

PROGRAMAÇÃO CATÓLICA NA TELEVISÃO BRASILEIRA

Paulo FERREIRA (UMESP)¹

Resumo

Historicamente, a Igreja Católica sempre teve muita dificuldade em lidar com os novos veículos de comunicação; assim se deu com o livro, surgido com a invenção da imprensa por Guttemberg em meados do século XV; até então, detentora hegemônica das publicações, a Igreja Católica publicou 23 obras nos anos que se seguiam à invenção da imprensa, enquanto os protestantes publicaram mais de 200 obras. Semelhante fato ocorreu também com o uso da televisão como meio de evangelização; os evangélicos mais uma vez tomaram a dianteira.

Antes, porém, de focar a trajetória televisiva da Igreja Católica no Brasil é fundamental estabelecer a construção de alguns cenários históricos e sociais que, por si só, ajudam a contextualizar a criação das condições para que este fenômeno ocorresse. Por esta razão, é importante mostrar como a Igreja Católica procurou, no decorrer de sua história, atender às expectativas e necessidades de seus fiéis e como começou a perder sua hegemonia. Mostrar, também, como um movimento de leigos, a Renovação Carismática Católica, serviu-se das estratégias da Igreja no uso da televisão como meio eficaz de evangelização.

Palavras-chave: TV católica, renovação carismática, emissoras católicas, Lumen 2000.

¹ Graduado em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas pelas Faculdades Integradas Alcântara Machado (1996), especialista em Comunicação Organizacional e Relações Públicas pela Escola de Comunicação e Artes ECA-USP (1999) e mestre em Comunicação e Mercado pela Faculdade Cásper Líbero (2003). Solidificou carreira em empresas multinacionais na área de Comunicação Corporativa. Atua como professor universitário e coordena o curso de relações públicas na Universidade Metodista de São Paulo. É doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social na Universidade Metodista de São Paulo. Perfil completo em <http://lattes.cnpq.br/7547109819266142>. Contatos pelo e-mail pauloferreirarp@uol.com.br.

Introdução

“Intensificar a presença da Igreja no mundo da comunicação há de ser certamente uma das vossas prioridades”. Com estas palavras proferidas no discurso inaugural do Encontro Latino Americano de Santo Domingo ocorrido na República Dominicana em 1992, o então papa João Paulo II deixou claro o posicionamento da Igreja Católica frente ao uso dos meios de comunicação de massa, mais notadamente a televisão, para a evangelização.

Neste contexto, a televisão tem fundamental importância pois “além de ampliar o mercado consumidor da indústria cultural, a televisão age também como instrumento mantenedor da ideologia” (CAPARELLI, 1982:4).

Instituição religiosa de intensa presença social, política e cultural no Brasil, a Igreja Católica Apostólica Romana chega ao país com os descobridores portugueses. Lança profundas raízes na sociedade brasileira a partir da colonização. Ordens e congregações religiosas assumem os serviços nas paróquias e dioceses, a educação nos colégios, a evangelização indígena e inserem-se na vida do país.

Até meados do século XVIII, o Estado controla a atividade eclesiástica na colônia através do regime do padroado. Arca com o sustento material da Igreja e impede a entrada no país de outros cultos em troca de reconhecimento e obediência. O Estado nomeia e remunera párocos e bispos e concede licença para construir igrejas. Em contrapartida, controla o comportamento do clero, por meio da Mesa de Consciência e Ordens, órgão auxiliar do Conselho Ultramarino.

Em 7 de janeiro de 1890, logo após a Proclamação da República, é decretada a separação entre Igreja e Estado. Extingue-se o regime do padroado e novas denominações religiosas passam a ser aceitas. Um século mais tarde, o cenário mostra um aumento na ordem de 500% na América Latina das denominações protestantes (Rev. Veja, 16.mai.1990:46) e este número não acompanha, logicamente, o crescimento vegetativo da população. Então, de onde veio este exército de pessoas que superlotou as igrejas

evangélicas? Em grande parte da Igreja Católica. O catolicismo perdia, anualmente, perto de 600 mil fiéis para o protestantismo (Rev. Veja, 16.mai.1990:46). É um número assustador para a cúpula da Igreja Católica cuja preocupação assusta até sua ala chamada progressista o que fica evidenciado nas palavras de Frei Betto, dominicano militante da Teologia da Libertação² :“se a Igreja não reagir, dentro de algum tempo as igrejas brasileiras estarão numa situação semelhante às da Europa. Só serão visitadas por turistas, com a desvantagem que as daqui não são monumentos artísticos” (Rev. Veja, 16.mai.1990:48).

As possíveis explicações para o fenômeno são muitas; uma delas são as “teorias conspirativas” pelas quais o imperialismo norte-americano estaria por detrás da disseminação daqueles cultos cuja sede é nos Estados Unidos; outros responsabilizam a politização da Igreja Católica cuja hegemonia no campo propriamente espiritual estaria sendo suplantada pelas mensagens menos intelectualizadas e mais voltadas para a experiência da fé, as quais caracterizam as práticas pentecostais.

O pastor presbiteriano Jaime Wright, co-autor do livro *Brasil Nunca Mais*, uma das mais completas publicações sobre as torturas durante o regime militar brasileiro, afirmou que “os pentecostais falam a língua do povo, assim como o futebol e o carnaval” (Rev. Veja, 16.mai.1990:50). Também para o professor titular de Sociologia na USP, Reginaldo Prandi, “a Igreja Católica se tornou mais racional na medida em que foi se desinteressando dos problemas pessoais” (Jornal Shopping News, 11.abr.1993:8). “O mundo evangélico trata dos dramas cotidianos e, por isso, aglutinou fiéis. A situação acentuou-se a partir dos anos 70 com o engajamento político da Igreja Católica” (Jornal Shopping News, 11.abr.1993:8), argumenta Rubem César Fernandes, do Iser – Instituto Superior de Estudos da Religião.

As massas empobrecidas preferiram ouvir os evangélicos em vez de prestar atenção à retórica dos teólogos da libertação, afinal os padres de esquerda exortavam os miseráveis

² Teologia da Libertação é uma linha de pensamento que se instaurou no interior da Igreja Católica, após a promulgação da *Carta de Medellín* de 1968, que defende a aproximação de cristianismo e marxismo.

a uma maior participação política, enquanto os evangélicos tinham mensagens muito mais simples e, como afirmou novamente Jaime Wright, “eles [os evangélicos pentecostais] não incentivam a crítica e o protesto social” (Rev. Veja, 16.mai.1990:50).

Em oposição à Teologia da Libertação, desponta o movimento de Renovação Carismática Católica (RCC), movimento católico surgido nos Estados Unidos em 1967, com o objetivo de reafirmar o catolicismo. De moral conservadora segue rituais semelhantes aos das igrejas pentecostais. As propostas da linha carismática seriam uma tentativa de recuperar terreno no campo de uma relação mais emocional e direta no trato com o sobrenatural?

A Renovação Carismática Católica articulou-se como um movimento de leigos em 1967 nos Estados Unidos. Começou com um grupo de estudantes da Universidade de Duquesne, em Pittsburgh (EUA).

Surgida no caldeirão místico dos anos 60, o movimento foi “importado” por setores da Igreja Católica no Brasil e matizado com as tintas de uma classe média ciosa da “moral e dos bons costumes”. Trazida ao Brasil em 1971 pelo padre jesuíta Edward Dougherty, filósofo e teólogo com cursos de administração e marketing em Dallas, no Texas e pelo Pe. Haroldo Rahn (ambos norte-americanos).

Ao aportar no Brasil o movimento causou estranheza na cúpula da CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil). Contudo, de forma organizada, os carismáticos foram conquistando espaço e, como defende o sociólogo Reginaldo Prandi, “acabou construindo-se um movimento de mão dupla: para dentro da Igreja, ao enfraquecer as posições de bispos progressistas e para fora dela ao disputar seguidores, inclusive com as seitas neopentecostais, como a Igreja Universal do Reino de Deus e a Renascer em Cristo” (Rev. Época, Ano I, nº 16, 7.set.1998:45).

Hoje, no Brasil, existem cerca de 30 comunidades carismáticas onde os adeptos, longe de suas famílias, convivem em torno do mesmo ideal, por meio dos votos de

castidade, pobreza e obediência. Uma das mais procuradas é a Comunidade Canção Nova, em Cachoeira Paulista, São Paulo. Com filiais até no exterior – em Roma (Itália) e Leiria (Portugal) – a Canção Nova foi fundada pelo Pe. Jonas Abib em 1978; a comunidade possui uma emissora de TV (inaugurada em 1989) com retransmissoras que, graças às parabólicas, espalha-se por todo o território brasileiro; há também uma emissora de rádio inaugurada em 1980. Os membros submetem-se a três anos de formação para efetivo ingresso na comunidade.

Os carismáticos tem o papa como líder, a quem dirigem “um voto a mais que é o de fidelidade ao Sumo Pontífice” (CARRANZA, 2004:136) e ao Vaticano uma obediência cega e inquestionável. O crescimento deste movimento católico está inserido numa estratégia global da Igreja com vistas ao terceiro milênio.

“Ide por todo o mundo e pregai o Evangelho a toda a criatura” (Evangelho de Marcos, capítulo 16, versículo 15). Alinhada à ordem do Cristo, a meta do Vaticano é evangelizar, buscar quantidade de fiéis incessantemente. Em Puebla (1979), a Igreja deixou claro o caminho que iria trilhar nas últimas duas décadas do milênio quando promulgou: “comunicar é evangelizar”.

Assim, na segunda metade do século XIX, a Igreja, centralizada no poder de Roma, viu ruir sua capacidade de influência nas esferas pública, política e econômica, no contexto sociocultural europeu marcado pela laicização (CARRANZA, 2004:124)

Segundo alguns autores, a progressiva abertura da Igreja Católica é a estratégia pela qual o clero latino-americano luta contra o avanço dos evangélicos, em seu próprio terreno, com “armas” similares. Mas desta vez não serão nove cruzadas com seus cavaleiros em armaduras e lanças a tentar a reconquista de Jerusalém, como aconteceu entre os séculos XI e XIII.

O século XX será testemunho das iniciativas eclesiais que tentaram implementar esse ideal civilizatório de transformação da sociedade moderna, a partir da religião. Diante de uma sociedade de consumo que substitui o papel religioso da Igreja como referência de atitudes e modeladora das escolhas pessoais sobre estilos de vida e padrões éticos, a Igreja começou sua investida de recatolização, com suas ações pastorais, ao longo do século. (CARRANZA, 2004:125)

A Igreja Católica empreendeu um projeto para a evangelização através dos meios de comunicação de massa: o projeto Evangelização 2000³ foi grandioso; pretendeu alcançar todo o mundo e foi orçado em milhões de dólares. A ideia foi realizar uma evangelização maciça, entre 1990 e 2000 – baseada no desafio lançado pelo papa Paulo VI ao escrever a encíclica “Evangelii Nuntiandi” em 1974.

O Projeto Evangelização 2000 envolveu uma série de atividades (encontros internacionais, retiros para milhares de padres, bispos e teólogos, formação de equipes de leigos, publicações, escolas de evangelização, cursos, cruzadas mundiais de oração). O ponto mais saliente e, por isso também controverso do projeto, foi a vertente eletrônica do projeto: a chamada Associação Lumen 2000 que preveu a evangelização através dos meios eletrônicos, sobretudo rádio e TV.

A primeira iniciativa neste sentido coube ao padre Tom Forrest⁴, então presidente do Conselho Internacional para a Renovação Carismática Católica. Pe. Forrest propôs ao então papa João Paulo II uma década de evangelização (1990 a 2000) com o objetivo de aumentar para 51% o percentual de cristãos em todo o mundo até o final do milênio. “Com isso, a televisão religiosa é consolidada na sua dupla vertente concorrencial: no âmbito institucional, ampliar os rebanhos e/ou atrair os afastados, no plano comercial, acirra a disputa pela captação de audiências” (CARRANZA, 2005:289).

A preocupação fazia sentido se observarmos que a população cristã do planeta tem diminuído: era 33% no séc. XVIII, baixou para 29% no início deste século e esteve perto dos 19% no ano 2000 (Rev. Isto É, 12.mai.1993:53). No início da década de 90, a Igreja Católica possuía 928,5 milhões de fiéis, o que representava 17,7% da população mundial. Este percentual se manteve constante na última década. Metade dos católicos vive na América - 461 milhões (PESSINATTI, 1998:28).

³Disponível em: <http://wiki.cancaonova.com/index.php/Evangeliza%C3%A7%C3%A3o_2000>. Acesso em: 21mar. 2011, 12:01

⁴Disponível em: <http://wiki.cancaonova.com/index.php/Padre_Tom_Forrest>. Acesso em: 21mar. 2011, 12:05.

O assunto deixou de interessar somente à imprensa católica para ganhar manchetes em diversos outros jornais e revistas. Entre outras coisas, a imprensa noticiou vultosos investimentos em dólares, apoio de multinacionais, lançamentos de satélites de comunicação, entre outras ações.

Uma coisa, porém, parece ter ficado bem clara: a proposta do Projeto Evangelização 2000 não alinhava-se aos objetivos pastorais da Igreja no Brasil há vinte anos nem com a visão de evangelização libertadora firmada nos documentos de Medellín (1968) e Puebla (1979) pelos bispos da América Latina. Porém, “houve uma aproximação dos dois lados e isso é positivo” (Jornal Shopping News, 11.abr.1993:8), segundo D. Paulo Evaristo Arns, então cardeal emérito de São Paulo.

A Igreja Católica passou toda a década de 1980 num dilema; o papa João Paulo II sempre deixou clara a sua insatisfação com o discurso esquerdista que os clérigos católicos adotaram em países como o Brasil, sob a bandeira da “opção preferencial pelos pobres”.

O “padre de passeata”, segundo a imagem do dramaturgo Nelson Rodrigues, apoiou invasões de terra e estimulou o crescimento de partidos. Com a redemocratização do país, as comunidades eclesiais de base, onde essa corrente se abrigava, sofreram esvaziamento total. Os ricos e abastados continuaram se dizendo católicos enquanto os pobres se lançavam às religiões e seitas evangélicas. Até a CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil), um celeiro de religiosos ligados à esquerda da Igreja, já está afinada com o crescimento dos carismáticos (Rev. Veja, nº 1541, abr.1998:94).

Se nos anos 60 do século passado a Igreja Católica no Brasil focou sua missão religiosa pela vertente social, percebe-se nitidamente que ela está fazendo o caminho de volta. Um dos maiores indícios disto foi a troca, no final dos anos 90, de um dos mais importantes cargos já ocorrida na cúpula da Igreja no Brasil durante o pontificado de João Paulo II. O cardeal arcebispo de São Paulo, Dom Paulo Evaristo Arns passou o comando da maior arquidiocese do Brasil, com 10 milhões de habitantes para o franciscano Dom Cláudio Hummes.

D. Paulo Evaristo Arns foi um dos principais defensores dos direitos humanos durante o Regime Militar. Ligado aos setores progressistas da Igreja Católica, defendeu a atuação dos religiosos principalmente junto aos pobres. Feito cardeal em 1973, criou no mesmo ano a Comissão de Justiça e Paz da Arquidiocese, que teve papel destacado na defesa dos perseguidos políticos. Participou dos movimentos pela volta da democracia ao país.

Com a nomeação de D. Cláudio Hummes para o posto de D. Paulo Evaristo Arns, a Igreja substituiu um representante da ala rebelde por uma liderança afinada com o papa, como comprovam as próprias palavras do então recém-nomeado arcebispo: “a prioridade da minha missão é religiosa, o social é consequência” (Rev. Veja, nº 1541, abr.1998:36). Apesar de ter marcado presença na luta pela democratização do país depois do golpe militar de 1964, D. Cláudio afirmava que era preciso resgatar a mística católica e é participante ativo dos encontros da Renovação Carismática. Atualmente, D. Cláudio Hummes exerce, no Vaticano, a função de prefeito da Congregação para o Clero⁵, cargo que controla as finanças, entre outros setores.

Muitos estudiosos alegam que a Igreja Católica empreendeu todo o esforço, preconizado no Projeto Evangelização 2000, em função da perda de fiéis. De fato os números são impressionantes: as denominações protestantes aumentaram na ordem de 500% na América Latina (Rev. Veja, 16.mai.1990:46) e este número não acompanha, logicamente, o crescimento vegetativo da população.

Então, de onde veio este exército de pessoas que superlotou as igrejas evangélicas, já que, segundo o sociólogo Alexandre Brasil Fonseca, da USP, o número de pessoas que se declaram sem religião cresceu de 2 milhões em 1980 para 7 milhões em 1991 (Rev. Época, ano I, nº 18, 21.set.1998:15)? Em sua maior parte da Igreja Católica; a migração dos fiéis oriundos do catolicismo para as igrejas evangélicas corresponde a 64% dos convertidos (PESSINATTI, 1998:29).

⁵ Disponível em: < <http://www1.folha.uol.com.br/folha/mundo/ult94u101386.shtml>>. Acesso em: 21mar. 2011, 12:12

De antemão, é preciso que se diga que não se pode negar que a TV inibe a Igreja Católica. As justificativas geralmente ficam por conta do alto e dispendioso investimento financeiro necessário que a Igreja precisa fazer para talvez arriscar uma tímida participação. Outro fator é a fracassada experiência da Igreja Católica no setor da radiodifusão; tendo sob seu comando quase 160 emissoras de rádio (KATER FILHO, 1995:40) a Igreja não pode ser apontada como um modelo devido a grandes fracassos como afirmou o bispo d. Mário Zanetta: “se até hoje a Igreja não conseguiu dominar o rádio, o que dirá a televisão? Nossa rede de rádio anda mal das pernas e acabamos sempre operando no vermelho” (Rev. Isto É, nº 1232, 12.mai.1993:51).

A falta de pessoal especializado é também outro fator intimidante para a Igreja Católica. Até mesmo sua tímida presença atual na comunicação impressa através de seus jornais diários e revistas periódicas, outrora uma de suas fortes e marcantes características é outro fator desestimulante.

*(...) o **espaço** e o **lugar da comunicação** cresceram e aconteceram muito rápido, devido às conquistas das concessões de TV que o Governo nos deu. Foi um momento histórico. Esse espaço tinha que ser assumido em questão de dois ou três anos. A hora era aquela. Ou faríamos isso ou outras igrejas o fariam. (OLIVEIRA: 2004 pág. 34)*

(...) De repente, jovens sacerdotes e seminaristas que não primavam nem primam pela cultura, pelo gosto de ler livros ou pelo conhecimento de psicologia, filosofia, teologia, sociologia e história, mas que tinham acentuado gosto pela oração e pelo sobrenatural, assumiram aqueles microfones, posaram diante daquelas luzes e enfrentaram aquelas câmeras, pregando para milhões de pessoas o pouco que haviam assimilado (...) Achavam que sabiam e que tinham dominado a linguagem da mídia. Arriscaram. Alguém tinha que preencher aquelas horas e aqueles espaços. Em três anos, eram 2,7 mil horas de programação por mês nas três emissoras de televisão (Canção Nova, Século 21 e Rede Vida, grifo nosso) e um número infundável de horas nas emissoras de rádio (...) Eram os novos pregadores assumindo os novos púlpitos. Tinham a cara e a coragem, mas nem sempre o conteúdo para tanto. Culpa deles? Não! (OLIVEIRA: 2004 pág. 35)

No Brasil, a participação da Igreja Católica nos canais comerciais de televisão também era muito tímida; resumia-se à transmissão da missa aos domingos pela manhã. A “Santa Missa em Seu Lar” é um exemplo: produzido pela Arquidiocese do Rio de Janeiro, é um dos mais antigos programas do gênero – foi levada ao ar pela primeira vez no dia 4 de fevereiro de 1968 pela Rede Globo de Televisão e constitui-se o programa mais antigo da emissora. Na versão atual, é apresentado pelo padre Marcelo Rossi nas manhãs de domingo.

Exceção feita à constante presença através da “Santa Missa em Seu Lar”, somente por ocasião de acontecimentos de abrangência e impacto nacional é que a Igreja Católica obtinha destaque maior nas programações nas emissoras de televisão no Brasil. Como exemplo, podemos citar:

1) as três visitas do Papa João Paulo II

O Papa João Paulo II esteve no Brasil em três ocasiões. A primeira delas, em 1980, foi marcada pela expectativa dos brasileiros em receber pela primeira vez um papa no país e pela beatificação do jesuíta espanhol José de Anchieta, fundador da cidade de São Paulo. A segunda aconteceu em 1991, quando o pontífice aproveitou para visitar irmã Dulce, em Salvador. A última passagem de João Paulo II pelo Brasil foi em 1997, quando rezou uma missa campal no Aterro do Flamengo, para 2 milhões de pessoas. Em 1982, o Papa João Paulo II fez uma visita não oficial ao país ao realizar um rápido discurso durante a escala de seu voo no Rio de Janeiro. Ele tinha como destino a Argentina⁶

2) “showmissas” do padre Marcelo Rossi

No dia de finados de 1999, padre Marcelo Rossi reuniu 600 mil pessoas nas ruas próximas ao Santuário do Terço Bizantino, em Santo Amaro (zona sul de São Paulo), onde trabalha; dois meses depois, em 2 de janeiro de 2000, em missa realizada no Autódromo de Interlagos, também na zona sul da cidade, padre Marcelo celebrou para 1 milhão de

⁶ Disponível em: < <http://g1.globo.com/Noticias/PapanoBrasil/0,,MUL18989-8524,00.html>>. Acesso em: 21mar. 2011, 10:23.

pessoas; no dia de finados de 2000, no mesmo autódromo, missa assistida por 2,5 milhões de pessoas.

O primeiro evento (missa de finados de 1999) deu à Rede Globo picos de 33 pontos no Ibope, com média de 27, o equivalente a cerca de 2,6 milhões de telespectadores na Grande São Paulo, audiência similar à que a emissora alcançava na época no horário da novela das sete (FSP, 3.jan.2000:1-5).

O poder de atração que padre Marcelo Rossi exerce sobre o rebanho católico é algo impressionante; o público presente à missa de finados de 2000 (2,5 milhões) superou ao registrado por ocasião da visita do papa João Paulo II, em missa celebrada no Aterro do Flamengo, no Rio de Janeiro, em outubro de 1997 (2 milhões de pessoas). O evento organizado pela Rede Globo, também foi transmitido pela Rede Vida (FSP, 3.nov.1999:3-6). O acordo inicial era para a missa ser transmitida só até as 9h30, mas a transmissão durou até o meio-dia, depois do encerramento (FSP, 3.nov.1999:3-6).

Toda a infra-estrutura da missa celebrada pelo padre Marcelo Rossi em 2 de janeiro de 2000, para 1 milhão de pessoas, no Autódromo de Interlagos, em São Paulo, foi preparada pela Rede Globo, que se recusou a informar sobre os gastos com o evento. Diretores da emissora que estiveram no local – segundo declararam “para prestigiar” Rossi – comemoravam a cada divulgação de público e de audiência (FSP, 3.jan.2000:1-5). Transmitido ao vivo pela emissora, a cerimônia teve audiência média de 29 pontos, o equivalente a cerca de 2,32 milhões de telespectadores na Grande São Paulo. De acordo com a Globo, a média de audiência do horário era de 15 pontos. Às 13h45 alcançou pico de 37 pontos de audiência (FSP, 3.jan.2000:1-5).

Concomitantemente à presença cada vez mais assídua dos padres cantores na TV secular, as emissoras de televisão ligadas à Igreja Católica passaram a se organizar em redes. A Rede Vida de Televisão nasceu em São José do Rio Preto, São Paulo, de uma iniciativa de um leigo católico, o empresário da comunicação João Monteiro de Barros Filho, dono do Grupo Independente composto por cinco rádios e um jornal, que pleiteava

desde outubro de 1989 junto ao Governo Federal a outorga de um canal de televisão. No final do governo Sarney ele foi contemplado com a concessão da TV Independente.

Amigo particular do arcebispo de Botucatu (SP), d. Antonio Maria Mucciolo, em 1991 João Monteiro de Barros Filho oferece-lhe a outorga do referido canal para uso da Igreja Católica. Em 1992, numa das Assembleias dos Bispos em Itaici, d. Mucciolo obtém a aprovação da CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil). Ficou acertado que o canal de televisão teria o apoio dos Bispos do Brasil, porém sem pertencer à CNBB.

Posteriormente a RedeVida passou a operar também em parceria com a TV Aparecida retransmitindo alguns de seus programas, como a Missa de Aparecida. Também mantém parceria com o CTV (Centro Televisivo Vaticano) retransmitindo a oração do Ângelus proferida pelo papa Bento XVI aos domingos.

A Associação do Senhor Jesus nasceu em 1981 de um pequeno grupo de leigos católicos liderados pelo sacerdote norte-americano Edward Dougherty. Instalada na cidade de Valinhos (SP) a 120 Km da capital paulista, ocupando uma área de 4,5 mil metros quadrados (o que custou à época 1,2 milhão de dólares amealhado entre os 70 mil católicos associados e alguns “pesados” doadores norte-americanos) a Associação do Senhor Jesus foi criada com o objetivo de utilizar a televisão como um meio eficaz de evangelização.

“Seus fundadores, adeptos da Renovação Carismática Católica, acreditavam que se conseguissem levar adiante esse objetivo poderiam servir à Igreja através de uma presença viva nesse importante meio de comunicação que já estava, nos poucos horários que as emissoras destinavam a assuntos de religião, quase totalmente tomado pelos evangélicos” (KATER FILHO, 1995:63).

No início o grupo não conhecia absolutamente nada de comunicação, nem tampouco possuía equipamentos técnicos para realizar as gravações e muito menos recursos financeiros. Utilizando equipamentos emprestados da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, o grupo conseguiu gravar os primeiros pilotos do recém-criado programa

“Anunciamos Jesus” que, depois de muito esforço, conseguiu sua exibição, em 1983, pela TV Gazeta de São Paulo, aos sábados, às 6h30 na abertura da programação da emissora. “No circuito televisivo a Século 21 é o terceiro maior centro de produção do país, atrás do Projac, da Rede Globo e do projeto Anhanguera, do SBT” (CARRANZA, 2005:291).

A TV Canção Nova, emissora católica da Fundação João Paulo II, começou suas atividades em 8 dezembro de 1989, transmitindo a celebração de uma missa inaugural, com uma retransmissora da TVE do Rio de Janeiro. Eram duas horas e quarenta minutos diários de programação para Cachoeira Paulista (SP) e cidades vizinhas. Anos depois, essa programação foi também sendo divulgada por outros canais, até começar a ser exibida via satélite através da TV Executiva Embratel.

Em 1997 formou-se a Rede Canção Nova de Televisão com a compra da TV Jornal em Aracaju (SE), gerando a programação para toda a Região Nordeste. Em 2007, com apenas dez anos de formação de rede, a TV Canção Nova estabeleceu-se como a maior emissora de televisão católica do Brasil.

Ganhadora do certificado da Guinness World Records (Guinness Brasil), no dia 13 de setembro de 2003, por ter uma programação de 24h totalmente religiosa sem comerciais (...) Utilizando-se do mesmo modelo de arrecadação da TV Século 21, a Fundação João Paulo II, responsável jurídico pela TVCN, desenvolve as mesmas estratégias de sócios contribuintes fixos (depósito bancário) e campanhas esporádicas de arrecadação. Entretanto, ela utiliza-se de outras estruturas como organização de arrecadadores (voluntários que se propõem coletar pessoalmente contribuições), colaborações online, televenda de produtos Canção Nova, loja virtual.(...) embora todas as tevês católicas solicitem com veemência colaboração, a que mais sobressai por sua insistência e criatividade é a TVCN. (CARRANZA, 2005:291).

As primeiras iniciativas para a formação da TV Aparecida deram-se a partir de 2000 quando a Fundação Nossa Senhora Aparecida decidiu buscar o canal que existia para a cidade de Aparecida (interior de São Paulo) no Plano Básico de Radiodifusão.

Os contatos iniciais foram feitos junto ao Ministério das Comunicações por intermédio de Dom Aloísio Lorscheider (um dos diretores da Fundação Nossa Senhora Aparecida) com o então Ministro Pimenta da Veiga para a concessão do canal 59 em UHF mediante a mudança do referido canal para o modelo de TV Educativa. Após cumpridas as exigências legais, em maio de 2001 o ministro Pimenta da Veiga veio à cidade de Aparecida e, após a participação na missa, assinou o projeto de concessão do referido canal.

Ato contínuo, em 31 de outubro de 2001, foi assinado em Brasília o contrato entre o Ministério das Comunicações e a Fundação Nossa Senhora Aparecida. No dia 8 de setembro de 2005, a TV de Nossa Senhora foi inaugurada.

A TV Horizonte é uma emissora mineira, com sede em Belo Horizonte (MG), criada pela Arquidiocese de Belo Horizonte (MG), mantida pela Fundação Cultural João Paulo II e em funcionamento desde 13 de agosto de 1998. No ar 24 horas por dia, produz praticamente toda a sua programação através dos canais 19 (UHF), 22 (NET) e 24 (WAY TV) e também pelo satélite B4 em formato digital para todo Brasil, com cerca de onze horas diárias de produção. Alguns programas da emissora são realizados em parceria com a Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais e com os Diários Associados.

A Rede Nazaré de Televisão pertence à Fundação Nazaré de Comunicação da Arquidiocese de Belém. O sinal é transmitido para todo o Estado do Pará, pelo satélite para todas as Américas, toda a Europa e norte da África e via internet. Já a TV PUCRio, fundada em 1999, é operacionalizada por profissionais e estagiários, constituindo-se como um laboratório. Os programas são elaborados, produzidos, editados e apresentados por estagiários (alunos do curso de Comunicação Social da Universidade). O trabalho desses estagiários é supervisionado por uma equipe de professores.

Paradoxalmente, foram os carismáticos quem acamparam todas as iniciativas para a formação das emissoras católicas, a Fundação João Paulo II, de Cachoeira Paulista (SP) é a mantenedora da TV Canção Nova, liderada pelo Pe. Jonas Abib, um dos maiores líderes carismáticos do país; a Associação do Senhor Jesus produtora da TV Século XXI, do outro lado, é presidida por outra liderança do movimento, o Pe. Edward Dougherty.

A teóloga e socióloga Brenda Carranza, em sua tese de doutorado junto à Universidade Estadual de Campinas, faz uma análise comparativa extensa da programação das emissoras de tevê católicas (que, segundo ela, não se distingue das evangélicas). Resumidamente, ela constata:

Ao se analisar a grade de programação observa-se que os produtos que são veiculados distribuem-se nos mais diversos gêneros de programas, que podem ser assim agrupados: de entretenimento (diversificados para jovens, crianças, adultos e idosos), de jornalismo (normalmente notícias e imagens negociadas de outros telediários), programas de auditório (realizados nos locais de estúdio das tevês), litúrgicos (realizados diretamente de templos e/ou igrejas), catequéticos (para crianças, programas infantis ou para adultos, geralmente em formato de entrevistas), programas de promoção social (entrevistas e ações comunitárias), institucionais (sobretudo de informação intraeclesial) de informação econômica e orientação empresarial. (CARRANZA, 2005:298).

Especificamente para as emissoras católicas, a autora ainda ressalta que “nos programas das redes católicas, tanto na RedeVida, quanto na Século 21 e na TVCN, percebe-se que o seu público alvo é intraeclesial, ou seja, os programas são produzidos por católicos para serem assistidos por católicos” (CARRANZA, 2005:298).

Tal percepção intraeclesial confirma-se na pesquisa realizada pelo CERIS, que avaliou 212 programas católicos. Neles o peso maior do conteúdo do formato televisivo recai nas notícias e atividades da Igreja (30%) e na vivência religiosa (35%), distribuindo-se o restante dos conteúdos entre espiritualidade, valores, saúde, família, sócio-política. (CARRANZA, 2005:299).

Referências

BOA NOVA, Antonio Carlos. *Clero e povo - o catolicismo da América Latina nos anos 60*. São Paulo, CERU e FFLCH/USP, 1981.

BRAGA, Antonio Mendes da C. TV Católica Canção Nova: “Providência e compromisso” x “mercado e consumismo” em *Religião & Sociedade*, v.24, n.1, 2004.

CARRANZA, Brenda. Catolicismo em movimento In Religião e Sociedade, RJ, 2004.

_____. Movimento do Catolicismo Brasileiro: Cultura, mídia, instituição. Tese de Doutorado em Ciências Sociais apresentada à Universidade Estadual de Campinas, SP, 2005.

CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA. Editora Vozes, Rio de Janeiro, 1993

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Lisboa, Edições Mobilis in Mobili, 1991.

DIAS, Arlindo Pereira. Domingão do cristão: estratégias de comunicação da Igreja Católica, SP, Salesianas, 2001.

FORE, William F. *Television and religion - the shaping of faith, values and culture*. Minneapolis, USA, Augsburg Publishing House, 1987.

GASPARETTO, Paulo Roque. Miatização da Religião: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento. Estudo sobre a recepção da TV Canção Nova. Tese de Doutorado. São Leopoldo: Unisinos, 2009.

HAUG, Wolfgang F. *Crítica da estética da mercadoria*. São Paulo, Editora Unesp, 1996.

KATER FILHO, Antonio Miguel. *O marketing aplicado à Igreja Católica*. 2ª ed., São Paulo, Edições Loyola, 1995.

KOTLER, Philip. *Administração de Marketing*. São Paulo, Editora Atlas, 1981

LASCH, C. *O mínimo eu*. São Paulo, Ed. Brasiliense, 1986.

LIPOVETSKY, G. *O império do efêmero*. São Paulo, Cia das Letras, 1989.

OLIVEIRA, José Fernandes. Novos púlpitos e novos pregadores. SP: Paulinas, 2004.

PESSINATTI, Nivaldo Luiz. *Políticas de comunicação da Igreja Católica no Brasil*. São Paulo/Petrópolis, Unisal/Vozes, 1998.

SOARES, Ismar de Oliveira. *A comunicação de resistência no movimento popular ligado à Igreja Católica*. São Paulo, CCA-ECA/USP e CBELA - Centro Brasileiro de Estudos Latino-americanos, 1994.

_____ & PUNTEL, Joana T. *Comunicação, Igreja e Estado na América Latina*. São Paulo, Edições Paulinas.

_____. *Do Santo Ofício à Libertação - o discurso e a prática do Vaticano e da Igreja Católica no Brasil sobre a comunicação social*. São Paulo, Edições Paulinas, 1988.