923) analisa mediante a psicologia das massas e análise do eu, que a estrutura dos sujeitos é avaliada em relação ao ambiente físico a qual se integra, onde a vida social nasce sob a forma de um ambiente possível. Apesar disso, sua gênese, a analogia entre os seus subsídios e o sentido é uma problemática. De um lado, a vida e as formações sociais são vistas como crescimento, como um meio circundante que se perturba com os próprios indivíduos, como uma declaração de sua própria natureza alargada. A partir disso, o fenômeno social é dirigido a um esclarecimento psicológico imediato, de maneira que o meio social, ao responder às necessidades do indivíduo, não pode ter outra natureza senão a deste último. Analisando outro ponto, os processos evolutivos individuais, sem deixar de serem psicológicos, encontra-se em uma situação de ruptura com o indivíduo, em conjuntura de ser diferente, tratando-se de um período onde a natureza dos fenômenos se torna discutível, pois ao mesmo tempo em que o fenômeno social é algo diferente do individual, continua a ser um fenômeno psicológico. Sendo assim, o ser coletivo não é diferente do ser psíquico do homem, mas a sua psicologia é constituída em outro plano estrutural.

Ele [o ideal sexual] pode ser empregado para satisfação substitutiva, onde a satisfação narcisista encontra reais entraves. Nesse caso, uma pessoa amará o que foi

outrora e não é mais, ou então o que possui as excelências que ela jamais teve. A fórmula paralela à que se acaba de mencionar diz o seguinte: o que possui a excelência que falta ao ego para torná-lo ideal é amado (FREUD, 1996 [1914], p.107).

Morin (1984) apresenta uma reflexão quanto a um “discurso vazio” dos sujeitos relacionado ao seu ídolo. Com isso podemos analisar a questão de uma afirmação contundente e ao mesmo tempo vazia sem aspectos verdadeiros, onde se insere num campo de emoções e prazeres direcionados pela figura do ídolo, retratando seus sentimentos e fascínio implicado no cenário da indústria cultural. Nesse sentido, considera que entre mercado fonográfico *Gospel* e seus seguidores, pode-se dizer que, há uma “industrialização do espírito” que penetra no interior do homem estendendo as mercadorias culturais em meio às músicas entoadas, no qual expressam um envolvimento espiritual e sentimental, onde isso seria reproduzido em forma de mercadoria com a demonstração de fatos do coração e da alma.

Essas premissas apontam com o estudo dos processos culturais e seu desenvolvimento fora da orientação do Estado. Os conteúdos culturais, podem ser diferenciados ou não mediante o tipo de intervenção do Estado em uma ótica negativa, envolvendo a questão da censura e o controle, ou no modo positivo em meio a questões da orientação, domesticação e politização, levando em conta o lucro com o objetivo de atingir o maior público filtrando as idéias, no controle da comunicação de massa em meio à concentração burocrática.

Esta colocação demonstra uma relação de forças que são submetidas ao conjunto social, aos quais mediatizam a relação entre a celebridade e seu público. A produção neste sentido causaria não só um objeto para o sujeito, mas também um sujeito para o objeto, envolvendo a lei fundamental (do mercado, da oferta e da demanda) no meio *Gospel*.

A publicidade indica produtos que garantem o bem-estar, conforto, libertação pessoal, prestígio e sedução, sendo o solo de uma cultura de massa que acarretará uma eficácia em torno do desenvolvimento do consumidor.

Diante disso, se analisa uma cultura de massa onde seria um sistema de projeção e identificação específica, dentro de uma aglomeração de sujeitos que são compreendidos além de suas estruturas internas, do seu meio social e familiar. Dentro dos assuntos culturais, se consideraria as particularidades dos indivíduos mediante as épocas e sociedades que estariam implicados. A partir da análise deste núcleo de pensamento, constata-se que através do lucro capitalista, são desenvolvidas novas artes e uma cultura industrial, impulsionando uma inovação, porém, em torno de uma priorização de se manter a individualidade.

De acordo com a Psicanálise, os processos de “identificação” destacados por Freud (1923), são considerados pó um laço emocional destinado à outra pessoa, desempenhando um

papel na história primitiva do complexo de Édipo. Esse mecanismo se baseia na probabilidade ou desejo, de colocar-se na mesma situação do outro. Logo, sua composição estará sobre influenciada da situação patogênica, se deslocando para o sintoma, lançado pelo primeiro Ego. Através do sintoma, a “identificação” se torna um ponto de sobreposição entre os dois egos, que será um sinal mantido como reprimido.

Freud (1923) destaca uma influência do sujeito no grupo de forma inevitável, ou que esta relação grupal poderá produzir alterações em sua vida psíquica. As alterações são expressas através de sintomas com a ativação das emoções e um arrefecimento da capacidade intelectual do sujeito envolvido. Essas colocações conduzem ao aprimoramento do conceito de “identificação” conforme três casos referentes a este processo. O primeiro, se alude à “identificação primária”, preenchendo uma função do complexo de Édipo, na qual o menino tomaria seu Pai como o ideal, desejando se colocar no lugar do mesmo (Freud, 1921/1976, p. 133). O segundo caso é compreendido como a neurose, em meio a um processo de instauração dos sintomas. Retomando assim, no sintoma de Dora -(caso descrito em 1905) – a reprodução da tosse de seu Pai, como elucidação de uma identificação. No terceiro evento, a “identificação” não é contemplada na relação de objeto direcionado a pessoa que esta sendo trasladada, não havendo assim, um investimento “libidinal”. Através dessas representações, esta terceira modalidade seria responsável pela constituição da sociedade, por ligar entre si membros de um grupo.

Através desses três estilos de identificação, (Freud, 1921/1976 p. 135) apresenta-os como uma forma original do laço emocional com um objeto, se exibindo de forma regressiva, como “sucedâneo para uma vinculação de objeto “libidinal”.

## 2 HISTÓRIA DO SEGMENTO EVANGÉLICO: VERTENTES E DENOMINAÇÕES

### 2.1 A formação do Protestantismo de Imigração e Missão no Brasil

Neste capítulo, farei um breve histórico sobre o segmento evangélico pentecostal, com base nas produções de cientistas sociais. Tal apresentação, torna-se necessária para compreensão mais apurada acerca dos objetivos deste (TCC), ou seja, a produção do Thalles Roberto como celebridade neste segmento que mais cresceu nas últimas décadas no Brasil.

De acordo com Mafra (2001), em aproximadamente 1810, o Protestantismo de Imigração veio para o Brasil juntamente com a família real, pois os religiosos desta vertente traziam consigo, não só a mão de obra, mas a sua cultura religiosa. Por determinação do rei, para não atingir os interesses da Igreja Católica, estes protestantes realizavam cultos de forma restrita e sem a possibilidade de fazer proselitismos. Entretanto, o Protestantismo foi se repercutindo de uma forma significativa, atingindo a comunidade católica que se convertia a esta nova denominação, migrando para as igrejas evangélicas que no caso eram administradas liturgicamente pelos missionários de Imigração e Missão. Além disso, ainda nesta época os Protestantes de Missão vinham para o Brasil com a proposta de trazer a sua cultura e crença que se constituiu posteriormente à reforma, para propagar o Protestantismo.

Devido à cultura ser distinta do que era proposto pelos estrangeiros, inclusive, estes, de forma pejorativa, eram nomeados como missionários de “Bode”, “Bíblias” e “Missa-seca”. Tais categorizações se davam em função da aparência dos missionários que usavam cavanhaques e também pelo fato dos seus cultos não possuírem uma musicalidade familiar com os instrumentos utilizados no Brasil (Mafra, 2001, p17).

Um dos contrapontos investigados na pesquisa, é que desde a Reforma Protestante, observou-se grandes transformações neste segmento religioso, as quais vão além da teologia e crenças, afetando também a produção e o gosto musical. Mesmo algumas delas tenham se mantido fieis às suas tradições, é notório que, no Brasil, nas últimas décadas, ocorreu uma grande mudança na produção musical evangélica, em decorrência da formação do segmento empresarial *Gospel*. Outros ritmos- rock, pop, etc- foram inseridos no repertório musical evangélico e cantores se transformam em celebridades. Observa-se estas inovações, na carreira do cantor Thalles Roberto, o qual segue os estilos, pop, rock e romântico.

Voltando à história dos evangélicos no Brasil, o que tange o Pentecostalismo, de acordo com Freston (1994), esta vertente diferente dos reformadores, Martin Lutero, os Presbiterianos, Wesleyanos e Batistas, surgiu através de movimentos ligados ao que Bíblia

Sagrada chama de “Pentecostes” – a idéia de que o sagrado visita os fiéis e se expressa por meio de “línguas estranhas”- glossolalia, nos EUA, no século XIX.

O movimento Pentecostal chegou ao Brasil através de dois missionários suecos Daniel Berg e Gunnar Vingren que eram pertencentes anteriormente a Igreja Batista. Os missionários decidiram vir ao Brasil e fundar a primeira igreja Assembléia de Deus. Tal decisão ocorreu em meio a uma “experiência”, na qual supostamente Deus falara para que eles realizassem uma missão no país. Em 1910, se estabeleceram no estado do Pará e lá realizaram proselitismo percorrendo outros estados do Nordeste, a fim de converter um maior número de pessoas. De acordo com Freston (1994), neste momento houve um “tipo” de revolução no segmento evangélico pois, neste momento, a igreja estava dividida entre Protestantes Históricos- Protestantismo de Imigração e Missão- e Pentecostais. Mesmo sendo resultante da Reforma Protestante, cada denominação fundada estipulava uma norma de conduta, um conjunto de valores éticos e um corpo doutrinário.

A partir da análise de Mafra (2001), observamos que, na contemporaneidade, há uma gama de doutrinas e uma diversidade de culturas e influências cognitivas no segmento evangélico. Na atualidade, pode-se localizar em sua constituição, influências externas, sendo de outros países, ou até mesmo, provenientes de outras religiões que seriam modificadas para seu significado desejado. A partir disso, encontramos o tradicionalismo sendo descartado e sendo atribuídas novas teorias e óticas com o objetivo de tornar seu grupo religioso mais freqüentado.

## **2.2 Aspectos socioculturais da religiosidade evangélica**

Muitas igrejas evangélicas vêm se transformando de acordo com as tendências midiáticas, a fim de manterem seus seguidores e de tornar seu grupo uma potência dominante. Contudo, encontramos neste meio religioso, uma diversidade de congregações, as quais foram criadas a partir de opções individuais, ou aquelas que foram fundadas devido a exclusões ou de diferenças de pensamentos e atitudes.

Pode-se dizer que em certa medida, a religião se tornou um artefato de consumo, devido à variedade de estilos de vida e identidade cultural. Para atender a gostos e estilos diversos, têm surgido inúmeras denominações evangélicas, as quais se apropriam e investem nos meios de comunicação de massa.

Após a consolidação das indústrias ligadas à cultura em nosso país, as igrejas, principalmente as Neopentecostais, transpuseram uma estratégia na utilização das mídias, como intuito de se projetarem no espaço público e disseminarem a ideologia religiosa.

Conseqüentemente, verifica-se uma tensão entre a dimensão religiosa e econômica pautadas no fluxo de uma ótica mercadológica. Atualmente, existem segmentos no mercado destinado ao público evangélico, ao qual passou a ser denominado como mercado *Gospel*.

Segundo Caldas (2010) o termo *Gospel* é resultante da junção de duas palavras inglesas, *Godespell*, traduzido como “Palavra de Deus”. Originou-se nos Estados Unidos, na década de 1920, em meio ao gênero musical, através de um solista acompanhado por um coro e um grupo instrumental. Nos Estados Unidos, *Gospel*, refere-se a um estilo musical criado por negros Protestantes, que entre outras características, tem ritmo sincopado, maneira emocional e raiz nas canções de trabalho (*worksongs*) (Baggio, 2005). Assim, posteriormente, naquele país, surgiram cantores que se lançaram no meio secular, tendo o início de sua carreira primeiramente dentro das igrejas, como, por exemplo, *Ray Charles*, *Aretha Franklin*, dentre outros. A partir disso, o gênero *Gospel* se modificou e teve uma expansão em um grupo denominado *Christian Music*, que se refere à justiça social, defesa pela paz, evangelização e negação às drogas. Inicialmente nos Estados Unidos, devido ao desenvolvimento da indústria musical evangélica em diversos países, este fenômeno obteve uma expansão por todo o mundo.

De acordo com Dolghie (2004) no Brasil, o termo *Gospel* teve sua adequação nos anos 1980, através da gravadora *Gospel Records*, ligada à igreja Renascer em Cristo. O apóstolo Estevam Hernandez Filho patenteou este termo, e a partir daí passou a ser usado em grande escala no meio evangélico. Em nosso país, diferente dos Estados Unidos, *Gospel* se refere à produção musical, que pode possuir gêneros diversificados na temática religiosa.

O modelo atual de igreja evangélica, sofreu uma resistência quanto ao tradicionalismo, porém, devido ao crescimento dos números de fies, utiliza uma estratégia à cultura dos meios de comunicação de massa. Deste modo, mediante o crescimento dos templos, denominações e sua inserção na mídia obtiveram um aumento e propagação dos produtos evangélicos, sendo eles, CDs, DVDs e artigos entre os programas de TV, rádio e nas redes sociais.

Entretanto, as exposições musicais ultrapassam os limites impostos pela igreja, onde os músicos não seriam mais considerados como cantores, mas como celebridades, artistas em torno do eixo *Gospel* em meio ao nicho capitalista com seus cachês.

As aparências também sofrem transformações e se modificam em torno das tendências, onde o cantor se adéqua e é moldado de acordo com o estilo musical que esta sendo impregnado em seu meio. Sua aparência sofre modificações de acordo com os produtores musicais que se associam, dentre as vestimentas, sua postura ante aos shows e gravações em mídias. Os estilos de danças e gestos também são utilizados de forma

diversificada, se assemelhando com os shows fora do ambiente Evangélico. Quanto a esta expansão, os produtos Evangélicos, provenientes desses artistas, saíram do ambiente reservado para a circulação nos comércios de todo o Brasil.

Com relação à estrutura física dos templos, verificam-se também algumas mudanças. Para atender as grandes multidões, algumas denominações- principalmente Neopentecostais – edificaram templos no formato de grandes estágios (Mafra, 2001). Nestes novos templos a disposição dos assentos e do púlpito é feita para a realização de grandes cultos e shows. Focando também na parte do entretenimento, busca-se atrair novos seguidores principalmente jovens.

Nas igrejas, além das músicas, há uma variação de estilos dos cantores, como o exemplo Thalles Roberto, que possui um estilo moderno, em que atrai jovens, devido suas músicas dançantes e os ritmos entoados.

### **2.3 Música e mercado fonográfico gospel**

A questão do sagrado é vista por um experimento particular e o espectro de unicidade cujos símbolos psicológicos são os episódios, ambiente e elementos que miscigenam sentimentos e afloram o potencial da emoção.

Agora nos explicamos de onde vem a ambigüidade que as forças religiosas apresentam quando aparecem na história, de que maneira elas são físicas e humanas, morais e materiais ao mesmo tempo. Elas são forças morais por serem construídas inteiramente com as impressões que esse ser moral que é a coletividade desperta nesses outros seres morais que são os indivíduos; elas traduzem não só a maneira pela qual as coisas físicas afetam nossos sentidos, mas o modo com a consciência coletiva age sobre as consciências individuais (DURKHEIM, p231, 1996).

Com o surgimento a indústria fonográfica, as músicas não se limitam à implementação de um contato direto entre músico e consumidor, onde o músico compõe ou se torna um interprete executando as músicas por meio de partituras. Há uma incorporação técnica nos processos de produção musical, gerando influência no modo e nos conteúdos em que são empregados. Os produtos musicais oferecem uma lógica mercadológica, reunindo ao mesmo tempo as extensões materiais e artísticas.

A música em sua ótica não seria somente um ato de adoração, mas esta pode se unir ao fator de entretenimento. Com isso, gêneros musicais variados como rock, reggae, hip-hop, pagode entre outros, são inseridos no ambiente de várias igrejas, sem que, os mesmos proporcionem algum problema.

Conforme Cunha (2007, p19) as expressões musicais que estão inseridas na cultura popular massiva, indicam modos característicos de informação corporal ante a música expressa. Deste modo, outras sonoridades proporcionaram uma corporificação específica de

acordo com o estilo musical. A dança e expressão corporal através da música executada já não representam para algumas igrejas uma prática pagã, onde o corpo se tornaria uma ferramenta de uma comunhão com o sagrado. Desta forma, a música fornecerá formatos diversificados, valorizando performances corporais. Além disso, observa-se também a introdução de novas tecnologias na produção e execução musical.

Associado a essas inovações, observa-se também uma forte relação entre os cantores, gravadoras e as mídias do segmento *Gospel*. Tal fenômeno contribuiu para a formação de celebridades evangélicas, ou seja, verdadeiros profissionais da música religiosa.

Esta nova categoria é reflexo do movimento crescente do mercado evangélico: os artistas *Gospel*, como qualquer outro, possuem uma carreira, gravam discos, apresentam espetáculos, cobram cachê, recebem prêmios, possuem fãs-clubes e ditam moda. No entanto para eles e seu público, um aspecto distingue o mercado religioso do secular: esses artistas e suas músicas são mediadores do sagrado, ou, na língua popularizada no cenário evangélico, são ‘instrumentos de Deus’ (CUNHA, 2004, p.148)

O procedimento de sacralização das tradições e práticas seculares tem elevado uma relativização da ética de consumo e da ciência de santidade Protestante, proporcionando a inclusão Pentecostal no preceito midiático e à estável modernização musical cristã. O estímulo ao consumo e a introdução da mídia, tornam-se forças propulsoras para o desenvolvimento Neopentecostal, defendido pelo aplainamento da santificação e do profano. O crescimento no meio Evangélico tem sido ressaltado como um fator preponderante na mudança dos artifícios tradicionais de evangelização por meios contemporâneos de divulgação do evangelho.

Segundo Cunha (2005, p.95) o fator tecnológico, acompanhado do crescimento da urbanização e da busca de “inculturação” das igrejas no mundo urbano, se depara com um cenário de transformações do campo religioso.

### **3 FACEBOOK: ANÁLISE DAS NOVAS INTERAÇÕES ENTRE CELEBRIDADES E FÃS**

#### **3.1. Novas redes e virtualidade**

##### **3.1.1. Breve relato histórico sobre o *Facebook***

O *Facebook* foi fundado em 2004, por Mark Zuckerberg, sendo este um estudante de *Havard*, uma universidade na qual nasceu esta rede social. Esta ferramenta, utiliza a socialização como atrativo e propagação das informações, sendo uma das redes sociais *online* que mais contribuiu para mudanças nos relacionamentos entre as pessoas. O *Facebook* se tornou uma fonte de publicação, em que são compartilhados sentimentos, vivências, onde as personalidades são declaradas para amigos ou se desejar, para o público em geral de forma diária. A comunicação se encurtou e houve uma aceleração na forma de interatividade, mediante a utilização das ferramentas tecnológicas. Nesta “nova era”, o acesso às informações é mais ágil e os modos de socialização e individualização são assistidos e compartilhados com frequência.

A utilização da internet trouxe um grande choque no ajustamento social e fomentou debates acerca dos impactos gerados na vida dos jovens pela utilização constante das redes sociais. Discussões estas, a respeito dos modos de socialização dos jovens; sobre um “empobrecimento” do contato pessoal ou acerca do predomínio da comunicação virtual em relação à pessoal, como consequência, uma suposta diminuição do convívio social. O *Facebook* se tornou um substituto na forma de comunicação face a face, onde aprimorou uma configuração de facilitar o diálogo nas questões de timidez, ou quanto às dificuldades de interação social, quebrando barreiras e alargando possibilidades de gerar um intercâmbio que proporcionaria uma possível relação pessoal.

##### **3.1.2 Novas relações e interatividade: *Facebook* em foco**

Esta ferramenta escolhida para a pesquisa é uma das mídias sociais mais acessadas, na qual, é possível perceber interações sociais e uma integração entre pessoas em grande proporção. No contexto social, o indivíduo se encontra interado na rede, sendo ele considerado como qualquer pessoa, coisa, ou uma instituição que causa agência, tendo a sua participação compartilhada e ampliada, mesmo de forma indireta. O indivíduo ao acessar o mundo virtual – especificamente através do *Facebook* - se permite interagir com os outros, a

ler mensagem ou a promover uma reflexão sobre um assunto apresentado, podendo se tornar, inclusive, uma figura pública, admirada e seguida por outros indivíduos.

As redes sociais, não são caracterizadas como “estáticas, paradas e nem independentes do contexto onde estão inseridas. Essas redes são, quase sempre, mutantes e tendem a apresentar comportamentos criativos, inesperados e emergentes” (RECUERO, 2009, p. 91-92).

Nesta ótica, pode-se analisar a questão da informação em grande escala sendo propagada através de uma ferramenta tecnológica, onde seu espaço midiático se torna um campo de histórias que podem ser compartilhadas e acessadas.

De acordo com Recuero (2009), os sites de redes sociais são ambientes virtuais resultantes das assimilações atingidas pelos atores sociais, instrumentos de comunicação intercedidas pelo computador e os atores sociais que utilizam esses sites constituindo as redes. O *Facebook* possui estratégias de interação social, na qual estimula o sujeito a projetar seus sentimentos e idéias - justamente por lançar a pergunta: “no que você está pensando?” -, permitindo que o sujeito publique e compartilhe suas significações, concepções e sensações. Com sua expansão, o *Facebook* foi se tornando um ícone de grande importância para divulgação, no qual as pessoas criam comunidades e eventos de forma que a informação chegue mais rápida. Além disso, por meio dele, é possível indicar a sua localização em tempo real e das pessoas que estão ao redor - por “Onde estou?” e “Com quem estou?”-, fornecendo assim, opções de classificar o humor momentâneo, -“Como estou me sentindo?”-.

A essa cultura poderíamos denominar “Cultura do hibridismo e da multimodalidade” ou ainda “Cultura ubíqua”, se consideramos o fato de que cada vez mais, as pessoas, os lugares e as coisas (objetos) podem estar interligados por redes de comunicação que possibilitam o tráfego de dados entre diferentes dispositivos e redes espalhadas por prédios, ruas, carros, enfim, em toda a parte, possibilitando a comunicação entre esses diferentes atores, de forma que a computação se torna praticamente invisível, nos possibilitando utilizá-la quase sem pensar, assim como o fazemos com a energia elétrica (SACCOL, SCHLEMMER; BARBOSA, 2010).

O sujeito é idealizado como um ator que, ao mesmo tempo em que elabora suas idéias, nunca atua sozinho, devido às influências que sofre em seu meio social ou virtual, nos quais, também poderão influenciar os outros. Este ciclo possibilita a reflexão sobre os impactos da mídia social *Facebook* nas diversas interações e contextos, bem como sobre o envolvimento das pessoas com os meios de comunicação social.

As redes sociais se modificam com o decorrer do tempo, envolvendo-se em características de cooperação, conflitos e competição, influenciando desta forma, ações dos sujeitos que utilizam a mesma para sua comunicação, difundindo assim, informações distintas.

Em contrapartida, as ferramentas tecnológicas proporcionam aproximações entre as pessoas que se encontram distantes e também o rápido acesso às tarefas cotidianas, onde nos permitem fazer compras, ir ao banco, trabalhar, fazer pesquisas, acessando conteúdos para elaboração de trabalhos escolares sem ter que ir à biblioteca, gerando facilidades e praticidade onde as pessoas podem realizar serviços sem sair de casa.

O *Facebook* possui formas de compreender o posicionamento das pessoas perante algumas dicotomias decorrentes do uso desta ferramenta, a forma de publicações nas redes, a dimensão pública e privada, a distinção do real e do virtual e especificamente como os adolescentes problematizam os benefícios e os riscos que estão associados na interação com o *Facebook*. A partir disso, podemos compreender o conceito de amizade na forma em que os adolescentes e os jovens adicionam pessoas no seu perfil, na questão da seleção, de representação das pessoas que interage nas redes sociais (Assunção, R.S.; Matos, P.M.2014). Todavia, o pensamento se baseia na relação do jovem com redes sociais e com o *Facebook*, onde o mesmo lida com riscos, alienação social e também benefícios advindos acerca de sua interação social, implicados na rede interativa. O *Facebook* e as novas tecnologias podem oferecer benefícios ou riscos à sociedade, onde o sujeito que se interage em meio às redes sociais devem estar cientes de sua exposição na rede pública, podendo gerar um mal estar e constrangimentos mediante o conteúdo compartilhado.

A tecnologia gera facilidade e promove ao indivíduo à oportunidade de uma expansão de suas idéias e criatividade, fornecendo velocidade às informações, onde as mensagens são publicadas em questão de segundos. Ao pensar quanto à subjetividade em meio à virtualidade e as redes sociais, encontramos uma gama de influências sobre a conduta de vida do sujeito ou de celebridades que se inserem publicamente no *Facebook*, sendo elas positivas ou negativas.

As informações e interações demonstradas nas redes sociais, podem fornecer ao sujeito situações ameaçadoras, em que as noções de público e privado podem se confundirem, criando empecilhos entre ambos os conceitos. As ferramentas tecnológicas levam o sujeito a embarcar em meio a uma aprendizagem, experimentações, ensaios e atitudes perante o mundo e as outras pessoas que os rodeiam.

Quanto à intervenção psicológica, as novas tecnologias fornecem novos desafios para fins de compreender o desenvolvimento do sujeito, fornecendo pontos de análise sobre as formas de comunicação, onde trazem novos contornos na questão de separação ou individualização dos mesmos.

As exposições no *Facebook*, levam a reflexão quanto à forma em que as mensagens são compartilhadas publicamente, atravessando uma configuração de seu contorno, sendo

moldada de acordo com o perfil estipulado pelo sujeito. A visualização pública e sua extensão, geram exposições da imagem do sujeito e seu perfil nas redes sociais, de forma a ser ou não aceita por todos, onde seria uma inquietação constante desta forma de interação social.

### **3.2 Redes sociais, informação e poder**

Castells (1999) enfatiza a questão quanto ao poder da informação que é produtivo e capaz de consolidar uma nova estrutura social. A sociedade da informação recebe impactos, a estrutura é básica sendo apresentada em redes, possuindo uma divisão típica da nova sociedade que esta sendo conquistada na atualidade, reivindicando uma universalidade sem paralelo. Os eixos principais da transformação tecnológica é a geração, processamento e a transmissão da informação sendo alocada na subsequência que se desarticulou em direção ao desenvolvimento de um novo paradigma sócio-técnico.

A maneira que a tecnologia esta revolucionando a forma de pensar e agir do sujeito esta cada vez mais freqüente na atualidade, onde o mesmo embarca no ambiente midiático estando envolvido com os parâmetros, estipulações determinantes do âmbito tecnológico a qual se integra e se atualiza de acordo com suas consignações.

Castells (1999) não se preocupa com uma visão de mundo em que haja a exposição do indivíduo, pois ao esboçar um cenário em que os modelos, atores e locais da revolução tecnológica em operação de níveis diversificados, conseguem equilibrar a coerência, consistência, originalidade e a objetivação dos fatos que expõem as raízes sociais dessa revolução.

A tecnologia da informação surge obtendo como característica, o aprimoramento do indivíduo, sendo uma condição de avanço tecnológico de forma a não prejudicar a qualidade de vida do indivíduo e a segurança da humanidade, em que as máquinas e suas ferramentas se tornam inseparáveis no processo de evolução da sociedade. Devido ao avanço de modo acelerado da informatização da sociedade, o homem esta perdendo de forma gradual sua harmonia quanto aos princípios, tradições e valores, se tornando um desafio para a sociedade lapidar este arquétipo.

O grande agente de transformação do indivíduo e da sociedade é a tecnologia e a informação. Castells (1999) expõe o processo de globalização e a economia informacional, na qual, ratifica as especificidades de uma nova economia no decorrer da história que esboçaria suas principais propriedades e a dinâmica de um princípio econômico mundial.

Diante da nova etapa no desenvolvimento do capitalismo Castells (1999) amplia seu discurso na questão de que a cultura e o espírito da informação em alta escala, parte da

conjectura, em que passaríamos por uma nova etapa no alargamento do capitalismo, cuja consistência dos mercados mundiais, colocaria por baixo a atual coordenação econômica, fundamentada nas economias nacionais autônomas. O efeito deste procedimento, seria a transposição de fluxos elevados de um campo nacional para o campo mundial.

A partir disso, podem-se analisar os impactos gerados na sociedade, em torno da evolução tecnológica, e de que forma o indivíduo se encontra inteirado neste meio, pois sua consciência sofre impactos na sociedade e também na questão da manipulação da consciência social. Deste modo, é de grande importância refletir e analisar o cenário, as tendências tecnológicas e as informações futuras, a fim de obter um entendimento mais ampliado e conciso quanto aos impactos potenciais na sociedade de forma positiva ou negativa.

Permanecemos na era da informação, onde há uma busca incessante de referenciais que devem ser ajustados com valores de uma nova sociedade. Na atualidade, o tempo é convertido em velocidade e as redes de informação estabelecem novos desafios e proporcionam um novo panorama a ser decifrado, para se alcançar o sucesso ou o reconhecimento social na questão da celebridade, sendo necessário um ajuste com as novas mudanças.

A partir da perspectiva de Eco (1979), analisando os pontos de uma relação do homem com a máquina e suas perspectivas integradas e apocalípticas, o homem em seu espaço social após a Revolução Industrial, entra em contato com uma nova sociedade e sua estrutura pautada nas novas tecnologias que vem surgindo, que vão se reestruturando e inovando mediante as mudanças apresentadas pelo sujeito num emaranhado de culturas que são impregnadas em meio a este espaço.

Os apocalípticos denunciam os perigos do tecnicismo e se atentam quanto às questões de sociedade na perda de sua capacidade de conversação espontânea, sendo prejudicial à liberdade dos cidadãos. Os integrados, pelo contrário, apóiam a tecnologia como formas de expansão da informação, sendo uma ponte para o crescimento das questões da comunicação em massa. O tempo já não se torna uma problemática, pois através da tecnologia as barreiras se rompem e o sujeito rescinde os estorvos da comunicação e interação social, a timidez e a introversão são dissolvidas.

Com isso, podemos notar uma sociedade adaptada e mais inclusa nos meios tecnológicos em torno do tempo e espaço. A relação do homem com a máquina proporciona uma ótica em torno de um laço fortificado do mesmo com as novas tecnologias, onde a máquina se torna um objeto de interação e de relacionamento mais intenso e fundamental em sua vida.

### 3.3 Thalles Roberto: um astro *Gospel*

#### 3.3.1 A construção da auto-imagem do artista



Fonte: <http://www.aratuonline.com.br/> acessado em: 23/11/15.

Thalles Roberto da Silva, nascido na cidade de Passos, em Minas Gerais, no dia 8 de novembro de 1977. É um cantor e compositor brasileiro do âmbito *Gospel*, conhecido pelo meio Evangélico e seu envolvimento com a indústria fonográfica, na qual obteve seu surgimento midiático no ano de 1998, Multi-instrumentista- toca guitarra, violão, baixo, bateria e pandeiro-, já se envolveu em outras áreas da música brasileira fora do cenário *Gospel*, trabalhando com bandas como: Jota Quest e Jamil e Uma Noites. O cantor também já fez parcerias importantes com outros famosos no cenário da música religiosa brasileira - Diante do Trono, Mariana Valadão, André Valadão, Gabriela Rocha e Damares - gravando um disco com a cantora Nívea Soares, uma das integrantes da banda Diante do Trono.

Freqüentador da Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra, em 2003 gravou seu CD Acústico *Gospel* pela Sony Music, ganhando uma indicação ao Grammy Latino na categoria “Melhor Música Cristã em Língua Portuguesa”. No entanto, após essa etapa inicial de sua carreira, o cantor se afastou de sua igreja – “desviou-se”, no vocabulário evangélico – e passou a fazer parte de grupos não-evangélicos, como a banda Jota Quest, de grande fama no Brasil. Em 2009, voltou a congregar na Igreja Batista da Lagoinha, denominação de vários cantores do segmento gospel e sede do ministério Diante do Trono. No mesmo ano, firmou contrato com a gravadora Graça Music da Rede Graça, que é vinculada à Igreja Internacional da Graça de Deus, liderada pelo pastor Romildo Ribeiro Soares –Rrsoares-, um dos mais conhecidos na tele-evangelistas do Brasil. Em 2011, participou da gravação do álbum

“Minhas canções” com a música intitulada “Uma História Escrita pelo de Deus”, que se tornou tema do seu DVD e CD, vencedores das categorias Melhor CD e Melhor DVD do Troféu Promessas 2012. Nesse mesmo ano, venceu na categoria de “Melhor Cantor”. Apesar de não ter sido escolhida como melhor canção, a análise dessa música se faz importante enquanto conceito geral do álbum, vencedor de duas categorias.

Abaixo, segue a discografia do artista:

- 2004 - Acústico Gospel
- 2009 - Na Sala do Pai
- 2010 - Raízes
- 2011 - Uma História Escrita pelo Dedo de Deus
- 2012 - Raízes 2
- 2013 - Sejam Cheios do Espírito Santo
- 2014 - ID3
- 2014 - Ao Vivo em São Paulo
- 2015 - As Canções que eu Canto pra Ela
- 2015 - Dios me ama

### Premiações e Indicações

Prêmios e indicações ao Grammy Latino:

Ano	Categoria	Indicado	Resultado
2004	Melhor álbum de música cristã em língua portuguesa	Acústico Gospel	Indicado

### Troféu Promessas

Prêmios e indicações no Troféu Promessas:

Ano	Categoria	Indicado	Resultado
2011	Revelação	Thalles Roberto	Venceu
	Melhor música	"Deus da Minha Vida"	Indicado
	Melhor DVD	Na Sala do Pai	Indicado
	Melhor clipe	"Deus da Minha Vida"	Indicado
	Melhor cantor	Thalles Roberto	Indicado

## Melhores do Ano

Prêmios e indicações ao Troféu Melhores do Ano:

Ano	Categoria	Indicado	Resultado
2012	Melhor Cantor	Thalles Roberto	Venceu
	Melhor CD	Uma História escrita pelo dedo de Deus	Venceu
	Melhor DVD	Uma História escrita pelo dedo de Deus	Venceu

Fonte: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Thalles\\_Roberto](https://pt.wikipedia.org/wiki/Thalles_Roberto), acessado em 23/11/15.

Em testemunho<sup>1</sup> O cantor relata: “Sempre amei cantar, me comunico muito bem através da música, e comecei a perceber que as pessoas me seguiam por isso, então sempre tive na minha mente uma frase – Vou usar o meu dom para atrair as pessoas pro bem, pra luz, pra Jesus!”

Observa-se que no trecho acima, que o artista percebe o seu fazer como um dom, missão. A idéia de que é “instrumento de Deus”, com isso, o cantor relata sobre seu envolvimento intenso no mercado fonográfico, demonstrando um desígnio em unir sua técnica musical e experiências, com uma proposta de atrair pessoas para o meio religioso, através de suas canções, a fim de propagar as mensagens entoadas e promover uma atração das pessoas.

A partir de uma análise do perfil do cantor Thalles Roberto e sua expansão em meio à música gospel, é possível perceber, seu desenvolvimento na atualidade e a evolução de sua imagem midiática, onde sua popularidade se deu, a partir da imagem e estilo impactante projetada na mídia, se tornando popular no âmbito *Gospel*, obtendo um reconhecimento e sendo uma imagem condutora do Protestantismo através do meio musical.

Suas músicas possuem um gênero pop que atrai muitos jovens, cercados de ritmos dançantes, tornando seus shows mais freqüentados. Thalles Roberto se estabeleceu como um ícone no meio dos jovens, devido o seu estilo moderno, cabelos Black Power, óculos escuros, roupas joviais, com isso, obtendo entre os jovens, na propagação da imagem e intuito de conduzir jovens para o meio evangélico através da música, em torno de algo que não seria “proibido” no meio Evangélico.

<sup>1</sup> Para maiores informações, ver: o site [informusicgospel](https://informusicgospel.wordpress.com). Endereço: (Fonte: <https://informusicgospel.wordpress.com>).

Devido ao seu sucesso, obteve uma grande parceria com a gravadora Sony Music, passando a ser responsável pela distribuição física e digital dos lançamentos da Dos3Music<sup>2</sup>.

Desta forma, este artista tem atraído e conquistado uma gama de jovens não somente no território brasileiro, mas em outros contextos nacionais, como Costa Rica, Estados Unidos e México. Como foi sinalizado anteriormente, o cantor já gravou um disco em espanhol “Dios me ama”, no qual é uma tradução original da versão brasileira. Entre outras obras, criou também o programa “Vontade de fazer você feliz”, pela Rede Gospel de Televisão e o Cd “As Canções que eu Canto pra Ela”, destinada a sua esposa Daniela Campos, onde fornece conselhos para casais e compartilha sua intimidade conjugal.

Na página oficial do cantor Thalles Roberto<sup>3</sup>, encontramos um marketing agressivo: com cores chamativas, imagens gráficas, animações em três idiomas, disponíveis para tradução- português, inglês e espanhol. Seu site disponibiliza sua biografia, os eventos em destaque, agenda do cantor e notícias pertinentes sobre ele ou sobre suas participações em eventos e shows. Neste ambiente virtual, também são apresentadas as mídias de destaque e de sucesso do cantor; as ações sociais realizadas em parcerias com: PROMOSE (Projeto de Recuperação Moral, Social e Espiritual), CRDP (Centro de Reintegração Deus Proverá) e HRC (Hospital Regional do Câncer de Passos). Além destas informações, consta também a discografia do artista, o contato para agendamento de shows e loja virtual com produtos da marca dele, a TRSHOES-VULCANEZI. Entre os produtos e objetos com esta logomarca, encontram-se tênis, camisas personalizadas, o boneco Thalleco, a Bíblia do Thalles, livros, CDs e DVDs<sup>4</sup>.

### 3.3.2 Thalles e seus seguidores no *Facebook*

Foi realizada uma pesquisa na página do perfil do cantor Thalles Roberto localizada no *Facebook*, dentre os meses de Agosto e Setembro onde a página em foco foi criada no dia 2 de janeiro de 2011, em Minas Gerais, possuindo em torno de 7.990.337 seguidores na qual

<sup>2</sup>A gravadora Dos3Music, é uma parceria entre o cantor Thalles Roberto e seu empresário Doninha e Daniel Romero, ex-diretor da Canzion Brasil. A empresa recebeu o nome da marca já criada por Thalles que se refere à trindade: Pai, Filho e Espírito Santo. O casting da gravadora conta com alguns artistas já consagrados do gospel e novos nomes que prometem fazer muito sucesso. A lista de artistas é formada por: Trazendo a Arca, Filhos do Homem, Ministério Ipiranga, Banda Som & Louvor, Estevam Hernandez, Talita Pagliarin, banda Lucas 9, Leo Fonseca, Oseas Silva, Pablo B, Peterson e Mag Ribeiro, Sandro Alcântara, Yuri Oliver, Bruno Diniz, Asaph Hernandez & Ligerio, Pamela Suellen e Sandra Moraes. Fora esses cantores nacionais a Dos3Music pretende trazer ao Brasil álbuns internacionais, mas seu projeto é também ampliar os serviços e oferecer produtos editoriais e audiovisuais. (Fonte: <https://musica.gospelprime.com.br/dos3music-gravadora-thalles-roberto/>)

<sup>3</sup> <http://www.thallesroberto.com.br/2015/>

<sup>4</sup> Tais informações encontram-se também no site da GospelBay e na loja virtual Vulcanezi <https://www.gospelbay.com.br/> / <http://lojavulcanezi.com.br/>

obtem crescimento constante. As comunidades em contorno do cantor Thalles Roberto são em média de 100 (cem) grupos. Dentre elas, foi selecionada a comunidade detentora de maior número de seguidores. Foram analisados os relatos dos seguidores da página acerca das ações e posicionamentos do cantor, na condução de sua carreira, na relação com o seu público ou com as gravadoras.

Acerca de uma análise quanto aos comentários da uma comunidade selecionada, a mesma sendo constituída por um dos seguidores do cantor Thalles Roberto, foi observado a questão do relacionamento dos seguidores com o cantor, suas representações na sociedade e nas redes sociais. Contatei que para alguns, o cantor é visto como ícone de “adoração” a Deus, como é colocado a seguir por um fã: *“Thalles é um Adorador o resto é resto prestaremos conta com Deus e não com os homens da terra” (fã 1).*

O comentário denota uma discussão acerca da religião e a figura do cantor como representação de adoração a Deus, sendo também condutor de um modelo de veneração. O fã menciona o cantor como um “Adorador” sem reservas e censuras, apontando como um exemplo a ser seguido em que as opiniões divergentes não seriam consideradas.

“Eu gosto das suas músicas, ouço todos os dias, admiro seu trabalho, sei que você é humano, e como todo humano comete erros, essa música nova prova que Deus é contigo. Fico muito feliz em ver que o fogo que queima em seu peito não apagou. [...]” (fã 2).

A admiração do fã direcionada ao cantor e ao gosto musical promove uma linha de pensamento acerca das influências midiáticas da musica *Gospel*, em meio ao mercado fonográfico e sua expansão. Neste cenário, Thalles Roberto obteve grande destaque com suas músicas e letras entoadas. O cantor, devido a sua popularidade e fama, em torno do meio midiático, é destacado pelo fã, como uma representação de sentimento, onde o mesmo ministraria através da grafia de suas músicas executadas, certo arrependimento, redenção diante de seus erros cometidos e uma demonstração de reconhecimento, a fim de ratificar para seus fãs, uma compreensão e reflexão de seu relacionamento com o evangelho.

“Acredito que tem um tempo para todas as coisas debaixo dos céus, e o Thalles Roberto esta vivendo um tempo até chegar o tempo real de Deus na vida dele. Então vamos agradecer a Deus pela vida do Thalles Roberto e deixa Deus cuidar dele e que cada um de nós venhamos cuidar e se queixar dos nossos próprios pecados. Eu louvo a Deus pela vida do Thalles Roberto, não cantor, mas sim um homem a quem Deus procura. Te amo meu irmão sem te conhecer e saber de sua história, simplesmente por saber que Deus tem um propósito para sua vida.” (fã 3).

A referência, que o fã faz a respeito do cantor, demonstra uma admiração em torno de sua imagem midiática, declarado que mesmo sem conhecer pessoalmente, sua exposição e empatia na constituição de imagem do cantor, remete ao fã uma identificação necessária para

se demonstrar um sentimento, em que promove uma relação na constituição amorosa do sujeito sobre seu ídolo, que se restringe a suas concepções individuais e seus imaginários. A imagem do cantor, projeta uma volição e um amor imaginário em que sua constituição se deu a partir da figura e das características formadas em torno deste ídolo, conforme comentário de um fã: *“Nossa eu amo as músicas do Thalles! Sou muito fã e gostaria de tirar uma foto com ele, ahhhh que sonho! Seria tudo tudotudotututu... tudo de bom, rs”* (fã 4).

O fã através de uma explanação negativo do cantor, se comporta com posicionamento de defesa diante das críticas, relacionando o cantor como um ser humano comum sem exceções, capaz de agir de forma semelhante aos outros, pois apesar de sua ênfase no meio musical, e detentor de uma figura pública de destaque no meio *Gospel*, seu comportamento seria semelhante à de um “pecador”. Sendo assim, como todos os outros, errando, o artista também mereceria o perdão e o direito de ter novas oportunidades, conforme relatado: *“Amigos parem de julgá-lo ele é pecador. Todos nós erramos! Ele errou, mas agora esta pedindo perdão. Deus já o perdoou, e agora porque vocês não fazem a mesma coisa? Thalles, Deus te ama e eu também.”* (fã 5).

A referência ao cantor se pondera na questão da imagem sobre o setor midiático e no meio religioso influenciado pelo marketing, sua identificação com os fãs se remete a popularidade, onde sua imagem é configurada e propagada em torno do mercado *Gospel*. O cantor ganha seu destaque no círculo da mídia e do comércio, visto como celebridade dentre outros do meio “secular” na contemporaneidade. A declaração de seus fãs, expede uma visão de celebridade representada pelo cantor, em que se torna um “sonho” a aproximação ao ídolo, onde haveria uma veneração sobre o mesmo.

"Thalles, humildade sempre e soberba não! Acho que você meu irmão não irá ler esse meu comentário, mas eu gostaria de te dizer que sou filho de pastor também, nascido no evangelho e ministro do louvor em minha comunidade também. Só que a 4 anos atrás, eu havia desistido do evangelho, desistido da igreja e de tudo o que ela representa. Passei por crises terríveis em minha vida, e acabaram afetando tudo isso em mim. Mas no dia em que decidi me jogar no mundão, nas farras, bebidas, mulheres e tudo o que o mundo oferece, Deus usou seu testemunho dado em Alagoinhas, logo no início da sua carreira, para ministrar a Paz em minha vida, e através das duas palavras, Ele confirmou ao meu coração que Ele ainda me ama e que sempre me amará. E que a minha vida e todas as coisas que aconteceram estavam no controle dEle, e nunca abandonou a mim e a minha família. E assim, aquela decisão de jogar tudo pra cima e viver a vida com base nas concupiscências da minha própria carne, não durou pouco mais de 1 hora, e permaneci firme com Cristo e estou assim até hj. Eu oro pela sua vida, meu irmão. Para que o Senhor possa continuar te usando para a obra dele. Não posso julgar o que está em seu coração, mas eu acredito que você deve dar valor aos comentários dessas pessoas e de todas as outras que de alguma forma, tentam te ajudar e alertar, pois "na multidão de conselhos há sabedoria." Não estou aqui para lhe atacar, pois fizeram exatamente isso comigo a 4 anos atrás. Estou aqui, para te dizer que tenho orado por você, pela sua vida, sua mente, seu coração. Você é um instrumento de Deus nesse mundo! Não queira tomar o lugar do Maestro. Que Deus te ajude a voltar a essência do

evangelho, onde você não busque justificar seus desejos dizendo que são da vontade d'Ele. Lembre-se que Jesus andou com todos os tipos de pessoas erradas, mas Ele não fazia as coisas que elas faziam. Você não precisa cantar músicas "mundanas" e que não declarem ou proclamem o amor de Deus, para ganhar o mundo. Não precisa ser igual ao mundo!" (fã 6).

O testemunho declarado acima, relata a reflexão de um fã mediante ao comportamento do cantor em comparação com sua trajetória de vida, a qual se identificou com o mesmo. O fã faz uma advertência quanto à relação do cantor com a mídia, que tem gerado polêmicas acerca de sua imagem de altivez, determinados comportamentos "incorretos", de acordo com os princípios do evangelho a qual pronuncia. O fã fornece conselhos a Thalles Roberto e o atenta quanto aos comentários relatados em sua página, e que seu posicionamento tem sido demonstrado como auto-suficiente. A comercialização de seus produtos tem repercutido vários discursos em sua página do *Facebook*, também gerou vários comentários acerca de seu crescimento no mercado fonográfico e que se expandiu fora do país, devido a seus shows e grandes eventos pelo decorrer de sua carreira que alavancou o cantor, e o promoveu a uma celebridade muito acessada nas discussões da imprensa.

"Thalles pregue mais e viaje menos! A mídia subiu na cabeça infelizmente, vê se você vai lá naquele lugar do sertão que infelizmente eu não tenho todo o patrocínio de oportunidades que você tem! Para com este negócio de ficar falando no seus shows que você tem a melhor voz, pois acho que você se esqueceu de que a mão de Deus é perfeita, eu mesmo vi você falar dos cantores gospel, que eles mesmos te ajudaram e acolheram a sua família, isso eu vi e não estou inventando! Depois falar da palavra é feio isso, viu!" (fã7)

A questão da fama mencionada no comentário demonstra uma visão em que o cantor estaria se afastando dos princípios e que mídia tem influenciado de forma constante, onde o mesmo teria perdido sua essência e adquirido uma soberba de forma inflexível no comportamento visado. A postura cobrada pela fã remete a idéia da formação do cantor e de sua transformação em celebridade, tratando-se de um fenômeno do segmento evangélico, um ídolo que estaria sendo afeiçoado nos moldes seculares. A partir deste comentário, podemos analisar a questão da fama a qual se pondera a demanda midiática e das grandes gravadoras que tem seus estilos próprios e ênfase no mercado, em que muitas gravadoras geram influências nos cantores contratados no estilo de se vestir e de conduta de sua imagem para se propagarem e obter o sucesso desejado pelas promotoras musicais. Com isso, a fundação de grandes gravadoras possibilitou o desenvolvimento da carreira de grande parte dos cantores evangélicos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste (TCC) foi realizado um estudo com o intuito de fornecer uma gama de artifícios, a se pensar nas questões de auto-imagem do cantor Thalles Roberto lançada na mídia, suas referências designadas no âmbito capitalista e do sucesso. Percebe-se que neste fluxo há uma conjectura de se pensar a modelagem da fama em torno de um parâmetro religioso, em que podemos associar as questões psicológicas dos fãs e também da imagem do ídolo neste envolto.

Em virtude dos eventos mencionados, podemos analisar sobre a questão do sujeito envolvido em meio às novas tecnologias e nos círculos midiáticos e de que forma os mesmos são afetados por este âmbito, onde o objeto de estudo apresentado em destaque, sendo a formação de celebridade e os fãs em meio à música gospel e seus preceitos religiosos, nos remetem a pensar nas modificações sociais encontradas, não somente no sujeito envolvido nesta massa, mas no cantor celebridade em evidência apontada nesta apreciação, como o Thalles Roberto. Os mesmos se encontram submergidos, mediante a uma tensão que gira em torno da formação do cantor Thalles Roberto, em sua constituição como celebridade, apresentando a maneira de se pensar na necessidade da Psicologia, em explorar este fenômeno, fornecendo uma breve apreciação quanto à subjetividade em torno desta relação midiática na contemporaneidade.

Pela observação dos fatos analisados e por ser uma primeira aproximação com o tema abordado, há uma pretensão de se prosseguir com este estudo de forma a ampliar o campo de análise na Psicologia, de forma mais detalhada sobre o impacto social gerado, explorando os fenômenos responsáveis no comportamento dos sujeitos envolvidos, no qual, estão submersos no campo midiático e os artifícios de identificação e composição da imagem da celebridade.

## REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

ADORNO, Theodor W. **A televisão e os padrões da cultura de massa**. In: ROSENBERG, B. e WHITE, D. (org.). Cultura de massa: as artes populares nos EUA. Tradução de Octavio Mendes Cajado. São Paulo: Cultrix, 1973. p. 546-652.

\_\_\_\_\_. **(1944/1947) Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

\_\_\_\_\_. **Indústria Cultural**. In: Theodor W. Adorno. Tradução de Flávio Kothe. São Paulo: Ática, 1986, p. 92-99. (Coleção Grandes Cientistas Sociais)

AQUINO, Thiago Antônio Avellar de et al. **Atitude religiosa e sentido da vida**: um estudo correlacional. Psicologia ciência e profissão 2009, vol.29, n.2, pp. 228-243. Disponível em:<<http://www.scielo.br/pdf/pcp/v29n2/v29n2a03.pdf>> Acesso em: 25 set. 2015.

ASSUNÇÃO, R.S.; Matos, P.M. **Perspectivas dos adolescentes sobre o uso do Facebook**: um estudo qualitativo. Rev. Psicol. estud. vol.19 no.3 Maringá, 8(8), 2014.

BAGGIO, Sandro. (2005), **Música cristã contemporânea**: Um avivamento musical em nossos dias. São Paulo: Ed. Vida.

COELHO, Maria Claudia Pereira. **A experiência da fama**: individualismo e comunicação de massa. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1981.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COELHO, Teixeira. **O Que é Indústria Cultural**. Coleção Primeiros Passos, vol 08, São Paulo, Editora Brasiliense, 20ª ed., 2003.

DA POIAN, C. **O desamparo e a questão dos ideais**. Desamparo. Cadernos de Psicanálise, Rio de Janeiro, ano 20, n. 12. p. 133-140, 1998.

DE MOURA PAEGLE, Eduardo Guilherme. **A música gospel como padrão de sucesso**: uma análise de duas canções vitoriosas no Troféu Promessas 2012.

DOLGHIE, Jacqueline Ziroldo. **A Igreja Renascer em Cristo e a consolidação do mercado de música gospel no Brasil**: uma análise das estratégias de marketing. In: Ciências Sociales y Religion. Porto Alegre, ano 6, n. 6, out. 2004.

\_\_\_\_\_. **A Renascer em cristo e o mercado de música gospel no Brasil**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2002.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

FREUD, S. **Psicologia das massas e análise do eu**. In: Obras completas de Sigmund Freud; trad. Dr. I. Izecksohn. Rio de Janeiro: Delta, s.d. p. 7-105. v.9 (1920-1923).

FRESTON, Paul. **Nem anjos nem demônios: interpretações sociológicas do pentecostalismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

LE BON, G. (1995) **Psychologie des foules**. 5° ed. , Paris, PUF (Trabalho originalmente publicado em 1895).

MAFRA, Clara. **Os Evangélicos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

MENDONÇA, Joêser de Sousa. **O evangelho segundo o gospel: mídia, música pop e neopentecostalismo**. Revista do Conservatório de música da UFPel. Pelotas, nº1, 2008, p.220. Disponível em: <<http://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/RCM/article/view/2442/2289>>. Acesso em: 12 out.2015.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: neurose**. 9.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre. Sulina. 2009.

SCHLEMMER, E. Prefácio. In: PORTO, C., and SANTOS, E., orgs. **Facebook e educação: publicar, curtir, compartilhar** [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2014, pp. 9-13. ISBN 978-85-7879-283-1. Available from Scielo Books.

WEISS, Raquel Andrade. "Durkheim e as formas elementares da vida religiosa". **Debates do NER**. Porto Alegre. Vol. 13, n. 22 (jul./dez. 2012), p. 95-119 (2012).