

18º Congresso Brasileiro de Sociologia

26 a 29 de Julho de 2017, Brasília (DF)

Grupo de Trabalho: Religião, conflitos e questão de secularização

Interlocução política, religiosa e midiática: os laços entre parlamentares e as
redes paulistas de televisão católica

Giulliano Placeres

UFSCar - Universidade Federal de São Carlos

Resumo

O presente artigo objetiva analisar o apoio político mútuo entre parlamentares e representantes das maiores redes de televisão católica do Brasil: TV Aparecida, Canção Nova, Rede Vida e TV Século XXI. São demonstrados: A atuação de atores sociais em prol de tais canais televisivos e, igualmente, o apoio político-eleitoral que eles recebem dessas emissoras. O fomento e patrocínio institucional para a criação de tais canais faz parte da estratégia católica de atuar em contrapartida ao relevante avanço das denominações evangélicas e conjuntamente dar suporte ao seu principal movimento, a Renovação Carismática Católica (RCC). A este contexto estão diretamente relacionadas à eleição de parlamentares com ostensiva identidade católica, ligados sobremaneira à RCC. Destacam-se, portanto, alianças entre políticos e clérigos católicos, além da formação de arranjos partidários propícios, concessão e outorga de emissoras por parte do governo federal e dos processos eleitorais. Tal conjunto de fatores faz com que tais veículos comunicativos exerçam papel significativo no mercado religioso brasileiro, contribuindo para que a evasão católica não seja ainda maior do que ocorre.

Introdução

A relação entre religião e política se destaca no Brasil, dada a crescente presença e influência evangélica e igualmente da tradicional força católica nos parlamentos e também nos aparatos de Estado. Há muitos ativistas religiosos que são também ocupantes de cargos públicos e de representação política. Os católicos atuam nesse sentido há bem mais tempo, pois a separação entre igreja e Estado, ocorrida em 1890, não significou o fim dos privilégios concretos do catolicismo (MARIANO, 2011). A instituição sediada em Roma prosseguiu com ascendência sobre a máquina estatal, sempre usufruindo de prerrogativas junto aos governos, com base na condição de religião dominante cultural, política e numericamente.

Entretanto, no segundo censo demográfico que abordou também a religião, feito pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 1950, o catolicismo já apareceu declinante, assim prosseguindo desde então¹. Observa-se nesse período um processo de industrialização, modernização e secularização, difundido não só no Brasil, mas em diversos países, conjuntamente com a reivindicação de direitos cidadãos em face dos crescentes anseios sociais no meio urbano. Tal contexto ensejou a busca de outras opções religiosas. Diante das novas demandas da sociedade, uma crescente parcela populacional rompe com o catolicismo, buscando outras formas de credo, num movimento de diversificação religiosa que resultou também em crescimento do contingente que se declara sem religião.

Na tentativa de diminuição do fosso cultural formado entre o conservadorismo religioso e o modernismo secular em nível macro, a igreja realizou o Concílio Vaticano II entre 1962 e 1965. Começava ali a grande mudança de atitude católica perante as demandas do mundo contemporâneo, impulsionando o processo de modernização religiosa através do *aggiornamento* que consistia na adaptação da igreja aos novos tempos, principalmente em relação à ciência. Era preciso começar a falar com o mundo

¹Os católicos representavam 93,7% da população, enquanto os evangélicos apenas 3,4%. Já no último censo, realizado em 2010, estes atingiram 22,2% frente a 64,6% daqueles, que pela primeira vez apresentaram queda absoluta, tendo seu crescimento sido menor do que o da população nacional. (IBGE, 2010).

modernizado, não mais em latim e apenas no interior dos templos, mas sim em língua vernácula e também através das mídias eletrônicas, mediante o já popular rádio e por meio da televisão que se propagava nos países em desenvolvimento.

Inserção televisiva católica no Brasil

No escopo do Concílio Vaticano II, a Igreja Católica estabelece novas diretrizes e políticas de ação em relação a vários temas, dentre eles o da comunicação social. O decreto *Inter Mirifica*, também aprovado naquela grande reunião em Roma, traçou novas perspectivas relacionadas ao modo de a igreja se comunicar. Porém, mais do que isso, resultou no estreitamento de laços dela com governos e a iniciativa privada em prol do desenvolvimento de empreendimentos de comunicação social² conforme os interesses doutrinários católicos: “(...) este sagrado concílio chama a atenção para a obrigação de sustentar e auxiliar os diários católicos, as revistas e iniciativas cinematográficas, as estações e transmissões radiofônicas e televisivas” (CONCÍLIO VATICANO II. 1962-1965 - DECRETO INTER MIRIFICA, CAP. II ART. 17°).

Pela primeira vez, um documento oficial católico em âmbito mundial tratou de condições para o desenvolvimento dos instrumentos de comunicação social, constituindo-se como uma orientação geral para o clero e o laicato fazerem uso dos meios comunicativos (PUNTEL, 1994). No Brasil, a igreja atuava fortemente nos meios de comunicação social através de emissoras de rádio, tendo sido a primeira católica constituída em 1941, na arquidiocese baiana de Salvador, o envolvimento com a então recém-chegada televisão, não tardaria. O frei e cantor mexicano José de Guadalupe Mojica veio a São Paulo, a convite do empresário e político³ Assis Chateaubriand. O objetivo era o de

²Dentre eles se destaca a EWTN - Eternal Word Television Network ou Rede de Televisão Palavra Eterna, maior rede de televisão católica no mundo, estando presente em todos os continentes a partir de satélites próprios, com um alcance de mais de 140 países. Foi fundada pela madre Angelica, da ordem das Clarissas em 1981, na cidade de Irondale, estado no Alabama, Estados Unidos (EWTN, 2016).

³ Além de Senador pelos estados da Paraíba e Maranhão (1952 e 1955), Chateaubriand sempre foi influente no meio político brasileiro, obtendo de Getúlio Vargas empréstimos financeiros para ampliar seus outros veículos de comunicação como rádios, jornais e revistas. (FGV – CPDOC, 2017; FERREIRA,1999?).

colaborar para a implementação da TV brasileira logo em sua primeira transmissão ao vivo. Mojica então participou do show experimental da TV Tupi-PRF3, a pioneira no Brasil. (AGÊNCIA ESTADO; PRÓ-TV, 2015).

Menos de três décadas após a inserção no rádio, a igreja inaugurou em 1969 sua primeira emissora televisiva nacional, a TV Difusora, de Porto Alegre, sob responsabilidade dos frades capuchinhos. Essa emissora manteve-se ativa por dez anos até ter sua licença de funcionamento caçada, ainda no contexto do regime militar (DELLA CAVA; MONTERO, 1991).

A contrapartida evangélica

De outro lado, os evangélicos aderiram mais que os católicos às tecnologias eletrônicas de comunicação social, principalmente através de emissoras de rádio. Na televisão, os batistas, já no começo dos anos 1960, iniciaram e conseguiram manter por mais de três décadas o programa “Um pouco de sol”, veiculado na TV Gazeta, de São Paulo. Além dos batistas, outros grupos evangélicos também estabeleceram estratégias para ganhar adeptos e aumentar o seu rebanho na concorrência com o catolicismo através da televisão, sobremaneira alugando espaços para programas próprios (CAMPOS, 2004; 2008).

Entretanto, mais audacioso do que alugar espaços para a realização de programas, é adquirir emissoras televisivas. E o grande feito evangélico nesse sentido foi a compra no valor de 45 milhões de dólares das três principais emissoras e dos direitos sobre a Rede Record de Rádio e Televisão por Edir Macedo, fundador e líder da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD)⁴. A negociação junto à emissora decadente foi feita não diretamente pelos dirigentes dessa denominação, mas por intermediários políticos como Odenir Laprovita Vieira, deputado federal eleito com apoio da IURD em 1990 pelo Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB-RJ). Na Câmara Federal, Vieira atuou como membro da importante Comissão de Comunicações (FREESTON, 1994; MARIANO, 1999).

⁴Além da Record, Macedo adquiriu a Rede Família e Rede Mulher, esta, por sua vez, veio a ser transformada em 2007 numa emissora dedicada a notícias: Record News.

Outro grande empreendedor televisivo, também neopentecostal, é Romildo Ribeiro Soares⁵, o RR Soares, da Igreja Internacional da Graça de Deus (IGD). Ele foi o primeiro líder evangélico brasileiro a apresentar um programa televisivo, o *Despertar da Fé*, na TV Tupi, em 1977, ainda como cofundador da IURD. Já desligado da denominação de Macedo, voltaria à TV em 1982. Vinte anos depois, a IGD investia maciçamente na manutenção do programa *Igreja da Graça em Seu Lar* - transmitido por CNT, Bandeirantes, Manchete e Vinde. Em 1997, estreou o programa *R. R. Soares*, o primeiro evangélico a ser transmitido em rede nacional no chamado horário nobre da televisão brasileira, entre 20:30 e 21:30, por aquelas emissoras (MARIANO, 1999).

Por fim, o terceiro líder neopentecostal com destaque na televisão é Valdemiro Santiago, da Igreja Mundial do Poder de Deus (IMPD). Ele começou apresentando o programa diário *O poder sobrenatural da fé* no Canal 21 UHF, bem como na Rede TV. Através da mídia televisiva, esse líder ganharia notoriedade, sobremaneira pelo suposto poder de cura (BITUN, 2007).

O engajamento pentecostal na política partidária visando concessões de emissoras de rádio e TV deu-se no contexto da Assembleia Nacional Constituinte a partir de 1987, em que parlamentares evangélicos reivindicaram legislação favorável para suas igrejas e também negociaram apoio, sobretudo, junto ao então ministro das Comunicações Antônio Carlos Magalhães para apoiar a proposta de mandato presidencial de cinco anos a José Sarney em troca de concessões de emissoras radiofônicas (PIERUCCI, 1989; FRESTON; 1993; CAMPOS, 2003). Ressalta-se a expressiva corrida evangélica aos meios de comunicação por meio de compra de emissoras e aluguel de horários no rádio e na TV. Nela, têm destaque se sobressaem os três líderes neopentecostais citados, cuja cifra investida chega a trezentos milhões de reais anuais, levantando suspeitas⁶.

⁵Proprietário da evangélica RIT TV (Rede Internacional de Televisão), com sede na capital paulista. Destaca-se também a Rede Boas Novas, (RBN), vinculada à Assembleia de Deus no estado do Amazonas. Fundada em 1993, na cidade de Manaus pelo pastor Samuel Câmara, essa emissora foi comprada por US\$ 3 milhões. Seu alcance da programação engloba todas as capitais do país (CAMPOS, 2008).

⁶MÍDIA, RELIGIÃO E POLÍTICA, 2015. Disponível em: www.metodista.br/midiareligiaopolitica/index.php/2015/02/01/governo-comeca-a-fiscalizar-aluguel-de-horarios-em-tvs-abertas-para-grupos-religiosos.

Reação católica e engajamento político frente à expansão pentecostal

Entre as décadas de 1980 e 2000, a Igreja Católica, especificamente o clero paulista, movimentou-se em prol de empreendimentos televisivos, com abertura de espaço dentro de emissoras laicas⁷. Por instrumentos como acordos políticos e também com agentes da iniciativa privada, foram levantados recursos para a criação de emissoras ligadas à instituição romana. A iniciativa tinha como principal objetivo fazer frente ao rápido crescimento dos evangélicos, que obtinham cada vez mais visibilidade, espaço nas mídias e também poder político (MARIANO, 2008).

Mais uma vez, a relação entre religião e política se mostra bastante presente na expansão do aparato comunicativo de igrejas. Se a presença católica já ocorria há décadas no setor de radiodifusão, a meta seguinte era adentrar nos meios televisivos, não só exibindo missas em emissoras laicas, mas também constituindo veículos próprios. Era preciso obter concessões de canais mediante ações junto ao governo federal. Salienta-se que a concessão e outorga⁸ para funcionamento de veículos de comunicação social como o rádio e a televisão implicam na participação direta do Ministério de Comunicações e da Presidência da República.

O primeiro é responsável pela outorga de emissoras de rádio, enquanto que a segunda a outorga dos canais de televisão (MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES, 2017).

Dessa maneira, a concessão de emissoras de rádio e televisão, envolve inevitavelmente um processo político abarcando diferentes agentes e interesses. Embora culturalmente ainda bastante influente, o catolicismo, ao lado das demais religiões, enfrenta a subordinação a regramentos e obrigações advindos do poder público, conforme afirma Arendt, (2006, p. 29):

⁷ Missas seriam transmitidas ao vivo, com destaque para a do Santuário Nacional de Aparecida, veiculada pela TV Cultura desde 1987, e a do popular padre Marcelo Rossi na Rede Globo a partir de 2001.

⁸ Concessão é a autorização obtida para exploração de serviços de utilidade pública. A outorga, por sua vez, permite fazer uso por tempo determinado da concessão pública adquirida, devendo, portanto, ser periodicamente renovada. (MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES, 2017).

A Igreja precisa da política e, na verdade, tanto da política mundana dos poderes seculares como da própria política religiosa ligada ao âmbito eclesial, para poder manter-se e afirmar-se na terra e neste mundo do lado de cá — enquanto Igreja visível.

Gradativamente, a Igreja Católica no Brasil vem perdendo espaço para outras organizações religiosas e outras fontes de orientação de conduta individual, em face do Estado laico. Mesmo sendo ainda hegemônica, seu maior engajamento no espaço político-partidário, através de representantes leigos em posse de mandatos parlamentares foi inevitável para poder prosseguir com influência significativa sobre a sociedade⁹. Tendo que se adequar aos ditames do Estado laico e também concorrer com as crescentes denominações evangélicas, a Igreja Católica se vê na condição de desenvolver parcerias comerciais, assim como alianças com candidatos e parlamentares eleitos em prol de seus empreendimentos midiáticos.

Em detrimento desse cenário de dependência para com atores seculares, ainda é relevante a influência que a igreja exerce sobre a realidade social e cultural que a envolve. Segundo Bourdieu (1989), tal poder é exercido através dos leigos que são simbolicamente dominados na instituição religiosa, mas dominantes econômica e politicamente na sociedade. Nesse meio estão empresários e parlamentares que procuram beneficiar a igreja, sendo por ela (ou segmentos dela) também legitimados, reconhecidos, prestigiados e efetivamente apoiados.

Considerando o constante avanço pentecostal, o desafio do catolicismo contemporâneo consiste na preservação de seu poder simbólico, embora debilitado, ainda hegemônico na sociedade brasileira. Para tanto, se movimentou, abraçando oportunamente a proposta de inserção de modo mais incisivo nas mídias eletrônicas, sobremaneira a televisiva.

Alguns segmentos católicos buscaram então se relacionar com diferentes agentes da esfera pública, em busca de apoio financeiro e político para seus projetos de criação e expansão de emissoras. De fato, o processo de implantação, manutenção e a ampliação de veículos de comunicação,

⁹Destaca-se, nesse sentido, o acordo assinado no Vaticano em 2008 entre o governo brasileiro e a Santa Sé, relativo ao estatuto jurídico da Igreja Católica no Brasil (GIUMBELLI, 2011).

sobretudo televisivos, envolve sempre relações de poder: simbólico, econômico e político, acumulado pelos agentes envolvidos (BOURDIEU, 1989).

O engajamento católico direcionado ao campo político com objetivos midiáticos tem como principal base a RCC. Trata-se de um movimento de leigos de classe média surgido nos Estados Unidos entre docentes e estudantes universitários ao final da década de 1960, tendo como finalidade buscar uma forma de “renovação espiritual”, mantendo contato com diferentes grupos evangélicos pentecostais (PRANDI, 1997). O movimento carismático não tardou a se difundir para outros países, dentre eles o Brasil:

Rapidamente a RCC chega ao Brasil em 1969 por intermédio do fundador da TV Século XXI, Pe. Eduardo Dougherty (...) sua organização central é basicamente laica, tendo como sua base os grupos de oração (...) chegando dispostos a brigar no território do amplo mercado religioso. (PRANDI, 1997, p. 32-38).

Ressalta-se o trecho já que a RCC foi e continua sendo a principal resposta da Igreja Católica ao crescimento evangélico no país, fazendo-se presente em eventos massivos e também nos meios de comunicação social. Ela impulsionou as ações midiáticas do catolicismo brasileiro, com destaque para as emissoras televisivas. Para viabilizar a criação de canais de TV, se consolidando no setor de radiodifusão¹⁰, a igreja, em especial o segmento carismático, demandou considerável apoio político de modo a participar em boas condições dos processos de concessão realizados pelo governo federal. Em contrapartida, deu apoio a candidatos e depois parlamentares em exercício de mandatos que representam seus interesses.

Laços políticos das emissoras católicas paulistas

A reação católica objetivando frear a perda de seus adeptos a outras religiões sobretudo os pentecostais a partir dos anos 80 esteve alinhada em grande medida por meio do movimento carismático. Sua atuação, como explicitado, foi propulsora das ações midiáticas televisivas católicas no Brasil.

¹⁰Segundo a legislação brasileira, compreende os serviços destinados a serem recebidos direta e livremente pelo público em geral e é dividida em radiodifusão sonora (rádio) e radiodifusão de sons e imagens (televisão). (ANATEL, 2017).

Dessa maneira, ressaltam as quatro maiores emissoras católicas do país, todas sediadas no estado de São Paulo: Canção Nova, Rede Vida, TV Aparecida e Século XXI,

Tais canais apresentam constante crescimento, especialmente em relação a sua infraestrutura em geral, inclusive com a substancial aquisição de retransmissoras, o que as permitem chegar via sinal de satélite basicamente em todo o país e também internacionalmente. Ademais, ambas disponibilizam suas programações diárias por meio da internet facilitando o acesso de seus espectadores. Toda mobilização acerca da busca de investimentos financeiros referentes à manutenção, bem como de recursos que as possibilitam estarem em plena expansão decorrem em grande parte do constante apoio mútuo existente entre elas e agentes religiosos, públicos e privados.

Canção Nova

O canal televisivo Canção Nova sediado do município de Cachoeira Paulista, iniciou suas atividades em 1989 a partir de uma retransmissora da TVE no Rio de Janeiro (CANÇÃO NOVA, 2017). Tem como seu fundador o salesiano Monsenhor Jonas Abib, grande liderança nacional da RCC. A administração da TV bem como de seus outros meios de comunicação como a rádio e internet, são gerenciados pela mantenedora Fundação João Paulo II. Sua direção executiva fica a cargo de um casal de leigos que há décadas acompanham o trabalho de Abib, Wellington Silva Jardim, e Luzia Santiago.

O canal mantém relações diretas com o campo político: a compra de sua primeira geradora em 1997, que a possibilitou entrar no ar nacionalmente, veio através de acordo financeiro firmado com o casal de políticos sergipanos João Alves Filho ex-prefeito da capital, e da senadora Maria do Carmo Alves pelo Democratas, (DEM-SE) até então proprietários da extinta TV Jornal. A negociação do canal foi intermediada diretamente com membros da Igreja Católica, com destaque para Dom José Palmeira Lessa, Arcebispo de Aracaju e o Frei Hans Stapel. (CANÇÃO NOVA, 2014).

Durante muito tempo a Canção Nova teve como um de seus expoentes, o ex-deputado federal e ex-secretário da educação da capital paulista, Gabriel

Chalita. Este atuou conjuntamente ao atual governador de São Paulo Geraldo Alckmin pelo PSDB durante duas décadas. Ambos participaram de atividades relacionadas à comunidade como adeptos católicos ainda na adolescência. (CHALITA, 2006). Em meio a protestos, Alckmin¹¹ cedeu uma fazenda por tempo indeterminado com 87 hectares para a Canção Nova em 2006. Destaca-se que anteriormente a mesma fora solicitada por pelo menos dois outros órgãos do próprio governo, entre eles, o ITESP Instituto de Terras do Estado de São Paulo, que pretendia utilizar o local para reforma agrária¹². (FOLHA UOL, 2006).

Outro forte nome é o de Salvador Zimbaldi¹³, ex-deputado federal, eleito inicialmente em 1995 pelo Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB-SP), posteriormente migrou para o Partido Republicano da Ordem Social (PROS). Também empresário, arregimentou apoio eleitoral em troca de aquisição de retransmissoras de TV para a Canção Nova e igualmente para a TV Século XXI. Há em Brasília, pelo menos dois deputados federais eleitos no pleito de 2014 com auxílio da Canção Nova. Eros Biondini, do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB-MG), e Flávio Augusto da Silva, mais conhecido como Flavinho pelo Partido Socialista Brasileiro (PSB-SP). Biondini foi o responsável por coordenar as ações para a instalação da emissora em Minas Gerais, já Flavinho, missionário católico esteve engajado por quase duas décadas nas atividades do canal.

TV Século XXI

A TV Século XXI surgiu no ano 1999 na cidade de Valinhos por intermédio do padre jesuíta norte-americano Eduardo Dougherty. Assim como Jonas Abis, Dougherty é um dos pioneiros do movimento carismático no Brasil. Com ampla experiência nos meios de comunicação adquirida por sua experiência anterior no rádio, em 1983, lançou pela TV Gazeta, o primeiro

¹¹ Mesmo nunca tendo declarando publicamente, Alckmin mantém laços com a Opus Dei, instituição conservadora e hierárquica da Igreja Católica que teve como seu fundador Josemaría Escrivá de Balaguer, canonizado em 2002.

¹² Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u117502.shtml>.

¹³ Conhecido por atuar em prol da Igreja Católica, em 2004 esteve envolvido no “Escândalo dos sanguessugas”, esquema de superfaturamento e desvio de dinheiro público destinado à compra de ambulâncias distribuídas pelo Ministério da Saúde. Uma delas havia sido doada a Fundação João Paulo II, que administra a Canção Nova por Zimbaldi e posteriormente após a repercussão do caso, acabou sendo devolvida.

Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u81075.shtml>

programa católico da televisão brasileira: *Anunciamos Jesus*. Começou a ser gravado na Pontifícia Universidade Católica (PUC) de Campinas, (SOUZA, 2008) e ainda está no ar pela Século XXI completando 34 anos.

Administrado pela Associação do Senhor Jesus, (ASJ) sua entidade mantenedora, o canal contou com recursos oriundos do centro carismático americano de Dallas e também da família holandesa Brenninkmeyer, proprietária da cadeia de lojas de confecções C&A. Dougherty montou estúdios com certo grau de sofisticação, produzindo novelas e demais programas voltados para a devoção católica (ASSMANN, 1986; BENEDETTI, 2000; CARRANZA, 2000).

Durante grande parte da caminhada de Pe. Dougherty nos meios de comunicação esteve ao seu lado o ex-deputado federal já mencionado Salvador Zimbaldi. Em uma relação de mútuo apoio, o religioso contava com o respaldo político de Zimbaldi para trazer recursos, sobretudo para a aquisição e manutenção de seu próprio canal televisivo. Por outro lado, sempre apoiou constantemente suas candidaturas desde vereador até deputado federal, inclusive chegou a gravar vídeos declarando apoio ao parlamentar durante algumas das campanhas das quais se lançava.

Destaca-se igualmente relação política de Dougherty com o ativista político Odair Cunha, deputado federal do Partido dos Trabalhadores (PT-MG) e apoiado explicitamente pelo religioso: “o trabalho que ele tem feito vai continuar (...) ele tem ajudado muito a TV Século XXI, a nossa expansão, conseguindo mais canais de televisão aí em Minas Gerais” (PROCÓPIO, 2012).

Rede Vida

A Rede Vida de televisão é a única dentre as emissoras aqui apontadas a ser formada a partir de um projeto familiar de leigos. Possui estúdios em São José do Rio Preto e na capital paulista. Seu fundador, o jornalista João Antônio Monteiro de Barros Filho, é detentor de outros veículos de comunicação social: estações de rádios e um jornal impresso.

Com ativa participação na cena pública, concorreu a prefeito em Barretos na década de 1970. Mesmo não se elegendo, adquiriu laços com

diversos atores políticos que o auxiliariam posteriormente a concorrer com outros grupos televisivos laicos no processo de concessão de seu canal. Dentre eles, Augusto Marzagão, seu amigo pessoal, que ocupou o cargo de secretário particular do presidente da república a época José Sarney a partir de 1989. Marzagão já havia trabalhado no meio televisivo na emissora mexicana Televisa como vice-presidente de operações internacionais. (PLACERES, 2015).

Sarney tinha como seu Ministro das Comunicações, António Carlos Magalhaes. Valendo-se de sua posição, acenava ou prometia concessões de radiodifusão para àqueles que se dispusessem a apoiar o pleito do presidente por mais um ano de mandato (LIMA, 2010). Igualmente, vale ressaltar, já havia auxiliado também os evangélicos. O apoio de Monteiro Filho a Sarney somado a relação de amizade com Marzagão, foi um dos trunfos do canal para conseguir sua concessão em 1990. A emissora no ar desde 1995, conta com um representante político em Brasília: Elpídio Amanajas, assessor de relações corporativas e institucionais da Rede Vida, que já trabalhou com José Sarney no Conselho de Comunicação do Senado Federal enquanto este o presidia. (PLACERES, 2015).

TV Aparecida

Última dentre as maiores emissoras católicas a entrar no ar, tem sido dirigida desde 2005 pelo Pe. António César Moreira Miguel, pós-graduado em jornalismo, em conjunto com o reitor da Basílica de Aparecida, João Batista de Almeida. O canal é gerenciado por meio da Rede Aparecida de Comunicação, sua mantenedora juntamente com a rádio que igualmente carrega o nome da padroeira. Moreira iniciou suas atividades ainda na rádio Aparecida, e durante sua permanência fez várias amizades que o levaram a trabalhar em rádios laicas como Rede Globo e também Record, porém anterior a sua compra pela IURD no início da década de 80.

Posteriormente, com uma vasta inserção no setor de meios de comunicação do país, e em conjunto a outros dois religiosos, Dom Darci José Nicioli e Dom Aloísio Lorscheider foi diretamente a Brasília solicitar uma concessão de TV ao Ministro das Comunicações Pimenta da Veiga, durante o

segundo governo de Fernando Henrique Cardoso. O padre retrata em depoimento a um programa de TV da própria Aparecida a rapidez do processo:

“... nós fomos lá em questão de três anos nós ganhamos a concessão da televisão, coisa que demora muito tempo, rapidamente ganhamos porque eles confiaram na gente. E a rádio Aparecida tinha um nome violento também nos meios, uma rádio muito séria, muito forte, muito ouvida, que pegava em todo Brasil. Então isso tudo contribuiu pra que nós tivéssemos chance de chegar a Televisão’. (PADRE CÉSAR MOREIRA, 2016).

Diferentemente das demais, a emissora não se identifica com a RCC, procurando ser, tal como a padroeira nacional, representativa do catolicismo como um todo. Esta emissora, bem como o grupo que controla suas atividades, a Fundação Nossa Senhora Aparecida, estão instalados na cidade da padroeira nacional e tem no culto a ela um trunfo, tanto religioso quanto comercial, para seu crescimento.

Considerações finais

Como se pretendeu demonstrar, a Igreja Católica no Brasil por extenso período de tempo exerceu soberania religiosa. Entretanto, a partir, sobretudo da segunda metade do século XX com o avanço da secularização e outras opções religiosas, começa a perder espaço e conseqüentemente vê a retração de seus adeptos. Partes deles posteriormente viriam a se tornar evangélicos e que rapidamente e em grande medida graças o avanço pentecostal com a criação de novas igrejas, passaram a também exercer influência religiosa na cena pública.

A partir deste contexto e influenciada pelas decisões tomadas no Concílio Vaticano II e juntamente com o desembarque da RCC no Brasil, a Igreja Católica utilizou-se de sua ainda considerável influência para adentrar nos meios de comunicação televisivos. Para isso intensificou de maneira relevante acordos e parcerias que transcendem o meio estritamente religioso para outros setores como a político e econômico. Tal direcionamento envolveu e ainda envolve diversas ações conjuntas ao poder público de modo a propiciar que a igreja concorra com grupos privados para a criação, manutenção e ampliação de canais televisivos.

Os primeiros passos efetivos partiram na década de 80 por meio da iniciativa dos Padres responsáveis pela chegada da RCC no Brasil, Eduardo Dougherty e Jonas Abib. As trajetórias televisivas de ambos começaram com a exibição do programa *Anunciamos Jesus*. Na atualidade cada qual é detentor de seu próprio canal, Século XXI e Canção Nova respectivamente. Porém para que essa realidade se concretizasse foram necessárias mútuas e múltiplas parcerias com diversos agentes. Estas incluíram a participação maciça de empresários, religiosos e igualmente atores da cena pública, sendo alguns aqui elencados, com destaque para o ex-deputado federal Salvador Zimbaldi.

Em semelhante conjuntura foram viabilizadas também a criação da Rede Vida de Televisão e da TV Aparecida. A aprovação de suas concessões deriva em grande parte dos laços sociais de seus fundadores com representantes ligados diretamente ao Ministério das Comunicações, cada qual em sua época, circundando governos distintos. Desta forma, a guinada católica objetivando adentrar no setor de radiodifusão por meio de emissoras próprias, aponta que no Brasil mesmo há mais de um século constituído como Estado laico, nota-se ainda relevante influência da esfera religiosa atuando sobre a máquina pública.

Majoritariamente em termos de representação religiosa no parlamento, Católicos e Evangélicos, as principais vertentes cristãs do país, dominam este espaço. As disputas entre ambas especialmente no que tange a aquisição canais televisivos demonstra que se por um lado, o catolicismo vem apresentando permanente declínio, por outro soube usufruir de sua hegemonia cultural por meio de seus representantes, apoiando e sendo apoiada mutuamente por vários atores do universo político brasileiro, em laços sociais estreitos visando à implantação de suas emissoras televisivas.

Referências

AGÊNCIA ESTADO. Disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,ha-50-anos-era-inaugurada-a-tv-brasileira,20000702p4944>. Acessado em 29 de maio de 2017.

ANATEL, Agência Nacional de Telecomunicações. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNivelDois.do?codItemCanal=677>.

Acessado em 13 de junho de 2017.

GRAMSCI, Antonio. 1891-1937. Cadernos do cárcere. [Quaderni del carcere]. Carlos Nelson Coutinho, 1943- (Ed.). Luiz Sérgio Henriques (Trad.). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. V.5.

ARENDT, Hannah. **O Que é Política?** Trad. Reinaldo Guarany. 6. Ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

ASSMANN, Hugo. **A igreja eletrônica e seu impacto na América Latina.** Petrópolis, Vozes, 1986.

BENEDETTI, Luiz Roberto. **Templo, praça, coração: a articulação do campo religioso católico.** São Paulo, Humanitas e FAPESP, 2000.

BITUN, Ricardo. **Igreja Mundial do Poder de Deus: rupturas e continuidade no campo religioso neopentecostal.** Tese de doutorado em ciências sociais, São Paulo, PUC-SP, 2007.

BURITY, Joanildo & MACHADO, Maria das Dores Campos (Orgs.). **Os votos de Deus: evangélicos, política e eleições no Brasil.** Recife, Fundação Joaquim Nabuco e Ed. Massangana, 2006.

BOURDIEU, Pierre. **Economia das trocas simbólicas.** São Paulo, Editora Perspectiva, 1974.

_____. **O poder simbólico.** Fernando Tomaz (Trad.). Lisboa: DIFEL, 311 p. Coleção Memória e Sociedade, 1989.

CAMPOS, Leonildo Silveira. **Evangélicos e mídia no Brasil - uma história de acertos e desacertos.** REVER (PUCSP), v. 4, p. 1-26, 2008

_____. **Evangélicos, pentecostais e carismáticos na mídia radiofônica e televisiva.** *Revista USP*, nº 61, mar/mai, p. 146-163, 2004.

_____. **Evangélicos nas eleições de 2002: Os avanços da Igreja Universal do Reino de Deus.** Cadernos ADENAUER (São Paulo), Rio de Janeiro, RJ, v. 4, n.1, p. 83-100, 2003.

CARRANZA, Brenda. **Catolicismo midiático.** Aparecida: Idéias & Letras, 2011.

_____. **Renovação Carismática: origens, mudanças e tendências.** Aparecida do Norte, SP: Editora Santuário, 2000.

CHALITA, Gabriel. **Eu acredito em milagres: a história do Padre Jonas Abib.** São Paulo: Editora Canção Nova, 2006.

CONCÍLIO VATICANO II. 1962-1965. **Decreto *Inter Mirifica*.** Disponível em: www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vatii_decree_19631204_inter-mirifica_po.html. Acesso em: 03/12/2015.

CPDOC-FGV - **Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil.** Disponível em: www.cpdoc.fgv.br/sites/default/files/verbetes/primeira-republica/CHATEAUBRIAND,%20Assis.pdf. 1999?.

DELLA CAVA, Ralph & MONTERO, Paula. ***E o verbo se faz imagem: Igreja Católica e os meios de comunicação no Brasil, 1962-1989.*** Petrópolis. Vozes. 1991.

FONSECA, Alexandre Brasil. **Evangélicos e mídia no Brasil.** Bragança Paulista, EDUSF, 2003.

FRESTON, Paul. **Protestantes e políticas no Brasil: da Constituinte ao impeachment.** Tese de doutorado em ciências sociais. Campinas, Unicamp, 1993.

_____. **Os evangélicos na política brasileira: História ambígua e desafio ético.** Curitiba, Encontro, 1994.

GIUMBELLI, Emerson. **O Acordo Brasil-Santa Sé e as relações entre Estado, sociedade e religião.** Ciencias Sociales y Religión (Online), v. 14, p. 119-143, 2011.

LIMA, Eduardo de Campos. **FORMAÇÃO DA REDE VIDA DE TELEVISÃO: entre a política brasileira de concessões televisivas e as diretrizes católicas de comunicação social.** 1989-1995. Unesp Assis. 2010.

MACHADO, Maria das Dores Campos. **Política e religião: a participação dos evangélicos nas eleições.** Rio de Janeiro, FGV, 2006.

MARIANO, Ricardo. **Crescimento pentecostal no Brasil: fatores internos.** REVER (PUCSP. Online), v. 4, p. 68-95, 2008.

_____. **Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil.** São Paulo, Loyola, 1999.

_____. **Laicidade à brasileira: Católicos, pentecostais e laicos em disputa na esfera pública.** Civitas: Revista de Ciências Sociais (Impresso), v. 11, p. 238-258, 2011.

_____. **Renovação carismática católica: movimento mágico, moralista e proselitista.** Plural, 5, 196-200, 1 sem. 1998.

ORO, Ari Pedro. 1996. **Ação evangélica, reação católica.** Petrópolis: Vozes, 129p 1996.

PADRE CÉSAR MOREIRA, **Fortes na Fé.** Aparecida: TV Aparecida, 11 de junho de 2016. Programa de TV.

PIERUCCI, Antônio Flávio. **Representantes de Deus em Brasília: a bancada evangélica na Constituinte.** *Ciências Sociais Hoje*, 1989. Vértice / Revista dos Tribunais, Anpocs, p. 104-132, 1989.

PIERUCCI, Antônio Flavio & PRANDI, Reginaldo. **A realidade social das religiões no Brasil.** São Paulo: Hucitec, 1996.

PLACERES, Giulliano. **O empreendedorismo econômico-televisivo da Rede Vida.** Dissertação de mestrado em sociologia. São Carlos, UFSCar, 2015.

Portal EWTN. Disponível em: www.ewtn.com. Acessado em 8 de março de 2016.

Portal Câmara dos Deputados. Disponível em: www2.camara.leg.br
Acessado em 25 de fevereiro de 2017.

Portal Comunidade Canção Nova. Disponível em: www.cancaonova.com.
Acessado em 18 de junho de 2017.

Portal Mídia, Religião e Política. Disponível em:
www.metodista.br/midiareligiaopolitica. Acessado em 25 de janeiro de 2016.

Portal Ministério das Comunicações. Disponível em: <http://www.mc.gov.br>.
Acesso em 4 de fevereiro de 2016.

Portal Rede Vida. Disponível em: www.redevida.com.br. Acessado em 14 de
maio de 2017.

Portal TV Século XXI. Disponível em: <http://www.tvseculo21.org.br>. Acessado
em 12 de março de 2017.

PROCÓPIO, Carlos Eduardo Pinto. **Quando a religião se aproxima da política: Estudo dos candidatos e candidaturas apoiadas pelo catolicismo carismático nas Eleições 2014.** Debates do NER (UFRGS. Impresso), N°27, p.199-232, 2015.

_____. **Carismatismo católico e eleições no Brasil.** Ciencias Sociales y Religión. V. 14, p. 75-99, 2012.

_____. **Que tipo de candidato que vos fala da igreja?.** Revista Brasileira de História das Religiões, v. 3, 2011.

PUNTEL, Joana Terezinha. **A igreja e a democratização da comunicação.** São Paulo: Paulinas, 1994.

PRANDI, Reginaldo. **Um sopro do espírito: a renovação conservadora do catolicismo carismático.** São Paulo: Edusp/Fapesp, 1997.

SILVEIRA, Emerson José Sena. **Terços, "Santinhos" e Versículos: a relação entre carismáticos católicos e política.** REVER (PUCSP), v. 08, p. 54-74, 2008.

SOUZA, André Ricardo de. **As investidas católicas na mídia.** REVER (PUCSP), v. 9, p. 27-45, 2008.

_____. **Igreja Católica e mercados:** a ambivalência entre a solidariedade e a competição. *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, v. 27, n. 1, Julho 2007, p.

_____. **O empreendedorismo econômico neopentecostal no Brasil.** *Ciências Sociais e Religião*, v. 13, nº 15, p. 13-34, 2011.

PADRE CÉSAR MOREIRA, **Fortes na Fé.** Aparecida: TV Aparecida, 11 de junho de 2016. Programa de TV.