**A LIBERDADE DA MÚSICA CATÓLICA APÓS O CONCÍLIO VATICANO II E A SUA EXPANSÃO NAS PLATAFORMAS DIGITAIS**

**Resumo**

A música católica teve sua modificação histórica a partir de uma série de conferências realizadas entre os anos de 1962 e 1965 conhecida como Concílio Vaticano II e considerado o grande marco da Igreja Católica no Século XX. Isso possibilitou novas maneiras de evangelizar, de acordo com os costumes e valores de cada comunidade. Com o advento da internet, a música católica vem ganhando seu espaço e caminhando com as novas mudanças do cenário comercial fonográfico. Isso permite novas maneiras de consumo e de evangelização, contribuindo com o que a Igreja chama de Marketing Católico. Baseando-se em uma pesquisa bibliográfica, o presente artigo irá evidenciar todas as mudanças ocorridas após o encontro que foi responsável por modernizar as doutrinas da Igreja Católica. Esta pesquisa tem como objetivo observar o quanto o segmento evoluiu com as novas plataformas e como ele se consolidou no mercado após as mudanças decretadas no encontro.

**Palavras-chave:** Música Católica; Concílio Vaticano II; Plataformas Digitais.

**ABSTRACT**

Catholic music had its historical change from a series of conferences held between 1962 and 1965 known as the Second Vatican Council and considered the great landmark of the Catholic Church in the 20th century. This enabled new ways to evangelize, according to the customs and values ​​of each community. With the advent of the internet, Catholic music has been gaining its space and walking with the new changes in the phonographic commercial scene. This allows for new ways of consumption and evangelization, contributing to what the Church calls Catholic Marketing. Based on a bibliographic search, this article will highlight all the changes that occurred after the meeting that was responsible for modernizing the doctrines of the Catholic Church. This research aims to observe how much the segment has evolved with the new platforms and how it has consolidated itself in the market after the changes enacted at the meeting.

**Keywords:** Catholic music; Vatican Council II; Digital Platforms.

# **INTRODUÇÃO**

O Concílio Vaticano II foi uma série de conferências realizadas entre os anos de 1962 e 1965 e foi considerado o grande marco da Igreja Católica no Século XX. O objetivo do encontro era modernizar a Igreja e atrair os cristãos que, por algum motivo, estavam afastados da religião. Para as conferências, o Papa João XXIII fez um convite a bispos de todo o mundo para diversos encontros, debates e votações no Vaticano. Os assuntos discutidos abordavam rituais da missa, deveres de cada padre, liberdade religiosa e a relação da Igreja com os fiéis de acordo com os costumes da época.

Em decorrência desse encontro, a Música Católica sofreu grandes alterações e passou a ser proferida de acordo com os costumes e a língua do povo. A partir da não obrigatoriedade do latim nas celebrações, viu-se a necessidade de produzir novas canções para que, cada país pudesse evangelizar de acordo com sua língua mãe, passou-se dessa forma a atribuir a língua vernácula às canções.

 Com o objetivo de atrair o maior número de fiéis, a música católica se adapta e vem passando por um período de expansão em sua veiculação e objetivo evangelizador. Com essa evolução, grandes bandas vêm surgindo nas paróquias e se expandindo nas diversas plataformas disponíveis para o lançamento de seus projetos. Prova disso, são os números de gravadoras que, de forma empreendedora e visionária, limitam seus trabalhos e objetivos neste nicho.

Em uma data não tão distante, a Música Católica se consolidava no mercado musical com a comercialização de CDs e DVDs. Segundo os dados da Associação Brasileira de Produtores de Disco (ABPD), no ano de 2012, dos vinte CDs físicos, nacionais e internacionais, mais vendidos, cinco eram de músicas religiosas, o terceiro lugar era ocupado por “Ágape amor divino (ao vivo)”, de Padre Marcelo Rossi. Contudo, o mercado da música digital entrou com força e forneceu novas demandas para a indústria cultural.

Mercadologicamente falando, a música católica pertence ao segmento de uma indústria cultural, voltado ao chamado “mercado da fé”. O gênero já se tornou um produto comercial, onde artistas vendem seus shows para comunidades e eventos católicos. Além disso, as mídias sociais vem sendo ótimas contribuintes para que essas canções cheguem ao seu público-alvo.

 Há também o conceito de trabalhar as mídias musicais católicas com estratégias de marketing digital para que o ouvinte seja evangelizado por meio da web. Essa introdução da indústria musical na internet, fez com que a música católica também se reinventasse, tornando-se presente em serviços de streaming como o Spotify, ou de vendas digitais como o Itunes.

 Dessa forma, o objetivo deste estudo é observar o quanto a música católica evoluiu com as novas plataformas e como ela se consolidou no mercado após as mudanças decretadas no Concílio Vaticano II. Além disso, o intuito é mostrar não somente sua evolução em técnicas musicais, mas o quanto sua evolução impactou questões culturais e até mesmo a forma de conduzir a liturgia das celebrações eucarísticas.

Baseando-se em uma pesquisa bibliográfica, o artigo irá evidenciar todas as mudanças ocorridas após o encontro que foi responsável por modernizar as doutrinas da Igreja Católica.

O presente estudo não se limitou em apenas teorizar as mudanças da música católica, mas também analisou seu mercado enquanto nova proposta para a comercialização musical do país, alcançando assim seus objetivos. Contatou-se, então, que a música católica se transformou em um potencial mercadológico após o Concílio Vaticano II e os avanços das plataformas digitais.

# 1.1 Referencial Teórico

##  1.1.1 A Música Católica

O termo música é originado do grego *μουσική τέχνη - musiké téchne*, a arte das musas. Essas personagens eram as responsáveis por inspirar os artistas e poetas em suas obras de arte, segundo sua mitologia. Dessa forma, a música pode ser definida como uma arte que se constitui de combinar diversos sons e ritmos, seguindo uma pré-organização ao longo do tempo. Dessa forma, a música tornou-se um meio de comunicação universal. Ela sempre esteve presente, antes mesmo da chegada humana ao ambiente terrestre.

A música em suas diversas ramificações é responsável pelo gosto harmônico e cultural de cada grupo social, como é o caso da música cristã, que será estudada nesta obra.

Desde a História da Música Ocidental a música cristã já se faz presente. Ao longo dos séculos, a música desempenha um papel de extrema importância para a Igreja. Desde a Igreja primitiva até os dias atuais que possuem sua modernidade, a música tem sido usada pelos cristãos em suas reuniões e liturgias. Esse conhecimento da história da Igreja Católica contribui para entender as transformações históricas da música, dos comportamentos, ideologias e crenças do povo cristão.

A música sacra é considerada a “mãe” da Música Cristã atual. Em tempos modernos, a música cristã acolhe ritmos que antes eram abolidos pela Igreja, como o rock e o pop. Para ser sacra, a música precisa, necessariamente, possuir um significado espiritual. Sendo assim, se um religioso produzir uma canção sem essa aura, ou seja, sem se basear nas mensagens definidas na bíblia ou pelos dogmas religiosos, independentemente de ser ou não tocada dentro de um templo, igreja ou salão ela não pode ser definida como música sacra.

Com todas as restrições impostas pela Igreja na construção de músicas sacras e litúrgicas, um encontro idealizado pelo papa João XXIII, conhecido pela Igreja como Concílio Vaticano II, foi o grande responsável pela modernização do que mais tarde seria chamada de música católica.

## 1.1.2 As mudanças da Igreja após o Concílio Vaticano II

O evento da Igreja Católica conhecido como Concílio Vaticano II foi uma sucessão de conferências realizadas entre os anos de 1962 e 1965. O encontro que foi considerado um dos maiores eventos da Igreja Católica no século 20 possuía o intuito de modernizar a Igreja e atrair a parcela de cristãos que se viam afastados da religião.

João XXIII, o então papa da Igreja Católica, convidou bispos de todo o mundo para uma série de encontros, debates e votações no Vaticano. Os assuntos abordados variavam entre: rituais litúrgicos, comportamento e deveres de sacerdotes, liberdade religiosa e a relação da Igreja com os fiéis e os costumes da época.

Segundo Navarro (2018):

O Concílio tocou em temas delicados, que mudaram a compreensão da Igreja sobre sua presença no mundo moderno. Foram repensadas, por exemplo, as relações com as outras igrejas cristãs, o judaísmo e crenças não-cristãs” (apud VASCONCELOS, 2011)

O Concílio Vaticano II resultou na promulgação de 16 documentos. Além disso, diversos ineditismos surgiram, como as questões teológicas e a hierarquia da Igreja. Umas das principais mudanças foi a divisão de poder do papa com seus cardeais e a celebração de missas na língua vernácula.

Em resumo, a conferência que durou três anos gerou transformações profundas na Igreja:

As missas que antes eram rezadas em latim e com o padre voltado para o altar, de costas para os fiéis, passou a ser rezada no idioma de cada país (língua vernácula) com o celebrante de frente para o público; O mesmo conceito serviu para as músicas litúrgicas, que passaram a ser entoadas em língua vernácula.

O Sexo continuou sendo uma doutrina rígida. O ato só pode ser realizado depois do casamento. Igreja continua condenando o aborto, mesmo em caso de estupro;

Antes do concílio o relacionamento com outras religiões era visto com desconfiança em relação aos ensinamentos de religiões não cristãs (islamismo, judaísmo, etc.). Após a conferência foi aceita a ideia de que é possível conhecer Deus e a salvação por meio de outras religiões;

Aceitava-se santos criados pela crença, sem a canonização. Com o concílio os “Santos” não-canonizados são abolidos. Cristo volta a ser o centro das atenções na missa;

Nas doutrinas passadas o sacerdote seguia a obrigatoriedade da batina e do celibato (proibição do casamento e do sexo). No pós-concílio os sacerdotes podem usufruir de trajes sociais, mas ainda devem prestar obediência ao celibato;

Antes do concílio a Igreja condenava o capitalismo e se esforçava para evitar a “contaminação” do catolicismo por ideias comunistas. Na nova promulgação, a Igreja continua condenando o capitalismo e o comunismo, mas aumenta um pouco a liberdade dos teólogos para interpretar a Bíblia

## 1.1.3 O mercado da música católica

Com as novas tecnologias, o consumo e a distribuição da música foram democratizados fazendo com que determinados negócios consigam gerar rendimentos em diferentes agremiações.

A indústria da música está se transformando. O decrescimento da mídia física, devido ao surgimento das mídias digitais e o enfraquecimento da demanda de grandes gravadoras sãos as principais causas.

O mercado musical acompanhou com surpresa o rápido surgimento de plataformas e sites acessíveis respectivamente nas áreas de produção e distribuição. Essas transformações tecnológicas no campo da música trouxeram novas possibilidades para o músico independente construir sua carreira. São novas ferramentas que exigem conhecimentos específicos, o que demanda que os músicos se adaptem a uma nova realidade de acúmulo de funções além das tarefas criativas que são próprios do seu ofício (HRACS, 2012).

Dessa forma, o mercado da música católica, analisando as necessidades de seu público e usando a oportunidade para atrair mais fieis, vem se modernizando e utilizando as plataformas digitais para propagar os artistas que vivem de canções religiosas. Por ser um canal de comunicação com o público, a evangelização torna-se mais direcionada, gerando não somente ações religiosas, mas demanda de serviço para diversas empresas e profissionais.

Com essa evolução, grandes bandas vêm surgindo nas paróquias e se expandindo nas diversas plataformas disponíveis para o lançamento de seus projetos. Prova disso, são os números de gravadoras que, de forma empreendedora e visionária, limitam seus trabalhos e objetivos neste nicho.

Em uma data não tão distante, a Música Católica se consolidava no mercado musical com a comercialização de CDs e DVDs. Segundo os dados da Associação Brasileira de Produtores de Disco (ABPD), no ano de 2012, dos vinte CDs físicos, nacionais e internacionais, mais vendidos, cinco eram de músicas religiosas, o terceiro lugar era ocupado por “Ágape amor divino (ao vivo)”, de Padre Marcelo Rossi. Contudo, o mercado da música digital entrou com força e forneceu novas demandas para a indústria cultural.

Mercadologicamente falando, a música católica pertence ao segmento de uma indústria cultural, voltado ao chamado “mercado da fé”. O gênero já se tornou um produto comercial, onde artistas vendem seus shows para comunidades e eventos católicos. Além disso, as mídias sociais vem sendo ótimas contribuintes para que essas canções cheguem ao seu público-alvo.

 Há também o conceito de trabalhar as mídias musicais católicas com estratégias de marketing digital para que o ouvinte seja evangelizado por meio da web. Essa introdução da indústria musical na internet, fez com que a música católica também se reinventasse, tornando-se presente em serviços de streaming como o Spotify, ou de vendas digitais como o Itunes.

## 1.1.4 O Marketing Católico

O marketing católico é um conceito criado para poder divulgar as ações mercadológicas da Igreja Católica. De uma forma mais ampla, o intuito do conceito é promover, difundir e incentivar a utilização das técnicas de Marketing e Comunicação entre as instituições de denominação católica.

A expressão “marketing católico” há alguns anos atrás, soaria como blasfêmia. Mas os tempos mudaram, as necessidades mudaram e a solução delas também. Visto que essa era uma das maiores necessidades para atrais os fiéis, foi criado um instituto de marketing católico de abrangência nacional.

De acordo com o Estatuto do IBMC (Instituto Brasileiro de Marketing Católico) o conceito tem por finalidade prestar assessoria especializada à Igreja Católica nas Dioceses, Paróquias, Instituições Religiosas e Sociais.

Segundo Kater (1996) a proposta de um marketing católico se justifica na própria razão de ser do marketing: "descobrir o que leva o ser humano a sentir-se motivado por alguma causa, por algum ideal, por algum objetivo, e a lutar por isso. Para Kater, o marketing sendo trabalhado de maneira adequada dentro das instituições católicas resolverá, de forma satisfatória, o problema da evasão dos católicos e a falta de motivação entre os fiéis.

Aproveitando a demanda, a música católica entra neste setor do marketing católico com a mesma proposta: trazer mais fiéis para a Igreja Católica. Essa visão de consumo, muitas vezes criticada pela Igreja, é trabalhada com atenção, focando especialmente no foco principal, a evangelização.

## 1.1.5 A música católica nas Plataformas Digitais

Uma plataforma nada mais é do que um modelo de negócios que utiliza a tecnologia com o intuito de conectar pessoas e promover interações. Ou, em linguagem comercial, as plataformas visam otimizar ao máximo o encontro da demanda com a oferta. (SALTARELLI, 2018)

Para conseguir estabilidade na rede, as plataformas possuem infraestrutura adequada, na maior parte das vezes com *cloud computing*[[1]](#footnote-1)e utilizando recursos de *Big Data*[[2]](#footnote-2), permitindo assim que as informações que chegam ao público sejam possíveis e, sobretudo, relevantes.

De acordo com a contextualização de Rogers (2017) a ideia de plataformas como modelos de negócios, originou-se das teorias econômicas de mercados bilaterais, nos quais um negócio serve a dois tipos diferentes de clientes que também dependem um do outro.

Trazendo para o mercado musical, é nítido o quando essas plataformas e algoritmos da internet possibilitam a facilidade e assertividade no consumo de músicas. Anteriormente, ter acesso a uma música era luxo. Hoje a modernidade permite que você tenha acesso a qualquer tipo de produto musical por meio da evolução da internet e de suas inúmeras plataformas.

A música tornou-se um conteúdo de forte demanda nas tecnologias digitais, tanto em dispositivos portáteis como nos meios de comunicação tradicionais (rádio, Tv). Com essa modernidade, a música nunca esteve tão acessível, mas também jamais foi tão difícil estabelecer o seu valor de troca, num mercado de bens simbólicos hoje caracterizado pela super oferta de bens e serviços culturais.

Além disso, esse marco permitiu novas profissões articuladas a este setor, várias delas ligadas às novas tecnologias e novas formas de comunicação. Toda essa modificação, causou uma série de transformações na forma de produzir os negócios da música. Essa reorganização impactou desde a pré-produção (fabricação de instrumentos, equipamentos de som e gravação); a produção (composição, estúdios, técnicas de gravação, mixagem, masterização etc.); a distribuição (logística, divulgação/promoção, em rádio, TV, internet, shows); a comercialização (lojas e outros pontos de vendas como: supermercados, livrarias, bancas, serviços de download pago) e consumo (via streaming, rádio, TV, internet, shows, teatros, festas, bares, casas noturnas, estabelecimentos comerciais etc.). Dessa forma, é perceptível o quanto a música se adequa aos diferentes tempos e espaços.

Trazendo pelo lado da música católica, a modernidade permitiu uma abrangência na criação e comercialização deste conteúdo. Inúmeras bandas e artistas deram impulsionamento a seus trabalhos por meio de divulgações realizadas nas plataformas digitais. Além da facilidade, as redes contribuem para o reconhecimento mais rápido, fomentando o mercado e contribuindo com a evangelização em massa.

Outro ponto é a criação de agências e produtoras especializadas em atender a música católico e os produtos gerados por ela. Sabemos que, a música além de ser um produto fonográfico, gera outros tipos de produtos, sejam eles tangíveis ou intangíveis. Pode-se, portanto, afirmar que a música católica está ganhando seu lugar no mercado graças ao advento das plataformas digitais, permitindo que os produtores deste nicho sejam reconhecidos por meio das redes.

# Considerações Finais

O estudo foi desenvolvido com a proposta de apresentar as mudanças realizadas na música sacra e católica após as decisões do Concílio Vaticano II ocorrido entre os anos de 1962 e 1965. Este projeto possui o intuito de colaborar com o reconhecimento da música católica e seu avanço durante as modificações da sociedade e da modernização humana. Espera-se com este artigo facilitar o estudo do protagonismo da música religiosa e de sua atuação nas novas plataformas desenvolvidas de acordo com o advento da internet. De uma forma geral, o estudo irá evidenciar as novas maneiras de comercialização musical e como as novas mídias contribuem para a fidelização dos fiéis e com a evangelização por meio das palavras de fé contidas nas composições. O presente artigo não se limitou em apenas teorizar as mudanças da música católica, mas também analisou seu mercado enquanto nova proposta para a comercialização musical do país, alcançando assim seus objetivos. Contatou-se, então, que a música católica se transformou em um potencial mercadológico após o Concílio Vaticano II e os avanços das plataformas digitais.

**REFERÊNCIAS**

LIBANIO, João Batista. **Concílio Vaticano II:** Em busca de uma primeira compreensão. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=7PLQpuXfspsC&oi=fnd&pg=PA9&dq=conc%C3%ADlio+vaticano+II&ots=ZVaszm4Q6e&sig=T7eG2IeF7iK6Lug6tlnLtTbmFFc#v=onepage&q=conc%C3%ADlio%20vaticano%20II&f=false/ Acesso em 03 abr. 2020.

MARQUES, Luís Henrique. **Marketing católico:** Resposta a concorrência pentecostal. Disponível em: https://prof-luis-marques.webnode.com/\_files/200000061-382d43a213/Artigo-Marketing%20Cat%C3%B3lico%20resposta%20%C3%A0%20concorr%C3%AAncia%20pentecostal.pdf/ Acesso em 15 abr. 2020.

OLIVEIRA, Marcio Pizza. **As transformações do Mercado Musical e as Plataformas de Crowdfunding e Licenciamento Musical**. Disponível em: https://www.publionline.iar.unicamp.br/index.php/sonora/article/view/740/972/ Acesso em 15 abr. 2020.

SUPER ABRIL**. O que foi o Concílio Vaticano II?** Disponível em: https://super.abril.com.br/mundo-estranho/o-que-foi-o-concilio-vaticano-ii/ Acesso em 05 abr. 2020.

ROCK CONTENT. **Plataformas digitais:** o que é e como as grandes empresas do mundo utilizam? Disponível em: https://inteligencia.rockcontent.com/plataformas-digitais/ Acesso em: 15 abril. 2020.

1. Cloud computing, conhecida também como computação em nuvem, é uma tecnologia que usa a conectividade e a grande escala da Internet para hospedar os mais variados recursos, programas e informações. [↑](#footnote-ref-1)
2. É uma ferramenta inserida no contexto da Era da Informação que permite aos negócios maior capacidade de tomar decisões acertadas e definir o melhor caminho a seguir. [↑](#footnote-ref-2)