

Confrontos entre Tradição e Inovação no Catolicismo Contemporâneo

Resenha de SOUZA, André Ricardo de. *Igreja In Concert: Padres Cantores, Mídia e Marketing*. São Paulo, Annablume; Fapesp, 2005.

Rita de Cássia Aguiari Barbosa

Mestranda em Ciências Sociais - PUC/SP

Fruto da dissertação de mestrado na Universidade de São Paulo, em 2001, o autor André Souza apresenta nesta obra interessante pesquisa a respeito da reação católica à concorrência no mercado religioso, a partir de uma renovação popularizadora.

O livro conta com oito capítulos, que abordam desde o contexto histórico de formação da Renovação Carismática Católica (RCC) no Brasil, até a análise aprofundada dos trabalhos dos padres cantores, como de Padre Marcelo Rossi, expoente, no momento da pesquisa, dessa renovação popularizadora da Igreja¹.

O processo de desenvolvimento do pluralismo religioso brasileiro levou a Igreja Católica a responder à evasão de seus adeptos para outros segmentos, sobretudo ao pentecostalismo, de maneira a consolidar um mercado religioso no país. A focalização do clero em “shows-missas” voltadas para as massas, é destacado pelo autor como a essência dessa fase de resposta católica à concorrência religiosa.

Souza analisa, minuciosamente, a origem e desenvolvimento desses eventos de massa no terceiro capítulo, relacionando-os ao envolvimento da mídia televisiva como fator crucial. A música também aparece nas análises do autor como fonte essencial na propagação das denominações religiosas, sobretudo sobre a mentalidade juvenil, de forma que o crescimento de cantores católicos, sejam eles padres ou leigos, é o foco do quarto capítulo.

É nesse percurso que desponta a figura do Padre Marcelo Rossi, já que este foi, no período da pesquisa, o principal expoente televisivo católico, conseguindo extrapolar

¹ Vale lembrar que atualmente Padre Marcelo Rossi, devido à própria reação da hierarquia católica, não se mantém tão presente na mídia, mas permanece com altos índices de audiência na Rede Globo aos domingos pela manhã. Souza também aborda em sua obra as relações entre a Igreja e as emissoras comerciais, dando destaque à Rede Globo de Televisão.

sua popularidade para muito além dos limites eclesiais. Por essa razão faz-se essencial a análise realizada em seguida, a respeito da trajetória desse padre cantor.

Os três últimos capítulos do livro são fundamentais para os interessados em refletir criticamente o marketing católico, de maneira que o autor apresenta os profissionais e organismos dedicados a esse processo, bem como as conseqüências dessa adesão da Igreja ao mercado religioso formado no Brasil. As análises propostas nos dois últimos capítulos refletem a respeito das confrontações entre tradição e inovação no clero católico, apontando as novas possibilidades do catolicismo no processo de transição entre os papados de João Paulo II e Bento XVI.

A coleta responsável e reflexiva dos dados preenche toda a obra: Souza não somente cita dados, mas propicia uma reflexão crítica sobre os mesmos, aspecto essencial para a boa pesquisa científica.

“Igreja In Concert: Padres Cantores, Mídia e Marketing” apresenta-se, portanto, como ferramenta importante para uma reflexão apurada a respeito das transformações, não só do catolicismo contemporâneo, mas também dos usos das mídias eletrônicas e seus impactos sobre a sociedade brasileira.