

# Deus e o Diabo na perspectiva do Pato Fu: Análise sobre as injunções religiosas e sociais na obra da banda mineira

*God and the Devil in the perspective of Pato Fu: Analysis of religious and social injunctions in the Minas Gerais band's work*

## Liliane Maria Macedo Machado

Graduação em Jornalismo pela UFG (1987). Mestrado e doutorado em História pela UnB (2006). Como professora adjunta da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, desenvolve estudos concernentes aos seguintes temas: comunicação e cidadania, comunicação e legislação, jornalismo e sociedade, cinema e estudos feministas e de gênero. E-mail: profliliane@globo.com.

Submetido em 19/08/2016  
Aceito em 26/10/2016

## Djenane Arraes Moreira

Mestre pelo programa de pós-graduação da Faculdade de Comunicação Social da Universidade de Brasília. Graduada em Comunicação Social com habilitação em jornalismo pela Universidade Católica de Brasília. Pesquisa cultura pop, jornalismo em quadrinhos e jornalismo de guerra. E-mail: djenanearraes@gmail.com.

## Amanda Wanderley de Azevedo Ribeiro

Mestre em Comunicação pela Universidade Católica de Brasília. Especialista em Estado e Sociedade Civil pela Universidade de Brasília e em Projetos pela Fundação Getúlio Vargas. Hoje atua como analista de comunicação da Província Marista Brasil Centro-Norte. Tem especial interesse em pesquisa sobre cultura organizacional, comunicação estratégica, comunicação e religiosidade e educação. E-mail: amandribeiro@gmail.com.

## DOSSIÊ

### RESUMO

Este artigo tem como propósito a análise de como a banda Pato Fu subverte conceitos a respeito da religiosidade para a construção de um discurso ateu sobre caridade e amor ao próximo. Escolhemos como corpus as canções Deus, Uh Uh Uh, La La La, Lé Lé!, e Ninguém Mexe com o Diabo. Também faremos alusão às músicas Capetão 66,6 FM, O Peso das Coisas (Maria e Gabriel), O Amor em Carne e Osso e Sorte e Azar. Utilizaremos como metodologia a análise de discurso da massa folhada, cujos pressupostos se baseiam na Análise de discurso francesa. Pato Fu está no cenário do pop rock nacional há quase 25 anos, período em que já emplacou diversos sucessos, bem como prestígio por parte da crítica especializada. Observamos que as letras estabelecem linha narrativa e discurso religioso que passeiam entre o anarquista e o agnóstico, com menção a ações de transformação social. Ademais, desconstruem a visão majoritária de religiões do Ocidente, que apregoam a existência de um Deus salvador.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cultura pop; Música; Pato Fu; Religiosidade; Crítica social.

### ABSTRACT

This article aims to analyze how the band Pato Fu subverts concepts regarding religion for the construction of an atheist discourse on charity and love the neighbor. We choose as corpus the songs Deus, Uh Uh Uh, La La La, Lé Lé!, e Ninguém Mexe com o Diabo. We will also make reference to Capetão 66,6 FM, O Peso das Coisas (Maria e Gabriel), O Amor em Carne e Osso e Sorte e Azar. We will use as methodology discourse analysis of massa folhada, whose assumptions are based on the French discourse analysis. Pato Fu's in the national pop rock scene for almost 25 years, a period which it has already spawned several hits and prestige by the critics. We note that the lyrics set story line and religious discourse that move between the anarchist and the agnostic, mentioning the actions of social transformation. Moreover, deconstruct the majority view of the Western religions, who claim the existence of a savior God.

**KEYWORDS:** Pop culture; Music; Pato Fu; Religiousness; Social criticism.

## 1. Introdução

O tema da religiosidade está presente no repertório do cancionário popular brasileiro e surge com frequência tão expressiva quanto os temas sobre amor e sexualidade. Mesmo entre gêneros musicais que, supostamente, não têm relações com manifestações religiosas, é possível perceber a presença do tema, por meio de referências que envolvem a relação com o sagrado. Há um dito popular que diz que “o diabo é o pai do rock”, o que leva bandas do *heavy metal*, como a britânica Black Sabbath, a se utilizarem de referências ao demônio em seu nome, no logotipo – um diabo alado com uma estrela na palma da mão –, e em várias canções. A religião, ao lado do engajamento social, são temas destacados no *reggae* jamaicano, sobretudo no repertório de Bob Marley, que cantava e vivia a filosofia *rastafari*.

No Brasil, mais comumente, observamos a alusão aos cultos afros e católicos. Dorival Caymmi e Zeca Baleiro, por exemplo, são conhecidos pela autoria de canções que remetem à umbanda e ao candomblé. O catolicismo, por sua vez, aparece em sambas-canções, como *Ave Maria*, de Vicente Paiva e Jaime Redondo, assim como em hinos sertanejos, tais como *Romaria*, de Renato Teixeira. Fenômeno mais recente, a música gospel, de inspiração estadunidense, foi incorporada no repertório das igrejas neo-pentecostais.

Mas, como em outros países, no Brasil o tema da religiosidade há muito extrapolou as fronteiras de gêneros musicais mais tradicionais para ser abarcado pelas bandas de rock, caso do Pato Fu. A banda mineira de pop-rock alude diretamente à figura de Jesus Cristo na última faixa do disco *Rotomusic de Liquidificapum*, intitulada *O Amor em Carne Osso*, que é uma referência ao amor encarnado - como Jesus Cristo também é conhecido na cultura popular. Trata-se de uma guitarra distorcida com a vocalista e compositora Fernanda Takai lendo pausadamente os versos.

De acordo com o pesquisador brasileiro Luiz Mauro Sá Martino (2015), a cultura pop e a religião, duas forças aparentemente antagônicas, se entrelaçam dentro do ambiente midiático. É uma interação que pode ser observada tanto nos discos produzidos por padres artistas, e também em propagandas que transmitem determinada mensagem apropriando-se de símbolos religiosos, por exemplo.

A religião é sempre sentida e praticada dentro de um contexto cultural específico, articula-se com o ambiente contemporâneo saturado pela cultura pop. Por seu turno, essa mesma cultura pop, em suas diversas modalidades, se apropria continuamente de temáticas, símbolos e práticas religiosas como fios da trama e de suas significações. (Ibidem, p. 59)

O Pato Fu apropria-se do tema da religiosidade em canções que integram parte do repertório dos discos produzidos em estúdio. Contabilizamos, pelo menos, dez que fazem referências às religiões e suas mitologias. Tais canções vão da galhofa, como é o caso de *Capetão 66.6 FM*, às críticas sociais mais contundentes, caso de *Uh Uh Uh, La La La, lé lé!*. Existem também aquelas nas quais o tema não é explicitado nas letras, entretanto, está presente nos projetos audiovisuais, como os videoclipes. Este é o caso, por exemplo, da música *Sorte e Azar*: apesar de a letra não fazer qualquer referência às religiões ou expressões religiosas, o videoclipe apresenta imagens de Jesus Cristo e outras referências à mitologia cristã.

Este artigo tem como objetivo empreender a análise de discurso de canções do Pato Fu que tem a religião como tema. Utilizaremos como método a leitura interpretativa em massa folhada, desenvolvida pelo pesquisador brasileiro Sérgio Dayrell Porto (2010), com enfoque nas leituras parafrástica e argumentativa, a qual se baseia nos pressupostos da Análise de discurso francesa<sup>1</sup>. Como *corpus*, escolhemos as canções *Deus* (Ruído Rosa – 2000), *Uh Uh Uh, La La La, lé lé!* (*Toda Cura Para Todo Mal* – 2005), e *Ninguém Mexe com o Diabo* (*Não Pare Pra Pensar* – 2014). Também faremos alusão às seguintes canções da banda que tem a religiosidade como tema: *Capetão 66,6 FM*, *O Peso das Coisas* (*Maria e Gabriel*), *O Amor em Carne e Osso* e *Sorte e Azar*. A análise abarcará ainda as capas de discos e os videoclipes referentes às canções escolhidas.

A princípio, supomos que as canções de Pato Fu que nos propomos analisar usam a religião para realizar discussões de natureza social. Aparentemente, John Ulhoa, o principal compositor da banda, associa a figura do menino de rua à do Deus cristão, e afirma que, para ajudar ao próximo, não é preciso acreditar em profetas ou em seres superiores. Ele, ainda, usa a figura do diabo como metáfora para o sentimento de impotência acerca da transformação social. São observações que nos levam à seguinte

1 Adotamos por análise do discurso o conceito trazido por Dominique Maingueneau (2004, p. 12), em que a AD não apreende nem a organização textual em si mesma, nem a situação de comunicação, mas procura associá-la intimamente. O texto é um gênero de discurso que está inserido no lugar social do qual emerge, o canal por onde passa, o tipo de difusão que implica, etc.

pergunta: como o Pato Fu subverte conceitos a respeito da religiosidade – especialmente da cultura cristã –, para a construção de um discurso ateu sobre caridade e amor ao próximo?

Entendemos que as canções, além de expressões pessoais dos autores, também podem ser apreendidas como construtos culturais que expressam questões relevantes para uma dada sociedade. Elas promovem crenças, advogam por condutas sociais e, em decorrência da agilidade com que circulam, têm grande poder de impactar os imaginários sociais.

O Pato Fu é uma banda de carreira sólida e consistente que faz parte da história da música brasileira e está inserido no contexto da cultura midiática. Segundo Douglas Kellner, a melhor forma de estudar a cultura midiática é a partir dos fenômenos concretos gerados por ela. “Essa cultura deve ser interpretada e contextualizada de modos diferentes dentro da matriz dos discursos e das forças sociais concorrentes que a constituem.” (Kellner, 2001, p. 27). Kellner convida-nos a deixar preconceitos e axiomas de lado, priorizando-se uma postura crítica e atenta aos produtos culturais midiáticos, como filmes e músicas.

## 2. A cultura pop

A cultura pop, de acordo com Jeder Janotti Junior, pode ser compreendida em suas diversas nuances, como

Termo criado pela crítica cultural inglesa da década de cinquenta para tentar demarcar, e até certa medida desqualificar como efêmero, o surgimento do rock’n’roll e o histrionismo da cultura juvenil que ali emergia. (...) Como uma membrana elástica, o pop remodela e reconfigura a própria ideia de cultura popular ao fazer propagar através da cultura midiática expressões culturais de ordem diversas como filmes, seriados, músicas e quadrinhos. A compreensão inicial desses fenômenos como o pop já atesta uma das contradições adensadas dessas vivências culturais: de um lado seu aspecto serial, a produção massiva, de outro, o modo como os produtos pops servem para demarcar experiências diferenciadas através de produtos midiáticas, que nem por isso deixam de ser populares. (Janotti Junior, 2015, p. 45)

Cultura pop é cultura de massa por excelência. Sobre o que é massa, adotamos as explicações do sociólogo canadense John B. Thompson (2013, p. 51): massa não se trata de quantidade, mas de pluralidade. É verdade que esta mesma pluralidade só é possível por meio de um meio tecnológico (midiático) que leve a mensagem de um para muitos.

Stuart Hall (2009) comenta três definições atribuídas para cultura popular. Uma delas é o que ele chama de senso comum, que considera cultura popular como algo em que as massas consomem, no sentido comercial do termo, e apreciam. A segunda definição é a descritiva, em que a cultura popular é entendida como todas as coisas que o povo faz ou fez. É o sentido que se aproxima do sentido antropológico do termo: cultura são os valores, os costumes e mentalidades do povo, é o que o caracteriza. A terceira definição – que mais agrada Hall –, é o que ele chama de definição incômoda. Esta considera as formas e atividades de acordo com a época e com as condições sociais e materiais encontradas nas diferentes classes: são as tensões contínuas de relação do que se considera cultura popular e cultura dominante.

Hall refuta a primeira por ser radical quando considera que tudo que é estabelecido dentro da indústria cultural é algo alienante, que faz as pessoas consumirem em estado de “falsa consciência”. “A ideia do povo como uma força mínima e puramente passiva constitui uma perspectiva profundamente antissocialista” (Hall, 2010, p. 237). A definição descritiva é criticada por ser ampla demais e que diz muito pouco: quase tudo produzido pelo povo pode ser entendido como cultura popular. Hall argumenta que o princípio estruturador do popular – as tensões e oposições entre cultura dominante e periférica –, não podem ser analisadas em termos descritivos. A definição incômoda é um avanço em relação às demais justamente por observar o processo pelo qual as relações de domínio e subordinação são articuladas.

É preciso ressaltar que a cultura popular a qual Hall refere-se não diz respeito, necessariamente, à cultura midiática, assim como o pop não é sinônimo de popular. Baseado nos conceitos aqui discutidos, o pop tem por características: ser um produto, ter apelo midiático e grande circulação, ter espírito jovem (sem necessariamente ser juvenil ou ser produto de um jovem) e ser cosmopolita. A partir do que observa Hall, ele está inserido em um contexto de tensões econômicas, sociais e políticas que são relevantes ao analisar uma obra e os sentidos gerados a partir dela.

Nem tudo é cultura pop, mas virtualmente tudo pode ser enquadrado dentro dela. A religião,

por exemplo. Martino (2015) teorizou que a indústria cultural abraçou a religião, ou vice-versa, no momento em que o primeiro padre ou pastor foi à rádio para falar com seus fiéis, e a cultura pop a engoliu quando Jesus foi parar nos salões de dança. Isso quer dizer que é possível ver a religiosidade em discursos diversos: na propaganda da *Nike*, nos gritos guturais do metal, na simbologia presente em *Matrix*, *Star Wars* e *Harry Potter*, no clipe da Madonna, dentre outros produtos midiáticos. E a razão por se ver tanta religião até onde, supostamente, não deveria, explica Martino citando Clark, é porque as pessoas, especialmente os jovens, quando se cansam das formas tradicionais de religião procuram estabelecer vínculos com a religiosidade de outras maneiras: e a cultura pop representa um campo fértil para tais expressões.

Se por um lado o senso comum pode apresentar uma tendência em posicionar religião e cultura pop como esferas separadas da experiência humana, a observação atenta dessas práticas sugere muito mais um entrelaçamento permeado de tensões e articulações do que uma divisão estanque. (Martino, 2015, p. 60)

A religiosidade presente na obra de Pato Fu está perpassada por críticas e ironias. Como dissemos anteriormente, são pelo menos dez músicas com letras ligadas diretamente à religiosidade, ou nos encartes e videoclipes que trazem referências ao tema, como as imagens cristãs do clipe de *Sorte e Azar*, ou a capa do disco *Gol de Quem*, que traz uma reprodução de *Os Anjos*, de Rafael, ou ainda o disco *Toda Cura Para Todo Mal*, cuja capa traz um diabo com asas lendo jornal em meio a chamas.

### 3. Pato Fu na história do pop

Pato Fu é uma banda de pop-rock formada em 1992, na cidade de Belo Horizonte, Minas Gerais, por John Ulhoa (guitarra), Fernanda Takai (voz) e Ricardo Koctus (baixo). A atual formação inclui os músicos Lulu Camargo (teclado) e Glauco Mendes (bateria). O principal compositor é o guitarrista John Ulhoa, que também é produtor dos discos da banda a partir de 2005. Foram lançados, até hoje, 12 discos (incluindo os projetos *ao vivo*), e cinco DVDs. É uma das principais bandas mineiras surgidas nos anos

1990, ao lado de Skank e Jota Quest, mas, diferentemente desses dois grupos – que tem produções mais aceitas comercialmente –, o Pato Fu dialogou com o rock alternativo<sup>2</sup> brasileiro e internacional, e acrescentou estranhezas que ajudaram a tornar sua sonoridade reconhecível e única no cenário nacional.

Surgiu em um momento em que o contexto musical internacional viu emergir o movimento *grunge* – cujo maior expoente foi o Nirvana, do vocalista Kurt Cobain –, o *britpop* (Radiohead, Oasis, Blur, etc), o *indie rock* e rock alternativo (Sonic Youth, The Jesus and Mary Chain, Smashing Pumpkins, etc), além de bandas que revivem e dão novos tons ao *punk rock* e ao *metal* (Green Day, Rage Against the Machine, Faith No More, etc). No âmbito musical nacional, diferente das bandas dos anos 1980 do chamado *B-Rock* (leia-se: bê rock), que, altamente influenciadas pela música estrangeira, se afastaram da “brasilidade”, a geração dos anos 1990 faz o caminho de volta para as próprias raízes regionais. Essa era uma das formas que os novos artistas tinham para diferenciarem-se da geração anterior, denominada *B-Rock*, que vivia uma falência criativa e também de audiência.

No final da década, momento em que as vendas começaram a ser ameaçadas (em grande parte pelo grande volume de bandas despejadas no mercado sem qualquer critério de qualidade), o rock nacional foi descartado como um produto que já não mais atendia às necessidades de seus donos. Vale lembrar que o mercado fonográfico ainda se recuperava de uma crise que o abalou mundialmente. Essa crise fez com que as grandes indústrias de disco mudassem sua postura e passassem a investir somente em artistas que oferecessem retorno certo. (Saldanha, 2006, p. 02)

Em um cenário comercialmente desfavorável, a chamada Geração 90 emergia de pequenos nichos e com velhas-novas propostas de misturar ritmos regionais com a informação musical mais atual. Os acontecimentos ocorridos na indústria fonográfica nos anos 1990 conspiraram a favor dessa geração. No final de 1980, as maiores gravadoras que atuavam no Brasil tentavam sobreviver ao impacto causado pela crise econômica que assolou a década e ao fracasso dos diversos planos econômicos implantados no país, como o Plano Cruzado. Essas empresas adotaram uma postura pragmática, baseada num plano de marketing em investir apenas no que dava retorno<sup>3</sup>, além de institucionalizar a prática do chamado

2 Entendemos rock alternativo como braço do rock'n'roll em que os músicos se permitem distanciar-se de uma sonoridade consagrada para promover experimentações musicais que, não raro, geram estranheza no público. Por ter apelo comercial reduzido, o rock alternativo costuma caminhar à margem do mercado.

3 Marcia Tosta Dias (2000, p.78) explica que, nos anos 1970, as gravadoras se permitiam arriscar em propostas artísticas novas e ousadas que

jabaculé<sup>4</sup>. Só os artistas mais rentáveis vindos dos anos 1980 conseguiram manter-se – paralelo a isso, estilos musicais populares, como o sertanejo romântico, emergiram no mercado. A solução encontrada pelas bandas de rock para conseguir espaço foi investir na mídia alternativa<sup>5</sup> que ganhava força no início dos anos 1990, além da criação dos diversos selos que funcionavam dentro das grandes gravadoras.

Os selos foram fruto da mentalidade de segmentação que começou a brotar no mundo dos negócios em meados dos anos 80 e que chegou ao século 21 ultraexpandida (...). Para a indústria fonográfica, a criação de selos dentro das multinacionais do disco era a opção para trabalhar com públicos específicos com menor custo, marketing mais dirigido, maior agilidade nas decisões, mais intimidade e autoridade. (...) Na nova década, com o mercado todo encolhido 44% entre 1989 e 1991, e os prazos de recolhimento de impostos encurtados pelo governo Collor, o modelo dos selos semi-independentes distribuídos por (ou, eventualmente, funcionando dentro de) grandes gravadoras parecia uma das pequenas luzes no fim de um túnel escuro. (Alexandre, 2013, p. 57 e 58)

Foi nessas brechas abertas dentro de um mercado fechado que a Pato Fu surgiu. Como todas as outras de sua geração, o então trio mineiro gravou uma fita K7 demo<sup>6</sup> que circulou entre gravadoras e editoras de *fanzines*. Conseguiu lançar o primeiro disco, *Rotomusic de Liquidificapum*, em 1993, pelo selo *Cogumelo Records*, especializado em bandas de *heavy metal* – o que mostra o estranhamento que existia em relação ao estilo musical devido à mistura quase caótica de ritmos e à falta de unidade entre as faixas.

O sucesso comercial chegou para o Pato Fu no quarto e quinto discos, *Televisão de Cachorro* (1998) e *Isopor* (1999): cada um vendeu mais de 100 mil cópias e deu a banda o chamado disco de ouro.

---

propiciaram o surgimento de bandas como Secos e Molhados, e a manutenção de artistas com pouca vendagem como Elis Regina e Chico Buarque – artistas de catálogo. Os artistas de marketing (geralmente os populares como Nelson Ned, Dominó e Balão Mágico), eram concebidos e trabalhados dentro de um esquema promocional com objetivo de alcançar altas vendagens. O lucro alcançado pelo artista de marketing tornava possível a manutenção do artista de catálogo e apostas em novos talentos. Tal política permaneceu nos anos 1980. A indústria percebeu o mercado crescente voltado para o jovem e investiu nas bandas de rock, que tinham custo de produção baixo e grande retorno. Isso viabilizou o surgimento de várias bandas que formaram o *B-Rock*.

4 Jabaculé, ou jabá, é uma prática de marketing em que as gravadoras pagam às estações de rádio uma taxa para que as músicas trabalhadas comercialmente naquele momento possam ser executadas.

5 A mídia alternativa era formada por diversas frentes de ações, como o barateamento da gravação proporcionado pela digitalização do processo, pela a circulação de fitas K7 chamadas de *demo* (de demonstrativas), pela organização dos festivais independentes de rock, pela circulação dos *fanzines* (os precursores dos blogs).

6 Demo é redução para a palavra 'demonstrativa'. Bandas novatas costumam gravar discos ou fitas demonstrativas e costumam enviá-las para gravadoras e divulgadores para avaliação do trabalho.

Foi por causa de tais trabalhos que a revista norte-americana *Times* incluiu, em 2001, a banda como um dos dez melhores grupos musicais não-americanos do planeta, ao lado de U2, Radiohead, Sigur Ros, Ziggy Marley, entre outros.

No último ano da década, a Pato Fu continua no auge da carreira com o lançamento de *Isopor*, em 1999. O hit do disco é a música em japonês *Made In Japan*, e a banda dialoga com tendências sonoras internacionais, especialmente vindas do *britpop*, além de Bjork.

#### 4. O mundo é um diabo

Sérgio Porto (2010, p.15) compara a análise do discurso como um ato de exorcismo de demônios do texto. Esse ato de limpar o texto dos mitos e dos demônios se justifica “na medida em que estamos querendo reconstruir o significado dele, uma vez depurado de esquecimentos e posições ideológicas”. Na caça a essas “bestas” inseridas no texto que nos inquietam, Porto desenvolveu a metodologia que chamou de AD em massa folhada. Tratam-se de seis leituras interpretativas que estabelecem um caminho metodológico com o objetivo de esquematizar e facilitar a Análise do discurso de vertente francesa mescladas com uma postura hermenêutica.

As seis leituras, segundo Porto, são independentes, mas dialogam umas com as outras e se complementam. São elas: leitura polissêmica ou literária; leitura parafrástica; leitura arqueológica; leitura enunciativa; leitura argumentativa ou de estratégia discursiva e leitura de acontecimento.

Para este artigo, escolhemos as leituras parafrástica e argumentativa porque entendemos que a aplicação destas é suficiente para a compreensão do objeto e do corpus desta pesquisa. A leitura parafrástica concentra a atenção para a ideia central do texto. Entre as várias leituras possíveis de serem feitas (a polissemia), existe sempre uma que se mostra preponderante. É o momento em que nos debruçamos à ideia central das canções do Pato Fu, e identificamos as formações discursivas. A leitura argumentativa é o momento que se identifica como as ideias são apresentadas e defendidas. “Nessa etapa das leituras seria importante considerar as figuras de retórica, os conhecimentos tropos ou desvios da linguagem e, a principal delas, a metáfora, que significa deslocar sentidos, indo além do

lugar tradicional de significação de uma palavra em busca de novas interpretações e lugares” (Porto, 2010, p. 40).

Segundo Orlandi (2002), a noção de formação discursiva é básica na Análise de discurso, pois permite compreender o processo de produção dos sentidos, a sua relação com a ideologia e também dá ao analista a possibilidade de estabelecer regularidades no funcionamento do discurso. De acordo com o autor, “a formação discursiva se define como aquilo que numa formação ideológica dada – ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica – determina o que pode e deve ser dito”. (Ibidem, p.43)

## 5. Duelo entre Deus e o Diabo

*Deus* é a sétima faixa do disco *Ruído Rosa*, lançado em 2001. Esse disco representou uma virada sonora na carreira da banda, reconhecida anteriormente por fazer canções pop radiofônicas bem-humoradas e leves. *Ruído Rosa* é um disco com sonoridade mais densa, que dialoga com o rock britânico produzido à época. O Pato Fu havia feito anteriormente a canção *Capetão 66.6 FM*, que não levantou polêmica por ser naturalmente entendida como uma piada, uma atração para os palcos. *Capetão 66.6 FM* é a quarta faixa do disco *Tem Mas Acabou*, o terceiro da banda, lançado em 1996. É uma fusão de pequenas músicas incidentais para dar a ideia de diferentes estações do rádio sendo acessadas pelo ouvinte, e dois recortes de canções de John Ulhoa e de André Abujamra. John escreveu a *Capetão* propriamente dita, que diz o seguinte: “tem uns que criam cachorrinho em casa/ e há quem goste de gatinho no quintal/ tem uns que dão comida pra peixinho/ mas eu alimento o meu capetão/ capetão! Capetão! Pega capetão!” (John Ulhoa e André Abujamra). O trecho de *Capetão* é um pastiche de *heavy metal*, com vozes de John Ulhoa gravadas com efeitos de microfone no estúdio. Ao vivo, a música é cantada pela vocalista Fernanda Takai, que não raro faz uso de alegorias como o uso de óculos escuros e arco de cabelo com chifres. *Capetão* é um exemplo mais apropriado sobre a dualidade e ironias características da banda.

Em *Ruído Rosa*, *Deus* não mereceu comentários por boa parte da crítica e criou burburinho entre ouvintes por não ter humor nem mesmo em sua sonoridade que intercala rítes de guitarra pesados, com

bastante distorção no refrão, e estrofes cantadas com o baixo em ritmo de funk (não o carioca). Além disso, a letra usa o nome de Deus como metáfora aos excluídos. Houve quem não entendesse e se ofendesse com a música, que diz o seguinte:

Deus está no sinal vendendo chiclete/ ontem me assaltou/ levou todo meu dinheiro/  
Me espetou com canivete/ Deus arranhou o meu carro/ e bagunçou o meu lixo/ Deuses  
passam fome/ A gente passa por cima/ Deus é menos que um bicho/ Deus mentiu pra  
mim/ Diz que não foi ele/ Outro Deus é que é o ladrão/ E que pedindo pra ajudar a mãe  
doente e dois irmãos./ Deus, meu Deus/ Será que você é só uma ilusão/ Não pode estar  
vivo/ Você come lixo/ Você come poluição. (John Ulhoa)

No panteísmo, Deus, ou força divina, está presente no mundo e permeia tudo o que nele existe. O divino também pode ser experimentado como algo impessoal, como a alma do mundo, ou um sistema de mundo. John Ulhoa, ao compor a canção, usou a tradição religiosa panteísta e a tradição religiosa oriental em que o divino pode estar em tudo, inclusive dentro das pessoas. John faz uma provocação ao fazer uma crítica social trocando termos como pivete – e que também poderia ser mendigo, menor abandonado, morador de rua, etc. –, pela palavra Deus. Nesse sentido, se Deus está em todas as coisas, ele também está naqueles que foram colocados à margem da sociedade.

O desconforto que a música causa tem relação com a cultura do público com a qual ela se comunica, o brasileiro, que está inserido na tradição das religiões monoteístas (Islã, Cristianismo, Judaísmo), que acredita que Deus é o criador, onipresente, onisciente por quem se roga e adora. A canção *Deus*, portanto, promove o choque entre a tradição religiosa oriental, a qual se refere, com a tradição monoteísta ocidental com a qual se comunica.

John Ulhoa faz desse confronto uma crítica social para chamar a atenção sobre as pessoas que integram o cotidiano das grandes cidades (“Deus está no sinal vendendo chiclete”). De acordo com dados levantados por relatoras especiais em Direitos Humanos das Nações Unidas, cerca de 150 milhões de crianças no mundo estão em situação de rua<sup>7</sup>. Essas crianças ficaram em situação de vulnerabilidade social por diversas razões: guerras, desastres naturais, violência doméstica, pobreza, etc. No Brasil, o 1º

<sup>7</sup>Ver em <https://nacoesunidas.org/abandonadas-e-descartadas-mais-de-150-milhoes-de-criancas-vivem-nas-ruas-alertam-especialistas-da-onu/>. Acesso em: 10/02/16.

*Censo Nacional Sobre Crianças e Adolescentes em Situação de Rua*, divulgado em março de 2011 pela Secretaria de Direitos Humanos, identificou cerca de vinte e quatro mil crianças em situação de rua no país<sup>8</sup>. Em Minas Gerais, estado de origem de Pato Fu, foram identificadas 761 crianças em situação de rua, número que pode ser maior considerando as dificuldades para a apuração desses índices.

A leitura parafrástica, segundo Porto (2010, p.28) é o momento que se identifica as intenções dos interlocutores na apresentação das ideias propostas – até quando são inovadoras e até quando são ideias já construídas. John Ulhoa resgata em *Deus* uma situação social que é grave e importante – tão importante que usa como argumento a metáfora de que essas pessoas são deuses. Porém, esses deuses são silenciados e ignorados por cruéis discursos de indiferença: “Deuses passam fome, a gente passa por cima, Deus é menos que um lixo”. O refrão promove uma síntese dessas intencionalidades. O autor diz, “Deus, meu deus”, como na tradição monoteísta, mas duvida e renega que o Deus que está em tudo possa estar também presente no excluído: “Não pode estar vivo/ você come lixo, você come poluição.”

### 5.1 *Uh Uh Uh, La La La, lé lé!*

O uso da religião para fazer críticas sociais continua no disco *Toda Cura Para Todo Mal*, de 2005. Aliás, esta é a obra do Pato Fu que mais traz referências desta natureza, a começar pela capa do encarte: o personagem batizado pela banda de Diabano lendo notícias em meio ao fogo. A chama é uma alusão ao logotipo da igreja evangélica Sara Nossa Terra, como pode ser observado nas figuras abaixo.

---

8Ver em: <http://www.criancanaoederua.org.br/pdf/Pesquisa%20Nacional%20Sobre%20a%20Popula%C3%A7%C3%A3o%20em%20Situa%C3%A7%C3%A3o%20de%20Rua.pdf>. Acesso em: 10/02/16.



Figuras 1 e 2 – Capa do disco Toda Cura Para Todo Mal, Pato Fu, 2005 (à esquerda), e o logotipo da igreja evangélica neopentecostal Sara Nossa Terra (à direita)

Diabanjo representa dualidade: com suas asas e chifres, simboliza o bem e o mal dentro de um único ser que procura se esclarecer – atitude mostrada no ato de ler jornal. O Pato Fu anuncia, portanto, logo na capa do disco que faz uma proposta diferente do que é dogmático. É clara a oposição às posturas de religiões, como as evangélicas neopentecostais, que usam de meios midiáticos para reforçar a própria doutrina em vez de promover a reflexão. O pesquisador Luis Mauro de Sá Martino usa a neopentecostal Igreja Universal do Reino de Deus como exemplo de atuação agressiva da instituição religiosa na esfera pública e midiática.

A postura reflexiva da Igreja Universal do Reino de Deus, em particular, manifesta-se na construção não apenas de uma realidade aparente, mas também de uma realidade de interesse, na qual a preocupação é mostrar que a pessoa realmente viu e conheceu o mal, ao esquecer-se de Deus, e pôde, com ajuda da IURD, vencê-lo. Nenhuma palavra sobre livre-arbítrio ou possibilidade de escolha por parte do fiel, que é maniqueisticamente jogado entre as forças do bem e do mal. (Martino, 2003, p.57)

Se Deus concedeu aos homens o livre-arbítrio, e se algumas instituições religiosas o negam, então elas só podem ser do diabo – a sua força opositora. Não se trata de uma observação oriunda do acaso, ao contrário, se observarmos a atuação das diversas religiões espalhadas pelo mundo, é possível compreendermos a crítica perpetrada pela banda mineira. É o caso, por exemplo, da milenar Igreja Católica, responsável, entre outros atos, pela morte de milhares de pessoas devido à Inquisição. Atualmente, essa instituição enfrenta escândalos causados por padres que praticam pedofilia. De acordo com Organização Não-Governamental *Bishop Accountability*, dados oficiais do Vaticano apontam que 6,4 mil padres foram acusados de pedofilia entre 1950 e 2013 apenas nos Estados Unidos. Ainda assim, de acordo com matéria da *Newsweek*<sup>9</sup>, o Vaticano haveria instruído aos novos bispos que eles não eram obrigados a reportar à polícia sobre casos de abuso cometidos por membros da Igreja.

Fora do cristianismo, há a questão dos radicais muçulmanos jihadistas, que, frequentemente, assumem a autoria de ataques terroristas praticados contra ocidentais e, principalmente, contra muçulmanos de outras etnias. Já os budistas foram acusados de perseguir e matar a minoria muçulmana em Mianmar em 2014.

A dualidade simbolizada em Diabanjo também pode ser encontrada na música *Sorte e Azar*, de John Ulhoa em parceria com o baixista Ricardo Koctus, terceira faixa do disco *Toda Cura Para Todo Mal*. Como foi dito antes, a música não traz na letra uma mensagem religiosa explícita. O discurso ganha contornos religiosos com o videoclipe que apresenta imagens animadas, baseadas em obras da pintura sacra: o rosto de Jesus Cristo, a serpente e Eva, Adão e Eva, a cabra, o demônio. A letra da música diz: “*sorte e azar vão de disputar e eu não fui capaz de me mover daqui até ali*”. É recorrente na obra da banda a alusão sobre forças opositoras presentes na humanidade, assim como uma crítica dura a respeito da atuação das instituições religiosas, que promovem a comercialização da fé

A segunda faixa de *Toda Cura Para Todo Mal*, a canção *Uh Uh Uh, La La La, lé lé!* inclui os seguintes versos:

As pessoas têm que acreditar/ Em forças invisíveis para fazer o bem/ tudo que se vê  
 não é suficiente/ E a gente sempre invoca o nome de alguém/ Uh Uh Uh, La La La, lé  
 lé!/ Acho muito caro o que ele tá pedindo/ Pra eu ter muito mais sorte e menos azar/

<sup>9</sup> Ver em <http://www.newsweek.com/vatican-sex-abuse-bishops-425509>. Acesso em: 12/02/16.

Acho muito pouco o que tenho no bolso/ Pra ver o sol nascer não tem que pagar/ É certo que milagre pode até existir/ Mas você não vai querer usar/ Toda cura para todo mal/ Está no Hipoglós, Merthiolate e Sonrisal/ Quem tem a paz como meta/ Quem quer um pouco de paz/ Que tire o reboque que espera/ O carro de quem vem atrás. (John Ulhoa)

A sonoridade da canção remete aos Jackson Five e a Motown<sup>10</sup>, em claro deboche aos ritmos adocicados praticados por essa banda e pelo selo musical a que pertencia. O videoclipe da canção é uma animação da cartunista brasileira Laerte, em que animais antropomórficos, que habitam uma grande cidade, são influenciados pelas palavras de um profeta, que desenha um túnel com uma luz ao fundo. Os personagens correm ávidos para dentro do túnel e voam em direção ao sol, sendo que este astro é controlado mecanicamente por um operário (veja a reprodução de alguns frames abaixo).



Figura 3, 4 e 5 - O Clipe de *Uh Uh Uh, La La La, lé lé!* faz alusões a eventos da mitologia cristã, como a divisão do Mar Vermelho feito por Moisés, e faz críticas a circulação do capital entre as religiões.

Ao analisarmos a letra e as imagens do videoclipe, percebe-se que o autor trabalha com a hipótese de que acreditar em Deus ou ter uma religião é uma condição para “fazer o bem”. E “fazer o

10 Motown Records é uma gravadora norte-americana criada em 1959 por Berry Gordy Jr., com sede na cidade de Detroit, Michigan. Ficou conhecida por contratar artistas negros e trabalhar com gêneros musicais como o *funk*, *soul* e o *rhythm and blues*.

bem” a alguém ou a alguma coisa é um dos ensinamentos inseridos em boa parte das religiões. No Cristianismo, ser bom, caridoso, ter obras e ter fé são as condições para se alcançar o Reino do Céu. No Hinduísmo, sacrifício, conhecimento e devoção são regras básicas para seus adeptos. O Budismo fala da lei de causa e efeito: você colhe o que planta. Essa religião também sugere que para romper com o ciclo de sofrimento das sucessivas reencarnações é preciso buscar oito condições de perfeição, entre elas, perfeita conduta. Tal como o Cristianismo, o Budismo tem seus mandamentos, que são cinco, sendo que o primeiro é “não fazer mal a nenhuma criatura viva”.

O verso seguinte é uma forte crítica a tal condição: “tudo o que se vê não é o suficiente”. E aqui, John estabelece a sua oposição de cunho humanista<sup>11</sup>. A sociedade e a natureza deveriam ser razões fortes o suficiente para a condução de uma postura ética. Entretanto, não é bem assim que ocorre para os adeptos de religiões, porque, no final, as pessoas sempre apelam pela ajuda/clemência de divindades e santos. As críticas se voltam também para o aspecto econômico na relação dos fiéis para com sua fé. Trata-se de uma oposição aqui ao comércio de amuletos e relíquias, a obrigatoriedade do dízimo, dentre outras ações incentivadas pelas igrejas. No Islã, por exemplo, a caridade também tem sentido econômico: é um imposto de 2,5% da renda pessoal que é destinado a redistribuição aos mais pobres. (Gaarder, Notaker & Hellern, 2000, p. 128)

O Cristianismo no Brasil é considerado um mercado imune a crises econômicas. O jornal *Estado de Minas* apurou que as igrejas católica e evangélica movimentaram R\$ 21,5 bilhões no Brasil em 2014, segundo dados levantados pela Receita Federal<sup>12</sup>. Ser pastor evangélico é considerado um bom negócio no Brasil, devido à isenção de impostos garantidas pelas leis brasileiras e devido ao lucro imediato. De acordo com a Forbes, em 2013, o patrimônio do pastor Edir Macedo – fundador da neopentecostal Igreja Universal do Reino de Deus –, era de U\$ 950 milhões, e do pastor Silas Malafaia – líder da pentecostal Assembleia de Deus –, é de U\$ 150 milhões<sup>13</sup>. Além das facilidades, existe ainda o reforço da lucrativa teologia da prosperidade, defendida por diversas Igrejas evangélicas pentecostais e neopentecostais,

11 Humanismo, de acordo com Gaarder, Notaker & Hellern (2000), diz respeito a filosofia de vida que dá importância aos seres humanos, à vida humana e à dignidade humana. O humanismo nasceu na antiguidade com Sócrates e foi desenvolvido especialmente no Iluminismo, no século XVIII. A filosofia humanista influenciou na Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, proclamada pela Assembleia Nacional Francesa em 1789.

12 [http://www.em.com.br/app/noticia/economia/2014/01/26/internas\\_economia,491768/cristaos-movimentam-r-21-5-bilhoes-no-brasil.shtml](http://www.em.com.br/app/noticia/economia/2014/01/26/internas_economia,491768/cristaos-movimentam-r-21-5-bilhoes-no-brasil.shtml). Acesso em 10/02/15.

13 Informação disponibilizada na reportagem do site *Época Negócios* no seguinte endereço: <http://epocanegocios.globo.com/Inspiracao/Vida/noticia/2013/01/forbes-lista-pastores-milionario-no-brasil.html>

como a Sara Nossa Terra. A teologia da prosperidade é baseada na reciprocidade: para conseguir as graças de Deus, tais como a riqueza, o poder e o sucesso, é preciso que o fiel contribua com quantias vultuosas para a igreja a que pertence.<sup>14</sup>

John Ulhoa prossegue na canção: “Pra ver o sol nascer não tem que pagar.” Aqui é outra oposição pessoal: o autor argumenta que não é preciso participar dessa cultura econômica fomentada pela religião. “Pra ver o sol nascer” pode ser percebida como uma metáfora de elevação, iluminação, renovação, esperança: são buscas pessoais que independem de capital.

Importante observar que, apesar disso tudo, John não nega a religião e seus atributos espirituais e divinos. “Pode até existir”, ou seja, ele se coloca na dúvida e se distancia de uma postura dogmática, taxativa. “Mas você não vai querer usar”, ou seja: não há garantias de que funcione. E aí vem a grande declaração ateísta do autor: “Toda cura para todo mal está no Hipoglós, Merthiolate e Sonrisal.”: trata-se de um ditado que o pai de John Ulhoa costumava dizer. Mas o que está por trás disso? Não é, certamente, o fato desses medicamentos genéricos terem mais atributos no uso popular do que realmente indicam suas bulas. O que está implícito é uma fé dentro daquilo que foi gerado por meio de pesquisa e experimentos. É a fé na ciência e no que é material.

O que John coloca na canção, com seu refrão matreiro e quase zombeteiro, é a sua filosofia humanista. Paz significa respeito à cidadania e aos direitos. Uma das leituras possíveis desta canção é trata-la como um manifesto ateísta. Outra leitura que pode ser feita é que *Uh Uh Uh, La La La, lé lé!*, é a própria declaração de John Ulhoa como um “ateu não-praticante”. Não há negação da religião. O que se coloca aqui é que as religiões e certos aspectos que as envolvem são, na opinião do autor, refutáveis e reprováveis.

Por mais que sejam duras as críticas que o Pato Fu faça às instituições religiosas, o mesmo não acontece com as personalidades históricas da cultura cristã e hebraica. A figura de Jesus Cristo, por exemplo, é retratada de forma sóbria e respeitosa na já citada *O amor em carne e osso*. A anunciação da vinda do Cristo é recontada na canção *O peso das coisas (Maria e Gabriel)*, do disco *Tem Mas Acabou*, em que fantasia os sentimentos de Maria, mãe de Jesus, ao descobrir que estava grávida. A canção diz:

14 O historiador Alderi Sousa de Matos explica que as origens da teologia da prosperidade surgiu na Nova Inglaterra, região da costa leste dos Estados Unidos onde se localizam os estados de Connecticut, Maine, Massachusetts, New Hampshire, Rhode Island e Vermont. Ela foi criada pelo pastor estadunidense Essek W. Kenyon, que entre outras atividades, foi o pioneiro do evangelismo difundido pelo rádio. A teologia da prosperidade chegou ao Brasil na década de 1980 e rapidamente foi difundida entre igrejas pentecostais e neopentecostais. Ver em: <http://www.ultimato.com.br/revista/artigos/313/raizes-historicas-da-teologia-da-prosperidade>. Acesso em 10/02/16.

“diga é você o motivo para tudo estar aqui? Sinto o peso das coisas e o ar dentro de mim” (John Ulhoa). O videoclipe desta canção representa a anunciação em um manicômio porque, na visão da banda, os personagens bíblicos seriam considerados loucos nos dias de hoje. Isso traz uma segunda crítica sutil no discurso de John Ulhoa: nem sempre o que é considerado sagrado tem lógica, ou seria aceito na sociedade contemporânea.

## 5.2 O diabo domina a cena

Por último, se *Deus* foi apresentado no ritmo do rock e do funk, o “Diabo” no Pato Fu também é do rock, porém ele é sonoramente duro e direto. *Ninguém mexe com o diabo* é a terceira faixa do disco *Não Pare Pra Pensar*, lançado no final de 2014:

O mundo é um diabo que não ama ninguém/ Será que estamos condenados a não amar também/ Yeah, yeah ninguém mexe com o diabo/ Ninguém, ninguém mexe com o diabo/ Eu digo yeah, yeah ninguém mexe com o diabo/ Ninguém, ninguém mexe com o diabo. E o mundo não quer se mexer/ Não está disposto a ceder/ E eu até mesmo implorei/ E entreguei tudo que sei/ Mas ele não quer se salvar/ Gosta de tudo como está. (John Ulhoa)

A figura do diabo na mitologia ocidental, geralmente, é associada como algo negativo. Mas há interpretações que afirmam que o diabo é o oposto da própria ignorância. Começa no mito bíblico de Adão e Eva. O casal criado por Deus vive no Jardim do Éden na mais perfeita felicidade, até que o diabo, disfarçado de serpente, tenta Eva a pegar o fruto proibido. Eva morde a maçã, oferece-a a Adão e os dois são expulsos do paraíso.

Uma interpretação possível é que a maçã é uma alegoria ao conhecimento, e que ao dar uma mordida no fruto, Adão e Eva deixam o paraíso que é o signo da ignorância e passam a sofrer porque tomam conhecimento de si e do próprio mundo. O filósofo brasileiro Vilém Flusser (2006, p.22) reabilita a figura do diabo como sendo a inquietação que impulsiona o homem.

Toda sinfonia da civilização, todo avanço da humanidade contra os limites impostos pela Divindade, toda essa luta prometética pelo fogo da liberdade, tudo isso não passa, do seu ponto de vista, de obra majestosa do diabo. Ou do ponto de vista oposto, tudo isso não passa da ilusão criada pelo diabo. Ciência, arte e filosofia são exemplos mais nobres dessa obra. (Flusser, 2006, p. 22)

Mas o diabo nas letras de John é dúbio e também segue a significação comum ocidental que o coloca como uma força negativa. Ele é visto na canção como a energia do desamor e do egoísmo: “O mundo é um diabo que não ama ninguém”. E que mundo é esse? Podemos apreendê-lo como a realidade propriamente dita, visto que faz menção às mazelas sociais cotidianas das metrópoles brasileiras.

As dimensões do sagrado e do profano, que são parte de leituras possíveis dos mitos das religiões, estão presentes na canção e corroboram com a visão do filósofo estadunidense Mircea Eliade (2010), para quem as definições do fenômeno religioso têm em comum a oposição entre os dois termos. O primeiro, segundo ele, é tido como associado à vida religiosa e o segundo a vida secular. A letra de John se configuraria, assim, como um documento, que “enquanto momento histórico, revela a situação do homem em relação ao sagrado”. A humanidade, desta forma, de acordo com a letra, se distancia do divino e “paga” por seus pecados. Tal como o anjo decaído, não quer se salvar.

Vemos em Max Weber (2000, p. 332) que salvação é um conceito subjetivo, que depende, essencialmente, do tipo de cultura mitológica, religiosidade e, até mesmo, à classe econômica a que pertence o indivíduo. Quanto mais se desce na escala social tanto mais radicais costumam ser as formas que se assume a necessidade uma vez surgida de um salvador. Está presente nesta canção o conflito entre um desejo, quase aristocrático e intelectualizado, diante de uma população com passividade “camponesa”, que continua a esperar a própria redenção, que será dada por meio da figura de um salvador: ninguém mexe com o diabo e o mundo não quer se mexer. Mas qual é a solução? Se o diabo não ama ninguém, o remédio para combatê-lo é o próprio amor.

*Deus, Uh Uh Uh, La La La, lé lé!* e *Ninguém mexe com o diabo* estabelecem uma linha narrativa em que o discurso religioso passeia entre o anarquista e o agnóstico. Essa narrativa se desenvolve usando o amor e a caridade como ações de transformação social e de salvação. A forma como o compositor John Ulhoa coloca isso é por meio de três peças de pop rock que fazem parte de discos que compõem

a segunda metade da carreira da banda mineira Pato Fu. Das três canções, apenas a segunda possui videoclipe e chegou a ser trabalhada nas rádios.

Ao serem colocadas numa linha cronológica de lançamento, é possível observar que essa narrativa chega a uma conclusão pessimista. *Deus* e *Uh Uh Uh, La La La, lé lé!* são o autor indo na contramão da exaltação religiosa, que predomina nas peças musicais do cancionário musical. Deus é desconstruído no seu sentido habitual e se torna o menino de rua. A religião torna-se desnecessária para o agir. Porém, de uma forma ou de outra, a ação social para transformação é o que está em primeiro plano. É a salvação proposta pelo compositor.

*Ninguém mexe com o diabo* termina por ser uma conclusão das outras duas canções analisadas. Nos versos “E até mesmo implorei/ E entreguei tudo que sei” pode ser lida como uma das tentativas de John Ulhoa em se comunicar por meio dessas canções para com a necessidade da ação frente a uma sociedade que está sempre à espera da vontade divina. Por fim, os versos “mas ele não quer se salvar/ gosta de tudo como está” representam a admissão da derrota frente aos desequilíbrios sociais.

## 6. Considerações finais

Representante da cultura pop nacional, a banda Pato Fu tem uma trajetória marcada por canções que trazem como tema recorrente a religiosidade. As composições de John Ulhoa que integram nosso *corpus* abordam crenças, figuras emblemáticas como deus e o diabo, além de aludirem à tentativa vã de que as instituições religiosas sejam capazes de interferirem positivamente nas mazelas sociais. Tais questões foram observadas, especialmente em *Deus* (*Ruído Rosa* – 2000), *Uh Uh Uh, La La La, lé lé!* (*Toda Cura Para Todo Mal* – 2005), e *Ninguém Mexe com o Diabo* (*Não Pare Pra Pensar* – 2014), bem como nas capas de discos e videoclipe, que motivaram a elaboração deste artigo.

A metodologia utilizada tornou possível a compreensão de outros sentidos presentes nas canções: a oposição entre o sagrado e o profano, símbolos de religiosidade, uma crítica veemente à devoção dogmática e ao comércio promovido por algumas religiões. As letras estabelecem uma linha narrativa que passeia entre o anarquista e o agnóstico e se desenvolve usando o amor e a caridade como

ações de transformação social e de salvação, que não estaria condicionada ao vínculo com instituição específica, mas dependeria de ações individuais e em favor do bem comum.

John Ulhoa utiliza a figura de *Deus* como metáfora para denunciar pessoas que são silenciadas e ignoradas por cruéis discursos de indiferença. O autor renega que o Deus que está em tudo possa estar também presente no excluído. Assim faz desse confronto uma crítica social para chamar a atenção sobre os indivíduos que integram o cotidiano das grandes cidades.

O uso da religião para fazer críticas sociais continua no disco *Toda Cura Para Todo Mal*, de 2005, que traz a música *Uh Uh Uh, La La La, lé lé!*. Nela, o compositor trabalha com a hipótese de que acreditar em Deus ou ter uma religião é uma condição para “fazer o bem” e critica a busca pela ajuda/clemência de divindades e santos e o aspecto econômico na relação dos fiéis e da sua fé. Trata-se de uma oposição aqui ao comércio de amuletos e relíquias, à obrigatoriedade do dízimo. O “Diabo”, por sua vez, em *Ninguém mexe com o diabo*, traz a significação comum ocidental e o coloca como uma força negativa, de desamor e de egoísmo.

As canções sinalizam, assim, para uma desconstrução da visão de religião do ocidente, associada a um Deus salvador, à figura de santos de conduta proba. Mesmo com reconhecido papel na sociedade, essas instituições estariam longe de atingir as transformações necessárias para o país, como por exemplo, as relativas à desigualdade. Com discurso marcado pela ironia e a crítica social, a banda indica o distanciamento dos conceitos e elementos da religiosidade e a aproximação ao ateísmo e ao humanismo.

Outro aspecto de destaque da análise foi a retomada dos arquivos, fundamentais para as leituras das obras, como o delineamento do cenário da cultura pop e da indústria cultural, bem como a série de outros discursos imbricados na história que possam ter servido de repertório na memória discursiva da banda acerca de religião.

Os resultados da análise abrem margem para a realização de outras pesquisas que investiguem o impacto das práticas sociais sobre os produtos da cultura midiática. Músicas, filmes, telenovelas precisam ser avaliadas pelo pesquisador social não apenas como meros produtos destinados ao lazer e à diversão. São fontes inesgotáveis de percepção social sobre o mundo que vivenciamos.

## Referências bibliográficas

ALEXANDRE, Ricardo. *Cheguei bem a tempo de ver o palco desabar: 50 casos e memórias do rock brasileiro (1993-2008)*. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2013.

DIAS, Marcia Tosta. *Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2000.

ELIADE, Mircea. *Tratado de história das religiões*. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010.

FLUSSER, Vilém. *A história do diabo*. São Paulo, Annablume, 2006.

GAARDER, Jostein; HELLERN, Victor; NOTAKER, Henry. *O livro das religiões*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

JANOTTI JUNIOR, Jeder. "Cultura pop: entre o popular e a distinção." In: CARREIRO, Rodrigo. FERRARAZ, Rogério. SÁ, Simone Pereira de. (orgs). *Cultura pop*. Brasília: Compós, 2015, p. 45-56.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Bauru- SP: EDUSC, 2001.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2004.

MARTINO, Luís Mauro Sá. "Like a Prayer: articulações da cultura pop na midiatização da religião." In: CARREIRO, Rodrigo. FERRARAZ, Rogério. SÁ, Simone Pereira de. (orgs). *Cultura pop*. Brasília: Compós, 2015, p. 57-72.

\_\_\_\_\_. *Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso*. São Paulo, Paulus, 2003.

ORLANDI, Eni P. *Análise de discurso: princípios & procedimentos*. Campinas: Pontes, 2002.

PORTO, Sérgio Dayrell. *Análise de discurso em massa folhada: o caminho das seis leituras interpretativas*. Brasília: Casa das Musas, 2010.

SALDANHA, Rafael Machado. *“Um passo à frente e você não está mais no mesmo lugar”*: os anos 90 e o rock no Brasil. XI Simpósio de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Ribeirão Preto, São Paulo, 22 a 24 de maio de 2006.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

WEBER, Max. *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2000.