

SOUZA, André Ricardo de. **Igreja in concert: padres cantores, mídia e marketing.**

São Paulo: Annablume: Fapesp, 2005. 146 p.

Felippe Otávio de Souza Cuyabano¹.

Este livro, trata-se da dissertação de mestrado de André Ricardo de Souza, que foi defendida no Departamento de Sociologia da Universidade de São Paulo (USP), no ano de 2001. Revisada e atualizada ao contexto de seu lançamento, foi publicada na forma de livro em 2005. Nota-se, que tal obra configura-se como uma ótima fonte bibliográfica para pesquisadores, clérigos, leigos, e demais interessados, nos debates e estudos de religião e sociedade no Brasil.

Em seu conteúdo, ao ter contato com a obra *Igreja in concert*, é possível visualizar um pertinente panorama da disputa do campo religioso brasileiro da atualidade. Especialmente, em sua face, que diz respeito à movimentação da Igreja Católica em detrimento do vertiginoso crescimento de protestantes pentecostais, no fim do século passado.

Pode-se perceber, que o autor ao propor um olhar investigativo sobre a competição entre católicos e pentecostais, evidencia, sobretudo, a reação católica frente a concorrência pentecostal crescente no mercado religioso.

Nesse sentido, é demonstrado em *Igreja in concert*, por meio de ampla catalogação de periódicos e revistas, bem como em concisos trabalhos de fundamentação teórica e de campo, a preferência da Igreja Católica em utilizar-se das dinâmicas e agentes religiosos, marcadamente do movimento eclesial chamado Renovação Carismática Católica (RCC), para abarcar forças na competição pelo universo de fiéis brasileiros.

Competição esta, conforme atesta o autor da obra, presente nos últimos censos demográficos governamentais, e em pesquisas realizadas em centros de estatística especializadas.

¹ Doutorando em ciências sociais no Programa de Estudos Pós Graduados em Ciências Sociais (PEPGCSO) pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

Nestas circunstâncias, *Igreja in concert* é uma ótima alternativa de compreensão das recentes estratégias católicas no disputado confronto no campo religioso com outras instituições religiosas, sobretudo, em maior apelo nas últimas décadas, contra a atuação da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), em seu grande uso televisivo da mídia e do marketing, extravasando sua visibilidade no cenário das crenças, para além das margens do pentecostalismo.

Habilidosamente, *Igreja in concert*, apresenta a idéia de que, nesta agitada contraposição de ações das denominações da fé, em busca de conquistar o maior número de fiéis, a Igreja Católica alinha sua reação frente o fluxo pentecostal, através do fomento da evangelização católica nos meios de comunicação (ora sagrados, ora profanos) e do marketing religioso.

Ressalta-se que, brilhantemente, o autor não deixa de reportar em sua obra, na parte da contextualização histórica do campo religioso católico, a existência de tensões inerentes das correntes internas do catolicismo brasileiro, por sua medida, pouco afeitas a provável opção da Igreja pelas práticas evangelizadoras associadas a RCC. Como é o caso mencionado, da Teologia da Libertação, conhecida por sua atuação política e social nas décadas dos anos de 1960 e 1970, das Comunidades Eclesiais de Base nas pastorais. Dessa linha do catolicismo engajado politicamente, o autor destaca protagonistas como Dom Evaristo Arns. Por outro lado, o autor revela também neste livro, a cobertura de *padres cantores*, por representantes do clero brasileiro simpáticos a RCC, como Dom Eugênio Salles.

Flui assim, na Igreja Católica, a instrumentalização do catolicismo aos moldes da RCC – notória por realizar missas com músicas animadas, danças e coreografias, com maior participação dos leigos na coordenação e direção dos cultos e atividades eclesiais, que lembram cultos explicitamente evangélicos - ao passo que, ocorre também, a aproximação dos seus objetivos institucionais em disputa, à luta pelo domínio da audiência, principalmente dentre as redes televisivas brasileiras, aos interesses da Rede Globo de Televisão. Frontalmente ameaçada em sua briga particular com a Rede Record, de propriedade do Bispo Edir Macedo, fundador da IURD.

Descreve desse modo, o autor, que no decorrer da briga pelo ibope nos anos da década de 1990, simultaneamente ao enfrentamento no campo religioso entre católicos e

pentecostais, a Globo - fortemente interessada em utilizar o potencial desempenho midiático do Padre Marcelo Rossi, sacerdote carismático e símbolo representativo máximo do ensino da Igreja Católica - promove então, com aprovação eclesiástica, uma incisiva série eventos televisionados nacionalmente, aparições em programas de auditório, especiais musicais de fim de ano, com o *showmen*, lançado ao mundo *artístico*, Padre Marcelo Rossi.

Complementa minuciosamente o autor, que este padre transitou, em pouco tempo, do anonimato do seminário de formação sacerdotal, para a interação com as multidões e platéias de *shows de fé*.

Como oportunamente é mencionado no livro, este padre torna-se um *novo exemplo de padre* para as futuras vocações. Entendido como Influência positiva, para as próximas gerações de seminaristas e padres, ao ponto a inspirar a atuação de novos *padres cantores*, como o caso do Padre Zeca – o *padre surfista* - fundador do Movimento Deus é 10, na cidade do Rio de Janeiro, e que também atrai a atenção nacional do rádio e televisão.

Sobre, a denotada visibilidade dos *padres cantores e artistas católicos*, o autor dessa obra em estudo, traz luz à relevância para sua evangelização por meios católicos de comunicação, onde se articula o papel evangelizador de sua própria mídia interna - via o uso de suas tv's católicas, como a Rede Vida, TV Canção Nova, TV Século 21, TV Aparecida - com a presença do catolicismo na mídia secular, como na criação da novela *A Padroeira*, exibida na Rede Globo, até mesmo a ida de *padres cantores* a programas de entrevistas de celebridades, como o Padre Antonio Maria, conhecido, entre outros programas de TV, por peregrinar com a imagem de Nossa Senhora no programa da Hebe, e até em palcos de shows de Roberto Carlos.

A esta investida católica no campo religioso, é necessário informar que o autor também retrata o seu efeito na participação dos leigos na defesa de fé católica, não só em aspectos doutrinários, mas na sociabilidade e diversão como possibilidades de entretenimento.

Como se vê na leitura de *Igreja in concert*, grupos religiosos opostos e interesses comuns equivalem-se nesta conjuntura sócio-religiosa-econômica.

Contudo, disputas e rejeições dentro do campo religioso católico, acompanhadas do uso de forte apelo emocional carismático em shows musicais e aparato midiático, somados a produção e venda de materiais de marketing em estrutura de mercado, dentro e fora dos espaços sagrados, contribuem para a formação do efervescente movimento, que o autor vai cravar como, *Renovação Popularizadora Católica*. Movimento da *Santa Madre Igreja*, para fazer retomar as suas ovelhas desgarradas.

A *Renovação Popularizadora*, segundo definição do autor, diferencia-se da Renovação Carismática Católica, sobretudo, por ter se expandido pela sua predileção pelas camadas populares da população, ao contrário da RCC que desde sua fundação se caracteriza por ser um movimento elitizado das camadas superiores da sociedade.

Todavia, a compreensão disposta em seu texto, é questionada por outros pesquisadores, pois, ao tempo da atuação carismática em lugares diferentes do país, há a suposição de que a RCC dispõem de lideranças populares, tão quanto na formação de líderes das Ceb's e pastorais da dita *Igreja Popular*.

Controvérsias a parte, *Igreja in concert* apresenta em suas páginas uma visão panorâmica da reação católica, dentro e fora da igreja, da visibilidade de *padres cantores* para grandes concentrações de público, dos *testemunhos de fé* de cantores mundanos populares, da *despolitização* de suas liturgias em cultos e missas, do histórico papel da música na Igreja, das lideranças católicas carismáticas, da importância da mídia e do marketing para as demandas de um campo religioso pluralizado e cada vez mais multifacetado, e por fim, ainda oferece uma atualização que versa sobre a *continuidade do espetáculo* ao tratar da morte do Papa João Paulo II e a eleição de Bento XVI.

Para sistematizar sua compreensão e debate, no desenvolvimento de seu trabalho dissertativo, o autor nos apresenta sua contribuição para os estudos dos fenômenos no campo religioso brasileiro, organizando este livro em oito capítulos.

Essa organização facilita seu entendimento, na medida que vai exibindo as tramas particulares descobertas no trabalho de pesquisa. Assim, inicialmente a partir do capítulo 1, o autor nos fala da reação católica ao avanço das outras religiões no Brasil. Apresenta-nos um breve histórico da Renovação Carismática, e discorre sobre o impacto causado pela Igreja Universal no mercado de religião.

No capítulo II, delinea os traços da *Renovação Popularizadora Católica*, ao mergulhar na elaboração de sua essência, percebida na realização das missas, no público e nas novas tendências centradas no protagonismo do Padre Marcelo Rossi. Figura chave de sua argumentação.

Encadeando esse raciocínio da popularização, no capítulo III é apresentado como os eventos de massa e a cobertura da mídia, contribuíram, e contribuem, para o despertar do interesse das redes de televisão, ao ponto de tornar as celebrações católicas em espetáculos atrativos para a mídia. Torna-se o sagrado, numa real possibilidade de entretenimento.

Com isso, no capítulo IV, o autor faz um ótimo diagnóstico da importância dos *Cantores da Igreja*, demonstrando a mensagem religiosa na música, revelando historicamente os primeiros artistas do altar, bem como, a nova geração de padres cantores revelados a partir da popularização católica em curso.

Após a contextualização de especificidades de sua pesquisa, o autor focaliza no capítulo V, a centralidade do Padre Marcelo Rossi na Igreja Católica. É tecido um pertinente olhar, desde sua influência para a formação dos seminaristas, até mesmo a pressão que ele recebe internamente no campo religioso católico, por questionamento de sua *vida de artista*.

Saindo diretamente desta discussão, no capítulo VI, o autor mostra como ocorre a interessantíssima relação da doutrina católica com a consagração do papel do marketing e da mídia em suas atividades para se consolidar nos meios de comunicação. Problematiza também neste capítulo, o desenvolvimento empresarial de dioceses.

Por esta discussão, o autor consolida no capítulo VII, a idéia de que há uma conformação católica ao mercado, onde aliou-se a necessidade de evangelização, ao uso, até mesmo, de campanhas promovidas por profissionais de mídia nos empreendimentos da Igreja. Pois, nesta conclusão, observa-se que a histórica hegemonia católica no campo religioso brasileiro, foi arranhada pelo crescimento do pentecostalismo, porém, este fato gerou a iniciativa de fomentar a *Renovação Popularizadora Católica*. Demarcando, portanto, uma novidade por conciliar, em uma frente de atuação, um *padre artista*, como Padre Marcelo Rossi e sua liderança central nesta popularização católica renovada, por

outro lado, assumindo estratégias comerciais de marketing e mensagem religiosa, na intenção simultânea de angariar fundos e atrair fiéis.

Ao final do livro, no capítulo VIII, o autor demonstra como essa recente dinâmica católica, se harmoniza também com os holofotes de Roma, pois, vide a popularidade do Papa João Paulo II recentemente falecido, e também na contraposição impopular de seu sucessor, ao tempo, Papa Bento XVI. O autor levanta a seguinte pergunta: *o espetáculo continua?* Em sutil apontamento, argumenta-se que sim, haverá apoio a continuidade de *celebrações midiáticas*.

Atualizando esta acepção, pode-se dizer que com a substituição de Bento XVI por Francisco, o Vaticano abarcou, e tem crescido, em popularidade muito superior ao que se poderia imaginar no papado anterior. Francisco, tão quanto Marcelo Rossi, parece se afeiçoar peculiarmente ao *carisma da comunicação*.

Discussão posta, e a todo vapor, *Igreja in concert é uma daquelas* obras que merecem atenção e carinho especial, pois, trata-se de uma excelente pesquisa do campo religioso brasileiro. Material importante, abre muitos caminhos bibliográficos para análise e contestação. Ou seja, trata-se de um digno trabalho de ciências sociais.