Universidade Federal de Pernambuco
Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Sociologia
Doutorado em Sociologia

Um artista da fé: padre Marcelo Rossi e o catolicismo brasileiro contemporâneo

Péricles Morais de Andrade Júnior

Recife-PE
2006

Um artista da fé: padre Marcelo Rossi e o catolicismo brasileiro contemporâneo

Péricles Morais de Andrade Júnior

Um artista da fé: padre Marcelo Rossi e o catolicismo brasileiro contemporâneo

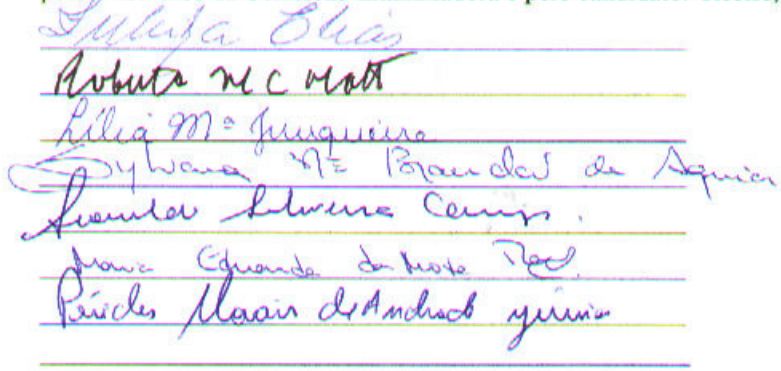
Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco, em cumprimento às exigências para obtenção do grau de Doutor.

Prof. Dr. Roberto Mauro Cortez Motta
Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Universidade Federal de Pernambuco
Orientador da Tese

Prof. Dra. Lília Junqueira
Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Universidade Federal de Pernambuco
Co-orientadora da Tese

Ata da Sessão de Argüição de Tese de PÉRICLES MORAIS DE ANDRADE JÚNIOR Curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Pernambuco.

Aos vinte dias do mês de MARÇO ano de dois mil e SEIS, reuniram-se na Sala de Seminários do 12º andar do prédio do Centro de Filosofia e Ciências Humanas, os membros da Comissão designada para o **Exame de Tese de Doutorado de PÉRICLES MORAIS DE ANDRADE JÚNIOR,** intitulada: ***"UM ARTISTA DA FÉ: padre Marcelo Rossi e o catolicismo brasileiro contemporâneo".*** A Comissão foi composta pelos Professores: **Dr. Roberto Mauro Cortez Motta – Presidente/orientador; Dra. Lilia Maria Junqueira - Titular Interna – PPGS; Dra. Maria Eduarda Mota – Titular Interna – PPGS; Dra. Sylvana Brandão Aguiar – Titular Externa – UFPE/PG em História: Dr. Leonildo Silveira Campos– Titular Externo – Universidade Metodista de São Paulo** Dando início aos trabalhos o **Dr. Roberto Mauro Cortez Mota,** explicou aos presentes o objetivo da reunião, dando-lhes ciência da regulamentação pertinente. Em seguida passou a palavra ao autor da Tese, para que apresentasse o seu trabalho. Após essa apresentação, cada membro da Comissão fez sua argüição, seguindo-se a defesa do candidato. Ao final da defesa, a Comissão Examinadora retirou-se, para em secreto deliberar sobre o trabalho apresentado. Ao retornar o **Dr. Roberto Mauro Cortez Motta** - presidente da mesa e orientador do candidato solicitou que fosse feita a leitura da presente Ata, com a decisão da Comissão **aprovando a Tese com a menção de "DISTINÇÃO", por unanimidade.** E, nada mais havendo a tratar, foi lavrada a presente Ata, que vai assinada por mim, secretária do Programa, pelos membros da Comissão Examinadora e pelo candidato. Recife, 20 de março de 2006.



ANDRADE JUNIOR, Péricles Morais de. Um artista da fé: o padre Marcelo Rossi e o catolicismo brasileiro. Recife, 2006, 315p.

Tese (Doutor) – Universidade Federal de Pernambuco. Programa de Pós-graduação em Sociologia. Centro Filosofia e Ciências Humanas.

1 – Sociologia da Religião; Catolicismo; Mídia; Padre Marcelo Rossi.

A Péricles pelo passado.

A Maria, Luís e Francisco pela dedicação incondicional.

A Lucimar pelo amor e otimismo.

A Pedro pelo futuro.

Agradecimentos

Ao professor Dr. **Roberto Motta**, orientador desta pesquisa. Foi bastante salutar estar em sua companhia e desfrutar do seu extenso e profundo conhecimento sobre o fenômeno religioso. Do mesmo modo, agradeço pela convivência gentil e agradável nestes últimos anos e por estar em diversos momentos assistindo e criticando minhas apresentações.

A professora co-orientadora Dra. **Lília Junqueira** pela disponibilidade em ler meus escritos e trazer importantes sugestões em relação aos estudos sobre a mídia. Agradeço pela sistematização das suas correções e pelo esforço para que a defesa fosse realizada na data desejada.

Aos coordenadores do PPGS, prof. Dr. **Paulo Henrique Martins** e profa. Dra. **Eliane Veras**, pela grande compreensão dos meus anseios particulares e por terem resolvido com prontidão as questões burocráticas pertinentes a defesa.

Aos professores do PPGS que diretamente ou indiretamente estiveram envolvidos com a realização deste trabalho, ministrando disciplinas ou demonstrando interesse quanto às descobertas da pesquisa, tais como: **Parry Scott, Cíntia Hamlin, Jonatas Ferreira, Silke Weber, Salete Cavalcanti, José Sérgio Leite Lopes** e **Remo Mutzemberg.** .

Aos funcionários do programa agradeço pela convivência, disponibilidade e indisponibilidade. Peço desculpas a **Zuleika** por ter contribuido de alguma forma para aumentar seus aborrecimentos e de "**seu Gideoni**" (*in memoriam*).

Ao ***Conselho de Desenvolvimento e Pesquisa Científica*** (**CNPq**) pela concessão da bolsa de pesquisa, sem a qual não seria possível a realização deste doutoramento.

Aos colegas que suportaram em Recife a presença de um colega "metido", "chato", "competitivo" e, acima de tudo, "muito *stressado*". Em especial: **Adriana, Lely, Rui, Maurício, Marília, Silvana, Maria Lúcia, Elizabete, Ana Virgínia, Raldiany, Emanuel, Rosinha, Amaro, Lidiane, Gezana, Edson, Meire, Josadac, Aurinéia, Cintia Reis, Guida, Sônia, Maria Creusa e Ivan.**

Àqueles que me acolheram num primeiro momento em Recife: **Alex** e **Wilma**. Apesar de não constar nos seus respectivos agradecimentos dissertativos, agradeço pelo carinho e peço desculpas pelos momentos conflitantes.

Ao amigo **Emílio** agradeço pela sua generosidade, por me ensinar a ter um pouco mais de paciência com as pessoas – a pelejar menos – e por ter me inserido no seio da sua família. Em alguns momentos, com licença da palavra, considerei como "minha" referência familiar no Recife.

A **Rogers** (burocrata, percursionista e súdito de Eurico Miranda) e **Carole** *("Pernambuco no centro do mundo"*). Tenho gratidão por vocês terem tornado minha estada em Pernambuco menos sofrida e mais calorosa, suportando saudades, angústias e aflições.

Ao **professor Francisco** pelo papel fundamental na minha trajetória intelectual. Agradeço pela sugestão deste objeto de pesquisa, as correções e por nunca ter me abandonado nos momentos difíceis ligados ao curso e aos meus problemas pessoais.

Aos professores, colegas e amigos da *Universidade Federal de Sergipe* pelo interesse e por acreditarem no seu ex-aluno e colega, principalmente: **Isabel Ladeira, Verônica Nunes, Terezinha Oliva, Itamar Freitas, Cristiane Vitório, Verônica Teixeira, Claudia Nunes, Dionízio Neto, Paulo Neves, Rogério Proença, Joelina Menezes, José Maria, Jonathas Menezes, Fábio Maza, Ulisses Rafael, José Rodorval e Lourival Santana.**

Aos entes queridos da minha família. Agradeço por terem vibrado com as minhas conquistas, terem suportando meus problemas acadêmicos e pessoais. Em especial: **minha mãe, tia Betinha, Cecília;** meus irmãos **Luís e Patrícia;** meus cunhados **Beleza e Katharine;** meus primos **Ricardo, Alessandra** e **Rose Mary;** meus amigos **Everaldo, Rosângela** e **Talessa**; **Adroaldo** e **Sheila Morgana**.

Aos amigos *estancianos*, sobretudo **Amadeu**, **Ana Cláudia**, **padre Alberto** e minha "galera do surf" de Estância-SE (**Hildon, Emanuel, Elisio, Batata e Tubarão**) por me terem ajudado a suportar as pressões da vida acadêmica.

A minha psicóloga **Silvana** por me ensinar a buscar as respostas dentro de mim e ter me auxiliado no controle da ansiedade.

Por fim, sou muito grato a **Lucimar Aragão** (***minha Lú***) e sua **família.** Agradeço pelo amor, carinho, dedicação e paciência dispensados nestes últimos meses. Seu otimismo e sua paciência me ajudaram a compreender e enfrentar os obstáculos da vida. Peço desculpas pelas ausências.

Resumo

Esta pesquisa tem como objetivo analisar o padre Marcelo Rossi como um agente da dinâmica do campo religioso brasileiro contemporâneo. Busca-se relacionar sua emergência, seu estilo, suas estratégias e seus bens simbólicos com os sentidos instituídos neste campo social. Parte-se da premissa de que a emergência e ascensão de um novo estilo de sacerdote, tal como o padre Marcelo, se constitui numa resposta da Igreja Católica na competição com as outras *empresas de salvação* e um expediente de atualização. Demonstra-se também como a fama do padre Rossi está associada a sua *televisibilidade* e ao seu carisma. Seu *estilo* atende à estética dos programas televisivos, diferentemente de outros padres cantores, como o padre Zezinho. Seus discursos e suas ações se caracterizam por um forte apelo à emotividade, às práticas de cura, ao uso de expressões corporais e das técnicas de *marketing*.

Palavras-chaves: Sociologia da Religião; Catolicismo; Mídia.

Abstract

This research has as objective to analyze the Priest Marcelo Rossi as religious agent of the dynamics of Brazilian contemporary religious field . This project seeks to relates his emergency, his style, strategies and symbolic goods with the sense in this social field. It resorts to the premise that the ascension of a new style of catholic priest, such as the priest Marcelo Rossi constitutes a reply of the catholic church in the competition with the other companies of salvation and an expedient of religious update. it is also demonstrated as the fame of the Priest Marcelo Rossi is associated to his televising visibility and the his charisma. His style attend to the estetica of the televising programs, in contrast of the other singers priests , such as priest Zezinho. Marcelo Rossi's speeches and action are marked by a strong appeal to the feelings, to the use of corporal expressions and techniques of marketing.

Key-words: Sociology of Religion; Catolicism; Mídia.

Résumé

L'objectif de cette recherche est d'analiser le prêtre Marcelo Rossi en tant qu'agent religieux de la dynamique du champ religieux brésilien. On cherche associer son émergence, son stylo, ses stratégies et ses biens symboliques aux sens institués dans ce champ social. On part de la prémisse que l'émergence et l'ascension d'un nouveau style de sacerdoce, tel que le prêtre Marcelo Rossi, se constitue en réponse de l'Église Catolique en compétition avec les autres *entreprises de sauvetage* et un expédient d'actualisation. On constate aussi que la réputation du prêtre Marcelo Rossi est liée à son image télévisé et à son charisme. Son style appartient à l'esthétique des programmes télévisés, qui est différent d'autres sacerdoces chanteurs, comme le prêtre Zezinho. Ses discours et ses actions se caracterisent par un fort appel à l'émotion, aux remèdes spirituels, ainsi comme, l'utilisation des expressions corporels et des técniques de *marketing*

Mot-clé: Sociologie du Religion; Catholicisme; Media.

Sumário

Introdução _____ 02

Capítulo 1:

O campo religioso brasileiro contemporâneo ____ 17

O pluralismo religioso brasileiro_____ 17

A Igreja Católica e o pluralismo religioso_____ 29

As empresas de salvação e a mídia _____ 39

Novos sentidos no campo religioso brasileiro _____ 59

Capítulo 2:

As práticas do padre Marcelo Rossi _ 78

A "missa de libertação"_____ _____ 78

O santuário do Terço Bizantino _____ 80

Tipologia dos fiéis _____ 89

As celebrações no Terço Bizantino _____ 95

As megamissas – louvando pelo Senhor _____ 98

Um "homem de TV"_____ 102

Na mídia pelo Senhor – práticas legitimadas _____ 118

Os showmissas: celebrando pelo Senhor _____ 142

Os discos – cantando ao Senhor _____ 152

O "Carnaval de Jesus": dançando pelo Senhor _____ 163

A revista Terço Bizantino: difundindo a palavra do Senhor___ 166

Os filmes: dramatizando o Senhor e a Senhora _____ 176

Capítulo 3:

Inovação e Tradição no pensamento do padre Marcelo Rossi _____ 180

Um Catolicismo Secularizado _____ 180

Um Catolicismo Tradicional _____ 185

Capítulo 4:

Padre Marcelo Rossi e os outros _____ 202

Padre Marcelo Rossi e os padres cantores brasileiros _____ 202

Padre Marcelo Rossi e as correntes do clero brasileiro _____ 215

Padre Marcelo Rossi e os fans-fiéis _____ 234

Considerações finais _____ 249

Fontes de pesquisa _____ 255

Referências Bibliográficas _____ 299

Anexos _____ 306

As religiões, ou melhor, aquelas que sobrevivem, são incrivelmente adaptáveis; pode-se dizer que são como organismos 'darwinianos'. O sucesso dessas religiões depende de sua capacidade de habilitar seus seguidores a arcar com um mundo em rápida transformação. E é preciso que a religião habilite dessa forma sem, ao mesmo tempo, retirar seus seguidores dos universos simbólicos tradicionais, universos que sempre foram as fontes de significados e valores das religiões, que devem cantar músicas novas, porém ao som de melodias antigas (COX in: ORO *et alii*, 2003: 07-08).

Introdução

No mundo moderno, é perceptível a crise de plausibilidade em que vive a religião. Isso levou alguns pensadores a anunciarem a "morte do sobrenatural". A própria Sociologia preocupou-se essencialmente em desenvolver a idéia segundo a qual o recalque social e cultural da religião seguiria, naquela sociedade, um curso histórico paralelo à própria afirmação pelo homem de sua autonomia criadora e de seu poder sobre a natureza. Havia um consenso entre os pesquisadores da religião quanto ao afastamento do sobrenatural no mundo moderno. De acordo com Peter Berger, esse processo pode vir expresso nas formulações dramáticas como "Deus está morto" ou a "era pós-cristã". Ou ainda pode ser visto com menos dramaticidade como uma tendência global e provavelmente irreversível. Ainda segundo Berger, todos reconhecem que estamos situados numa era em que o divino, pelo menos em suas formas clássicas, se retraiu para o fundo das preocupações e consciências humanas. Ele é visto particularmente no seu uso quotidiano, denotando uma categoria fundamental da religião, sobretudo a afirmação ou a crença de que há uma outra realidade, de significação última para o homem, que transcende a realidade dentro da qual se desenrola nossa experiência diária (BERGER, 1996).

Esta crença na morte do sobrenatural está vinculada à visão clássica sobre a secularização[1]. Esta elaborou determinada teoria da modernidade que articula, como

[1] Além de Berger, diversos autores se debruçaram sobre o tema da secularização: Bryan Wilson, Thomas Luckmann, David Martins, Talcott Parsons, Robert Bellah e Richard Fenn. Segundo Olivier Tschannen, há grandes divergências entre tais autores, o que dificulta considerar secularização como uma teoria. Ela poder ser tomada como um paradigma, um conjunto de elementos, idéias e conceitos que permitem pensar o problema da religião no mundo moderno. Apesar das dificuldades conceituais, podem ser apontadas sete características: racionalidade, com a modernidade há uma crença na instituição do pensamento racional finalista; mundanização, ou seja, concentração das preocupações materiais em detrimento das espirituais; diferenciação, especialização das diferentes esferas da vida social; pluralização religiosa, as religiões entram em concorrência numa situação regida por uma situação análoga ao mercado; privatização da religião; generalização da extensão da religião a margem da sua esfera; declínio da religião (TSCHANNEN, 2001: 309).

duas dimensões de um único movimento, a trajetória histórica da racionalização e da afirmação do "sujeito autônomo". O resultado deste duplo movimento é o "despojamento dos deuses" e o desmoronamento da "empresa humana de criação de um cosmos sagrado". Deste paradigma emergem as análises que consideram a religião aquém da modernidade, fazendo a experiência moderna desprender-se do universo religioso preexistente através de um percurso histórico longo, contraditório, convulsivo e, no entanto, inexplorável. Aqui se estabelecia uma equivalência direta entre a perda da religião institucional e a eliminação da religião enquanto tal (HERVIU-LÉGER, 1997: 31).

De fato, com o avanço da secularização, há um aumento da tensão entre religião e mundo, processo analisado por Max Weber em "Rejeições religiosas do mundo e suas direções". O citado sociólogo alemão demonstra que, quanto mais as religiões tiverem sido verdadeiras religiões de salvação, maior terá sido a sua tensão com o mundo. Isso se segue do significado da salvação e da substância dos ensinamentos proféticos, tão logo eles evoluem para uma ética. A tensão também foi maior quanto mais racional foi, em princípio, a ética e quanto mais ela se tenha orientado para valores sagrados interiores como meio de salvação (WEBER, 1982: 375-379).

Mas isto não significou necessariamente o "fim da religião". Como afirma Berger, apesar da condição aparentemente minoritária, a idéia de que o homem moderno perdeu a propensão ao admirável, o misterioso, para todas aquelas possibilidades contra as quais legislam os cânones da racionalidade secularizada é questionável. Diante da condição humana cheia de sofrimento, se exigem interpretações que não só satisfaçam teoricamente, mas que dêem sustentação interior para enfrentar a crise do sofrimento e da morte. A maioria das pessoas quer um sentido

para a vida e, até agora, foram as teodicéias religiosas que o forneceram (BERGER, 1996).

Dito de outro modo, na perspectiva de Berger, a idéia tradicional de que a modernidade leva necessariamente ao declínio da religião encontra resistências bem vivas no campo empírico contemporâneo. Isto pode ser constatado numa missa do *Dia de Finados* celebrada pelo padre Marcelo Rossi em 2 de novembro de 1999. Realizada ao ar livre em São Paulo e transmitida ao vivo pela Rede Globo, ali se reuniram cerca de 600.000 fiéis. No altar, instalado num cruzamento próximo ao *Santuário do Terço Bizantino* em Santo Amaro, na *Grande São Paulo,* estavam *Roberto Carlos*, *Agnaldo Rayol*, *Sérgio Reis* e as duplas *Sandy e Junior* e *Chitãozinho & Xororó*. Quando o padre Marcelo entrou em cena, sob assobios e aplausos, o público dançou e cantou com ele, agitando os braços para um lado e para o outro. Nas suas missas distribuem-se em média 10.000 hóstias, com a ajuda de 100 voluntários. Na missa citada, 70.000 pessoas receberam a comunhão ao ar livre. Do mesmo modo, a reação dos fiéis diferiu daquela esperada num culto católico tradicional. As fileiras de bancos precisaram ser isoladas para evitar que o padre fosse assediado pelos "fãs". Na hora em que ele desceu do púlpito e percorreu a igreja, foi escoltado por um grupo de coroinhas e padres. Mesmo assim, fiéis tentaram agarrar sua batina (KLINTOWITZ, *Veja*, 10/11/1999).

O episódio descrito está associado aos novos sentidos instituídos no campo religioso brasileiro, levando à constituição de um novo estilo sacerdotal, o *padre popstar*. O padre Marcelo Rossi é possivelmente o mais conhecido entre esses padres. Como profetizou o padre João Carlos Almeida, diretor do *Instituto Teológico Sagrado*

Coração de Jesus, em Taubaté, no interior paulista: *"em três ou quatro anos vamos ter um Marcelo Rossi em cada igreja"* (PEREIRA, *Época*, 25/12/2000).

Esta pesquisa tem com objetivo analisar o padre Marcelo Rossi como um fenômeno da dinâmica do campo religioso brasileiro contemporâneo. Busca-se relacionar sua emergência, seu *estilo*, bens simbólicos e estratégias com os sentidos instituídos neste campo social. Parte-se da premissa de que a emergência e ascensão de um novo tipo estilo de sacerdote é legitimada pela dinâmica contemporânea do campo religioso brasileiro. De certo modo, o padre Marcelo constitui uma resposta da Igreja Católica na competição com as outras empresas de salvação e um expediente de atualização, de busca de plausibilidade. Por outro lado, a fama do padre Rossi está associada à sua televisibilidade e ao seu carisma. Seu *estilo* atende a estética dos programas televisivos, diferentemente de outros padres cantores, como o Pe. Zezinho. Seus discursos e as ações se caracterizam por um forte apelo à emotividade, às práticas de cura, assim como, ao uso de expressões corporais e de técnicas de *marketing*.

O texto está estruturado em quatro capítulos. O primeiro, intitulado ***O campo religioso brasileiro contemporâneo***, enfoca a configuração duma situação plural neste campo social e a evidência do uso da mídia pelas *empresas de salvação* como estratégia de manutenção ou tomada do monopólio da gestão dos bens simbólicos. Evidencia-se a necessidade destas empresas em se adaptarem ao mundo como um esforço de plausibilidade dos bens de salvação ofertados aos fiéis. Nesta perspectiva, demonstra-se também a emergência dum especialista religioso capaz de incorporar os sentidos constitutivos no campo.

O capítulo *As práticas do padre Marcelo Rossi* caracteriza as estratégias e os bens simbólicos adotados por este sacerdote católico como marcadas por um esforço contínuo de inovação e abertura ao mundo e atentas às outras empresas de salvação.

Destacam-se nesta disputa com os religiosos concorrentes, sobretudo os *neopentecostais*, as ações do padre junto ao Santuário do Terço Bizantino, sua visibilidade midiática e os bens de salvação ofertados aos fiéis.

Inovação e Tradição no pensamento do padre Marcelo Rossi analisa os signos discursivos do religioso e aponta tensão no seu pensamento. Há uma abertura à Modernidade em relação às estratégias, mas configura-se um reforço da Tradição Católica nos temas ligados à moral, sexualidade e política. Aqui o padre se fecha ao mundo.

Por fim, no capítulo *Padre Marcelo e os outros* são enfocadas as imagens atribuídas ao padre Rossi por alguns membros do clero brasileiro, com ênfase nos padres ligados à *Teologia da Libertação* e aos demais *artistas da fé*. Trata-se também do carisma do padre a partir de depoimentos recolhidos aos fiéis que freqüentam o *Santuário do Terço Bizantino*.

Para a elaboração desta pesquisa, foram utilizados três conceitos da sociologia de Pierre Bourdieu. Primeiramente, o conceito de *campo*, utilizado para leitura do espaço religioso brasileiro, que foi compreendido como um local de disputa entre religiões concorrentes. O segundo conceito adotado foi o de *habitus,* referência teórica usada para compreensão do estilo do padre Marcelo Rossi. Os gestos, as músicas, a linguagem, as danças adotados pelo padre foram analisados como pertencentes a um *capital simbólico*. O último conceito tomado de Bourdieu é o de *empresa de salvação*. As igrejas foram vistas como empresas que lutam simbolicamente para impor a definição do mundo social conforme seus interesses e o campo das tomadas de posições ideológicas.

A adoção destes conceitos foi fundamental para demonstração da dinâmica do campo religioso contemporâneo e a exigência para que seu agente seja socializado por novos traços distintivos, constituídas por práticas ajustadas e incorporadas ao sentido do jogo atual. Como afirmou o sociólogo francês, em todo campo social, o bom jogador é aquele que coloca melhor sua bola ou que se coloca ele próprio no lugar em que vai cair e não onde ele se encontra (BOURDIEU, 2001: 255). Nesta perspectiva, as práticas rossianas são percebidas a partir da sua grande capacidade de antecipar e ver de antemão, sentido adquirido na e pela prática com o campo religioso contemporâneo, numa relação de solicitação mútua. Este padre adquiriu a capacidade de antecipar o futuro do jogo, uma temporalidade adquirida que lhe é possível à medida que seu habitus é dotado de móveis de ajustamento ao campo. Suas estratégias e bens de salvação foram constituídos de tal modo que estão dispostos a apreender na estrutura presente com potencialidades objetivas que se lhes impõem como coisas a fazer. Desta forma, as práticas do Padre Marcelo Rossi foram compreendidas a partir da conversão do seu *habitus* sacerdotal para que fosse capaz de usar o microfone, olhar para a câmera, tornar-se um grande comunicador, um "homem de TV", talvez uma "estrela" capaz de levar as pessoas ao êxtase, à "erguer as mãos para o Senhor".

O segundo autor utilizado é Peter Berger. Dele, são adotados dois conceitos da sua Sociologia da Religião: *plausibilidade* e *capitulação cognitiva*. O conceito de *plausibilidade* foi utilizado para compreensão das mudanças propostas pelos novos agentes católicos, especificamente os padres-estrelas. Suas inovações e bens simbólicos ofertados são lidos a partir da necessidade de diálogo entre a religião e a modernidade. As práticas e discursos do Padre Marcelo Rossi são compreendidas como uma forma de organizar e conquistar uma população em competição com outros grupos que têm o mesmo propósito, no caso os *neopentecostais*.

O conceito de *capitulação cognitiva* foi fundamental para a análise do esforço do padre Marcelo em fazer da sua religião como algo de "relevante", implicando uma série de escolhas em relação à modernidade e a tradição católica. *Capitulação cognitiva* permitiu a percepção de como o pensamento do padre Rossi está marcado por uma abertura relativa às estratégias de evangelização, quando seu discurso apresenta um sentido pragmático, racional. Entretanto, o diálogo é tenso, pois se evidencia o reforço da tradição católica. Por um lado, seu discurso é contrário a um catolicismo de sofrimento, apresentando uma religião alegre, prazerosa, que valoriza a experiência subjetiva e pessoal, enfatiza a experiência, a eficácia e a adaptação aos fiéis (consumidores), e se insere relativamente na cultura e na sociedade atual. Por outro lado, está presente um reforço da tradição quando o enfoque recai sobre temas como disciplina e sexualidade, com acentuado clericalismo, monolitismo, autoridade, dogmatismo e Magistério da Igreja católica.

A compreensão da autoridade do padre Marcelo foi feita a partir da noção de carisma, conforme elaborado por Max Weber. Este conceito weberiano foi adotado para compreender a constituição da sua legitimidade diante dos fiéis. Além das condições objetivas instituídas no campo religioso, percebeu-se que sua legitimidade se dá a partir de algo exclusivo, que o transforma num líder religioso de multidões. Uma coleta de opiniões dos fiéis em relação ao padre Marcelo possibilitou demonstrar como ele é tratado de uma maneira especial, como é reverenciado. Algumas questões nortearam sua aplicabilidade: como se dá a originalidade e legitimidade do padre Marcelo Rossi? como seu simbolismo alimenta a fé dos fiéis? Como ele mantém seu carisma?

Por fim, utilizou-se nesta pesquisa o conceito de *televisibilidade* de John B Thompson. Esta combina presença audiovisual com distância espaço-temporal. As

pessoas que os receptores vêm a conhecer através da televisão são "personalidades", cujos traços são definidos dentro da região frontal da esfera da produção. Tais personalidades são construídas a distância, adquirirem uma "aura" que se sustenta em parte pela distância que os separa dos receptores. Em circunstâncias excepcionais, esta distância pode ser vencida (THOMPSON, 2002: 91-92). O conceito de televisibilidade foi fundamental para compreensão das interações e imagens construídas em torno do padre Marcelo, observado agora não como um padre que se limita a sua paróquia. Ao contrário, sua fama é instituída a partir duma relação mantida a distância com os seus fiéis.

Para a realização desta tese, optou-se por quatro procedimentos metodológicos: pesquisa documental, observação participante, entrevista, transcrição e seleção de programas televisivos.

Na pesquisa documental, foram tomados como fontes os documentos produzidos pela Igreja Católica em relação à mídia, os artigos e notícias veiculados sobre o padre Marcelo Rossi e a dinâmica do campo religioso no Brasil (jornais *Folha de São Paulo*, *Jornal da Tarde*, *Estado de São Paulo*; revistas *Veja*, *Época* e *Istoé*), os escritos de autoria ou co-autoria do padre Marcelo Rossi, tais como livros, encartes de CDs e a revista *Terço Bizantino*. Quanto aos instrumentos de coleta, foram elaboradas fichas de pesquisas a partir da natureza das fontes. Por exemplo, em relação aos jornais, a ficha de coleta contemplou: referência, autoria, título, classificação (anúncio, artigo, decreto, etc.), palavra-chave (instrumentos, modernidade, controle, etc.), fichamento. Objetivando uma melhor operacionalidade, as informações foram armazenadas em bancos de dados no programa *Microsoft Access*.

A pesquisa documental foi fundamental para a compreensão dos novos sentidos do campo religioso brasileiro. A investigação nos diversos documentos impressos ou

disponibilizados na Internet possibilitou a reconstrução das condições objetivas deste campo, das práticas dos padres *popstar* e a *capitulação cognitiva* feita pelo padre Marcelo Rossi em relação à modernidade e a tradição católica.

Os dados coletados na pesquisa documental foram confrontados com a observação participante. Tratando-se de um agente social ainda em atividade, fazia-se necessário um contato direto com o objeto de investigação, principalmente considerando as escolhas teóricas feitas pelo pesquisador e que não foram contempladas pelos olhares dos jornalistas que estiveram em contato direto com o padre Marcelo Rossi. Este procedimento permitiu ao pesquisador ter uma relação face a face com o fenômeno investigado, tornando, inclusive, o primeiro como parte do sistema focado.

As observações foram realizadas entre a última semana de abril e a primeira do mês de maio de 2005 no *Santuário do Terço Bizantino*, local de atuação do padre Marcelo Rossi. Num primeiro momento, foi feita uma observação geral da estrutura física, da dinâmica do santuário e da sua área em volta, com ênfase na movimentação de pessoas nas centenas de barracas que comercializam diversos produtos em torno do templo. O pesquisador circulou pelo local, observando a chegada das caravanas, conversou com os fiéis e comerciantes e registrou as impressões num gravador portátil e numa câmera fotográfica.

Além dessas observações gerais, a pesquisa de campo focou também as missas celebradas pelo padre Marcelo Rossi. O pesquisador assistiu a dez missas, inserindo-se no meio dos fiéis como um nativo, participando, inclusive, das atividades religiosas. Estas observações buscaram captar a interação entre o celebrante e a assembléia, destacando as estratégias comunicativas adotadas pelo padre Marcelo no intuito de dinamizar a participação dos fiéis.

A princípio o pesquisador não informou sua estada no local. Inseriu-se na multidão, buscando participar das atividades como um dos membros da comunidade. Sua condição de pesquisador foi revelada após algumas entrevistas feitas entre os voluntários do santuário e alguns fiéis. Os entrevistados passaram a desconfiar daquele rapaz que circulava fazendo inúmeras perguntas sobre o local e as celebrações, transparecendo ser um "jornalista curioso" ou um fiscal de algum órgão governamental. Diante dessa nova situação, foi preciso pedir autorização à administração do santuário através do assessor oficial do padre Marcelo Rossi, o jornalista Cláudio Tosta. Após sua identidade revelada, em alguns momentos o pesquisador esteve sob o olhar atento de alguns voluntários para que não cometesse "exageros". Durante a madrugada do sábado, horas antes de começar a primeira celebração do domingo, foi colhido nas dependências do santuário um depoimento de uma senhora. Prontamente um voluntário e um segurança informaram ao pesquisador que estava terminantemente proibido pela administração do santuário fazer entrevistas com os fiéis no local.

A opção pelas entrevistas está associada à adoção dos conceitos de carisma e televisibilidade já apresentados anteriormente, assim como na tentativa de compreensão das disputas internas no campo católico. Foram realizadas vinte e seis (26) entrevistas através de roteiros pré-definidos com membros do clero e com os fiéis que freqüentam o santuário do Terço Bizantino. A seleção obedeceu a alguns critérios. Em relação aos membros da Igreja Católica, optou-se pela escolha de um clérigo similar a Marcelo Rossi, neste caso, o padre Antônio Maria. Não foi possível a realização duma entrevista com o padre Rossi. Uma primeira estratégia adotada foi entrar em contato com sua assessoria de comunicação através da *Videologia*, de propriedade de Cláudio Tosta. O pesquisador foi informado de que não havia "agenda

disponível". A segunda opção adotada foi tentar entrevistar o assessor de comunicação. Após dias de espera, também não houve "agenda". A inacessibilidade do padre Marcelo já estava, de certo modo, prevista na metodologia, o que confirma seu *estrelato*. Além dos padres famosos, optou-se também pela entrevista com seus opositores, especificamente os religiosos ligados à *Teologia da Libertação*, a fim de perceber as críticas destes em relação ao padre Rossi. Neste caso, três clérigos foram entrevistados: Dom Marcelo Cavalheira e os padres Oscar Beozo e José Comblin.

A entrevista com os fiéis foram realizadas durante a pesquisa de campo realizada no santuário do Terço Bizantino. Os depoimentos foram tomados numa perspectiva qualitativa. As dificuldades de pesquisa no local, principalmente após problemas entre a administração do templo e a grande mídia, impedem, no momento, a movimentação livre dos pesquisadores junto aos fiéis no interior do santuário. Foram coletadas informações junto aos voluntários, fiéis paulistanos e os "turistas religiosos" que chegavam por toda madrugada do domingo. Duas questões nortearam tais entrevistas: o carisma e a televisibilidade do padre Marcelo Rossi. Buscou-se nestes depoimentos como o seu carisma é instituído, o que leva estas pessoas a segui-lo, e com os meios de comunicação o tornaram-no um padre famoso.

O último procedimento metodológico adotado foi a coleta de dados num programa televisivo, nos CDs e nos filmes produzidos pelo padre Marcelo Rossi. Em relação ao primeiro, assistiu-se a uma série de dez (10) celebrações veiculadas pela Rede Globo entre 5h50min. E 7 horas aos domingos, intituladas *Santa Missa com o Padre Marcelo Rossi*, entre setembro e outubro de 2004. Esse procedimento foi fundamental para um primeira percepção das estratégias comunicativas adotadas pelo padre e a interação estabelecida com os fiéis. A análise dos CDs focou os temas presentes nas letras das músicas e os ritmos adotados. Em relação aos filmes

produzidos pelo padre Rossi – "Maria, a Mãe do filho de Deus" e "Irmãos de Fé" – abordou-se o roteiro e os cenários. Tanto os CDs quanto os filmes foram tomados como fontes para a percepção do esforço feito pelo padre Marcelo Rossi para tornar o catolicismo como algo plausível aos fiéis. A sua leitura demonstrou como há uma linguagem adotada que privilegia uma abertura ao mundo, ao quotidiano das pessoas, tornando os CDs e os filmes bens simbólicos que dão sentido à vida dos fiéis.

Os dados obtidos foram analisados à luz das *análises de conteúdo* e *de discurso*. A *análise de conteúdo* (AC) foi importante nesta pesquisa devido a sua possibilidade de codificação dos textos, dando-lhes nova interpretação. Baseando-se na classificação e na categorização, os dados obtidos permitiram a construção de um sistema de categorias e a desmontagem do processo de localização-atribuição de traços de significação. A partir dos conceitos teóricos de Pierre Bourdieu (campo, habitus, empresas de salvação), Peter Berger (plausibilidade e capitulação cognitiva), Max Weber (carisma) e John B. Thompson (televisibilidade), os dados foram compreendidos, reconstruindo indicadores e cosmovisões, valores, atitudes, opiniões, preconceitos e estereótipos.

Sobre o *corpus* documental, se considerou dois tipos de textos: aqueles que são construídos no processo de pesquisa, tais como transcrições de entrevistas, protocolo de observação participante; aqueles que já foram produzidos para outras finalidades, como jornais, revistas, livros, entre outros (BAUER, 2002: 192). Dois procedimentos foram utilizados para leitura dos dados produzidos pelo pesquisador ou aqueles independentes. Primeiramente, a quantificação simples. Isso permitiu inventariar as palavras ou símbolos-chave, termos maiores, ignorados, centros de interesse. Em segundo lugar, a questão das mudanças. O material aqui analisado não foi pensado

como um conjunto informe, mas como uma estrutura, ultrapassando o inventário de fontes para a análise do sistema de pensamento da fonte (VALA, 1987: 108).

Por exemplo, as músicas cantadas pelo Padre Marcelo Rossi foram analisadas à luz da *análise de conteúdo* e consideradas como um reflexo do mundo social, que a produz e consome. Considerando a relação sistemática entre os sons e contexto social que os produz e os recebe, uma canção como "Aeróbica do Senhor", do padre Marcelo Rossi, pode ser considerada como um meio de representação do campo religioso brasileiro e da plausibilidade das religiões diante da modernidade.

Em relação à *análise de discurso*, tomaram-se algumas reflexões de Mikhail Bakhtin sobre a relação da linguagem com a ideologia. Na visão desse autor, a palavra é o local onde se confrontam os valores sociais, as relações de dominação e resistência. Nessa perspectiva, consideram-se as palavras dos padres-artistas como *signo* ideológico. Noutros termos, consideram-se as palavras como "verdades ou mentiras, coisas boas ou más, importantes ou triviais, agradáveis ou desagradáveis, etc." Desse modo, o discurso está carregado de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivência (BAKHTIN, 1981: 90-109).

Entendeu-se o texto como um espaço simbólico que expressa as lutas travadas no campo religioso. Novamente as contribuições de Pierre Bourdieu foram importantes, especificamente as suas posições relativas ao *mercado lingüístico*. De acordo com Bourdieu, todo ato de fala é uma conjuntura, um encontro de séries causais independentes: de um lado, as disposições socialmente modeladas do *habitus* lingüístico, que indicam certa propensão a falar e dizer coisas determinadas; do outro, as estruturas do mercado lingüístico, que se impõem como um sistema de sanções e de

censuras específicas. [2] Todas as práticas lingüísticas encontram sua medida em relação às práticas legítimas, quais sejam as práticas dos dominantes, e é no interior do sistema de variantes praticamente concorrentes que se define o valor provável objetivamente conferido às produções lingüísticas dos diferentes locutores e, por conseguinte, a relação que cada um deles pode manter com a língua e, pela mesma razão, com a sua própria produção.

Bourdieu ressalta os usos sociais da língua, que devem seu valor social ao fato de se mostrarem propensos a se organizar em sistemas diferentes, reproduzindo o sistema das diferenças sociais na ordem simbólica.[3] Por intermédio da estrutura do campo lingüístico, como sistema de relações de força propriamente fundadas na distribuição desigual do capital simbólico, a estrutura do espaço dos estilos expressivos reproduz em sua ordem a estrutura dos desvios que separam objetivamente as condições de existência.

Através da análise dos discursos produzidos pelos especialistas, foi possível perceber como se produziu uma *língua especial*, reflexo das lutas travadas na ordem simbólica e propensa a cumprir uma função social de distinção entre a Igreja Católica e as outras empresas de salvação, principalmente os pentecostais. Os discursos produzidos, sobretudo aqueles ditos pelo Padre Rossi, foram vistos como uma prática social. Como ator social, Rossi está continuamente orientado pelo contexto interpretativo em que se encontra e constrói seu discurso para se ajustar a esse

---

[2] Na circulação desse mercado há primeiramente o valor distintivo, que resulta do relacionamento operado pelos locutores, consciente ou inconsciente, entre o produto lingüístico oferecido por um locutor socialmente caracterizado e os produtos simultaneamente propostos num espaço social determinado. Dessa forma, o que circula no mercado lingüístico não é a "língua", mas discursos estilisticamente caracterizados, ao mesmo tempo do lado da produção, na medida em que cada locutor transforma a língua comum num idioleto. (BOURDIEU, 1998a: 24-26).

[3] Segundo Bourdieu, falar é apropriar-se de um e outro dentre os estilos expressivos já constituídos no e pelo uso, objetivamente marcados por sua posição numa hierarquia de estilos que exprime através de sua ordem a hierarquia dos grupos correspondentes. (BOURDIEU, 1998a: 41.).

contexto. A análise do discurso permitiu olhar a maneira como tal padre responde ao campo religioso. Como práticas sociais, seus textos e falas, embora pareçam triviais, são organizados retoricamente, marcados por conflitos de vários tipos. Como tal, grande parte dos discursos religiosos produzidos pela Igreja estão implicados em estabelecer uma versão do mundo diante das versões competitivas.

Capítulo I

O campo religioso brasileiro contemporâneo

1 – O pluralismo religioso brasileiro

Um fantasma tira o sono dos bispos brasileiros: "o pais mais católico do mundo" está ficando cada vez mais evangélico. No acompanhamento dos indicadores, observa-se crescente declínio do catolicismo, que chama à atenção para uma transformação da identidade religiosa do brasileiro, na medida em que, progressivamente, cresce o número de adesões a outras religiões, especialmente ao pentecostalismo, e se amplia o número de indivíduos "sem religião". Ambos os movimentos constituem uma diversificação religiosa e uma nova realidade social das religiões, provavelmente destinada a se diversificar ainda mais (MARTINS in: CERIS, 2002: 61-62). Segundo os novos resultados do Censo Demográfico do IBGE, o catolicismo ainda desfruta de confortável maioria (73,8%), mas 15% dos brasileiros são evangélicos, constituindo um rebanho de 26 milhões. Além disso, em alguns contextos populares, o catolicismo já não aparece como a religião dominante, e também diminui o número dos que se declaram pertencer a essa religião só por uma questão de conformismo social ou só porque foram batizados. No limiar do século XXI, a sensação de controle hegemônico do catolicismo sobre o campo religioso brasileiro se vê ameaçada. Aos poucos se configura uma nova situação: o período relativamente estável está sendo substituído por um momento de turbulência, pluralismo e realinhamento organizacional (CAMPOS, 1999: 17).

Aos poucos, a diversidade religiosa ganha visibilidade estatística. Até os anos 50, quem admitia não ser católico, de certa forma, era excluído da sociedade, já que muito

da educação, por exemplo, estava nas mãos de religiosos. Entre 1970 e 1980, nenhuma mudança significativa aparece nos censos. No máximo observa-se a duplicação dos números de pessoas que se declaram sem religiões, que passa de 0,8% a 1,6%. Até os anos 1980, o perfil religioso da população brasileira pouco se altera: a religião católica mantém sua supremacia herdada do período colonial. No entanto, entre 1980 e 1991, a supremacia católica começa a sofrer fissuras significativas. Nesse período, os católicos perdem 5,7 pontos percentuais, enquanto os evangélicos aumentam 2,4 pontos e o "sem religião" apresentam um crescimento relativamente alto de 3,1 pontos. Em 2000 o censo confirma a tendência observada ao longo da década anterior (1980-1991) e revela sua aceleração. O período de 1980 a 2000 se caracteriza então pelo movimento de diversificação religiosa, ligado à redução do número de católicos (-15,1 pontos percentuais), a um forte crescimento dos evangélicos (+9 pontos) – principalmente dos pentecostais –, e um expressivo crescimento das pessoas "sem religião" (+5,8 pontos) (JACOB, 2003: 33). [4]

A diversidade religiosa antes de 1980, quando ainda não são perceptíveis grandes mudanças que se darão nas décadas posteriores, dizia respeito apenas a algumas regiões do Brasil e estavam ligadas à colonização alemã do século XIX (*evangélicos de missão* nas regiões Sul e Sudeste) e à expansão das frentes pioneiras da Amazônia (pentecostais em Rondônia). Em 1991, os dados indicam que a evolução da diversidade religiosa está associada às regiões onde ela já ocorria. Entretanto, verifica-se um fenômeno de contágio em direção a espaços limítrofes até pouco afetados por esse processo (Goiás, Tocantins, sul da Bahia). Outro fenômeno é identificado em 1991: a participação significativa de várias grandes cidades no movimento de diversificação religiosa: Recife, Salvador, Belo Horizonte, Brasília,

[4] Ver tabela 1 em anexo.

Goiânia, Curitiba, São Paulo (com destaque para sua periferia) e Rio de Janeiro. Esta diversificação se dá pelo avanço do pentecostalismo – principalmente em Curitiba (9,6%), São Paulo (8,6%), Goiânia (8,9%), Rio de Janeiro (8,3%) e Belo Horizonte (7,2%) –, e do número de pessoas sem religião – Rio de Janeiro (14,8%), Salvador (10,2%), Recife (9,7%) e São Paulo (8%) (JACOB, 2003: 34).

O recenseamento de 2000 demonstra que a maior parte do Brasil se incorpora ao quadro de diversificação religiosa. As mudanças mais notáveis foram registradas no litoral nordestino. Há ainda outros espaços de contágio, como várias microrregiões do interior da Bahia, região Centro-Oeste, Triângulo Mineiro, São Paulo, parte mais desenvolvida do Paraná, região industrial do nordeste de Santa Catarina até Florianópolis, sul do Rio Grande do Sul, Belém, Manaus, São Luís e Campo Grande. Alguns bastiões do catolicismo ainda resistem, tais como: o sertão nordestino, a maior parte de Minas Gerais, o interior do Paraná, de Santa Catarina e Rio Grande do Sul ((JACOB, 2003: 34).

O processo de aceleração da diversificação que se configura no campo religioso brasileiro a partir de 1980 atinge seu auge na década de 2000, com três elementos fundamentais: preexistência de espaços não-católicos ligados à história do povoamento; avanço das frentes pioneiras, terreno fértil para o proselitismo dos pastores; urbanização acelerada que favorece o surgimento de novas religiões ou a difusão de religiões vindas do exterior. Disso resulta que enquanto alguns deixaram de declarar-se religiosos, outros se tornam evangélicos, espíritas ou assumem sua identidade religiosa afro-brasileira. Em alguns contextos populares, o catolicismo já não aparece como a religião dominante (STEIL, 2001, p. 09). Por fim, diminui o número dos que se declaram católicos só por uma questão social ou só porque foram batizados nessa religião (NOVAES, 2001: 42).

Os católicos

O número das pessoas que se dizem católicas está em crescimento no Brasil. Em 1970, as pessoas que se diziam católicas atingiam 85,8 milhões, alcançando 125 milhões em 2000. Uma primeira leitura destes dados pode questionar a idéia de que há uma crise no catolicismo brasileiro. Entretanto, é preciso observar que tal crescimento se mostra lento em comparação a taxa de crescimento da população total do país. De 1970 a 2000, a taxa de crescimento média anual dos católicos foi de 1,3%, enquanto a da população total atingiu 2%. Esta diminuição do ritmo do crescimento de católicos poderá acarretar uma perda de influência da Igreja Católica no país se essa tendência continuar nos próximos anos (JACOB, 2003: 15).

A localização dos católicos em 2000 guarda estreita semelhança com a distribuição da população total, o que não poderia ser diferente, uma vez que eles representam três quartos da população brasileira. Os contrastes existentes são então os mesmos apresentados pela distribuição da população no país, peso desproporcional das capitais estaduais, situando-se São Paulo e Rio de Janeiro em posição de destaque, seguidos por Belo Horizonte, Porto Alegre, Fortaleza, Recife e Salvador. Do mesmo modo, a distribuição da população no interior das cinco grandes regiões se mostra bastante diferenciada: observa-se que a intensa ocupação do Sudoeste e Sul do país faz contraste com os espaços relativamente vazios do Norte e Centro-Oeste. Finalmente, o Nordeste apresenta uma situação intermediária, pois há nítidas diferenças entre as áreas muito povoadas, mais próximas do litoral, e as áreas de ocupação mais rarefeitas, típicas do Sertão, como o sul do Maranhão e do Piauí. As maiores reduções dos percentuais de católicos surpreendem pela sua concentração nas regiões Norte e Centro-Oeste, principalmente em algumas capitais estaduais (-19,7 pontos percentuais), Porto Velho (-18,5 pontos) e Manaus (-16,5

pontos). Além desses espaços no interior do país, as reduções relativas do número de católicos são altos também numa franja litorânea que se estende do Rio Grande do Norte ao Paraná, como é o caso de Salvador (-16,3 pontos). As maiores reduções dos percentuais do catolicismo se dão em áreas onde se encontram instaladas repetidoras da Rede Record, canal de televisão de sinal aberto da Igreja Universal do Reino de Deus (JACOB, 2003: 15).

O modelo de organização do espaço que caracteriza as regiões metropolitanas brasileiras é do tipo centro-periferia, o que poderia explicar o fato de as porcentagens católicas na população total diminuírem em função da distância em relação ao centro. Verifica-se que, nos setores menos favorecidos das grandes cidades, a influência da Igreja Católica diminui mais. Essa relação vale para as regiões metropolitanas, mas também é verificada em todo o território brasileiro onde intervêm outros fatores, como características socioeconômicas e religiosas. As periferias dos grandes centros poderiam ser consideradas como as áreas de maior competição no campo religioso. Isso permite traçar o seguinte modelo de organização do espaço: forte presença do catolicismo no município central, redução na periferia próxima; depois aumento em direção à periferia mais distante. Em outras regiões metropolitanas, no entanto, não se observa este modelo binário: menores percentuais de católicos no centro e maiores na periferia, como é o caso de Fortaleza, Natal e Belo Horizonte (JACOB, 2003: 15).

Evangélicos de Missão

Esta nomenclatura utilizada pelo IBGE em 2000 corresponde aos evangélicos *tradicionais* ou *históricos*. Os dados divulgados relativos ao Censo de 2000 indicam nove igrejas principais, que totalizam em torno de 8,5 milhões de adeptos, número que

se mantém estável em relação aos outros grupos religiosos no período 1991-2000, com aumento de 1 a 2 pontos percentuais. Diferentemente dos católicos, sua distribuição não corresponde exatamente à repartição da população total no país. Este grupo religioso está presente em todo o território brasileiro, mas com diferenças significativas. Quanto ao número de fiéis, destacam-se as principais regiões urbanas do país: a cidade do Rio de Janeiro (706.000 pessoas), São Paulo (384.000 adeptos) e Recife (200.000 fiéis). Entretanto, seu peso não acompanha a lógica dos grandes centros urbanos, podendo distingui-se cinco núcleos principais de comunidades situadas no interior dos estados: região serrana do Espírito Santo, nordeste de Santa Catarina e norte do Rio Grande do Sul (três áreas ligadas ao processo de colonização do país); microrregião de Cacoal, Rondônia, e a de Japurá, noroeste do Amazonas – estas duas últimas espaços de implantação mais recente (JACOB, 2003: 69).

Os evangélicos de missão habitam mais as zonas urbanas do que as rurais, congregam mais mulheres do que homens, mais adultos do que jovens. Além disso, observa-se que seus fiéis são, sobretudo, brancos e indígenas – ação de missionários estrangeiros nas últimas décadas. Sua localização obedece a duas lógicas distintas, que estão relacionadas à história da sua implantação: são encontrados nas regiões metropolitanas, não só nos municípios situados na periferia, como também nos seus municípios-sede (JACOB, 2003: 69-71).

Assim como entre pentecostais, há entre os evangélicos de missão uma multiplicidade de confissões, com uma igreja dominante (Batista), seguida de três de importância semelhante (adventistas, presbiterianos e luteranos) e inúmeras outras de menor expressão. A Igreja Batista está distribuída por todo o território nacional, mas com muitos contrastes. No município do Rio de Janeiro está localizado seu maior contingente (500.000), seguido de São Paulo, Belo Horizonte, Recife, Salvador, que

reúnem entre 130.000 e 200.000 adeptos. Ao lado da presença expressiva nas cidades, verificam-se também em outras regiões, como no norte do Rio de Janeiro, no leste de Minas Gerais e no sudeste da Bahia, espaços onde há um aumento significativo entre 1991 e 2000. Os batistas crescem também em Salvador, Recife e João Pessoa. Por fim, é na Amazônia Central que se verifica o maior crescimento dos fiéis.

Os adventistas possuem metade do número de batistas. Estão presentes em todo o território nacional, em cidades como São Paulo (90.000 fiéis) e no interior – com destaque para Ilhéus e Itabuna na Bahia, Imperatriz no Maranhão, Maringá e Londrina no Paraná, Ji-Paraná em Rondônia.

Os luteranos estão abaixo dos adventistas. Sua distribuição espacial revela que estão limitados as áreas de colonização alemã da Região Sul e do Espírito Santo.

Em seguida destacam-se os presbiterianos, que se mostram bem delimitados geograficamente, pois estão em grande parte do território brasileiro, apesar de serem mais numerosos na Região Sudeste e no Paraná (JACOB, 2003: 71-72).

Os Evangélicos Pentecostais

Como já foi dito, o crescimento dos evangélicos *pentecostais*, juntamente com o avanços dos *sem religião*, são os principais fatores da diversificação religiosa que vem ocorrendo no Brasil com mais ênfase a partir da década de 1980. Atualmente os *pentecostais* atingem milhões de adeptos e centenas de "denominações", pequenas, médias e de grande porte. É um fenômeno de amplitude mundial, um autêntico processo de globalização ou transnacionalização dessa forma de protestantismo popular, principalmente na América Latina, o caso mais extraordinário de crescimento pentecostal nas últimas décadas (MARIANO, 1999: 09-10).

Esta tendência tem a sua visibilidade aumentada pela natureza do *proselitismo religioso* dos pentecostais e pelo tipo de publicidade feita por essas igrejas. De acordo com Maria das Dores Campos Machado,

> ***"... A expansão dos grupos evangélicos nas últimas três décadas e a participação expressiva dos fiéis brasileiros nesse processo de protestantização do continente têm sido referências constantes nos trabalhos sobre a situação religiosa na América Latina. Dados censitários indicam que entre 1960 e 1970 esses grupos tiveram no Brasil crescimento de 77%, alcançando nos dez anos seguintes (1971-1980) um índice de 155%. Comparando-se esses números com dados coletados em 1985, percebe-se que a proporção quase quadruplicou desde o início dos anos 60. Por trás desse crescimento se encontra a contribuição deliberada das denominações pentecostais. Segundo a Estatística do Culto Protestante, até 1955 os pentecostais só estavam à frente dos protestantes históricos nas regiões mais pobres do país (Norte e Nordeste), mas desde o início do período 1960-1970 vêm assumindo a dianteira na conquista de novos adeptos também nos estados mais desenvolvidos do Sudeste (1960) e Centro-oeste (1965)"*** (MACHADO, 1996: 43).

Observa-se um templo em cada esquina, ouve-se sua voz nas rádios e TVs.[5] Não há fenômeno que se compare à conversão, nos últimos anos, de 9 milhões de brasileiros às mais de cem denominações pentecostais que existem no país. O número de pessoas que se declaram pertencer a uma dessas denominações encontra-se em constante aumento no Brasil: 3,9 milhões em 1980, 8,8 milhões em 1991 e 18 milhões em 2000. Sua taxa de variação anual, observada de 1991 a 2000, cresce 8,3%, enquanto a população total aumenta apenas 2% durante este período. Mantida a taxa de crescimento nos últimas duas décadas, os pentecostais conquistam um milhão de adeptos a cada ano. O maior país católico é também o terceiro no mundo de evangélicos, atrás apenas dos EUA e da China (KLINTOWUTZ, 19/12/2001: 124-129).

[5] Segundo PIERUCCI, o crescimento dos pentecostais e neopentecostais pode ser observado a partir dos seguintes indicativos: abertura e crescimento de novas igrejas; tanta religião, para-religião, terapia religiosa oferecendo-se nos interstícios do mercado urbano de serviços e bens simbólicos; acúmulo de riqueza por instituições religiosas "sem fins lucrativos"; tanto espaço conquistado na política e na mídia; tanto pastor na tela da TV; tanto cinema virando igreja (PIERUCCI in PRANDI, 1996: 276).

Assim como ocorreu com os católicos, sua localização em 2000 corresponde à da população total. As microrregiões de São Paulo e do Rio de Janeiro são as que apresentam os maiores contingentes de pentecostais, com 1,7 milhão e 1,6 milhão de fiéis, respectivamente. Seguem-se em importância, pelo número de adeptos, Belo Horizonte, que registra cerca de 600.000, Curitiba e Recife, com aproximadamente 400.000 pessoas. Mas além da sua importância nas regiões urbanas, os pentecostais estão particularmente presentes nas Regiões Norte, Centro-Oeste, metade norte do Paraná e Curitiba, Minas Gerais – em torno de Governador Valadares e de Belo Horizonte –, litoral e zona da mata de Pernambuco. A maior parte da Região Nordeste e do estado de Minas Gerais continuam pouco afetadas por esse fenômeno, onde o catolicismo mantém sua supremacia. Por fim, há uma perda relativa dos pentecostais entre 1991 e 2000 em algumas microrregiões de Rondônia, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul (JACOB, 2003: 39).

Os *pentecostais*, em geral, se localizam na primeira coroa, quer dizer, na periferia imediata ao município central das regiões metropolitanas. Em muitas delas se observa uma configuração em forma de anel que traduz uma forte implantação na quase totalidade dos distritos e subdistritos da periferia, como em Belém, Recife, Vitória, Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte. Nas demais zonas metropolitanas, os pentecostais encontram-se igualmente instalados na periferia, mas sob uma forma espacial setorial e não como um anel completo, organização que está ligada às características geográficas das cidades. Apesar das diferenças, os pentecostais vêm realizando a ocupação religiosa dos territórios e a conquista de populações de condições sociais mais modestas (JACOB, 2003: 40-41). [6]

[6] Ricardo Mariano destaca a plausibilidade do pentecostalismo às camadas pobres. As diferentes igrejas auxiliam na superação das precárias condições de vida, trazem sentido, alento e esperança aos mais

Dentre as denominações pentecostais são incontáveis aquelas surgidas no Brasil, que produzem constantemente novos pastores e, também, novas modalidades de produzir e reproduzir lideranças religiosas. Destas, apenas três representam, cada uma delas, mais de 10% no total. A primeira é a *Assembléia de Deus*, implantada principalmente no Rio de Janeiro (760.000 adeptos), São Paulo (500.000 adeptos) e Recife (300.000 fiéis). Sua taxa de crescimento anual é de 14,8%, entre 1991 a 2000, situando-a em terceiro lugar quanto ao aumento do número de fiéis das igrejas pentecostais. A segunda é a *Congregação Cristã do Brasil*, que não se tem expandido significativamente, uma vez que apresenta 4,8% de crescimento médio anual. Ela está presente na maior parte do Brasil, mas concentra-se no estado de São Paulo e em menor proporção no Paraná. A terceira colocada é a *Igreja Universal do Reino de Deus* (IURD), a mais bem-sucedida – de longe, a de maior visibilidade – e agressiva das denominações pentecostais brasileiras, que se concentra principalmente nas capitais dos estados, com destaque para o Rio de Janeiro (350.000 pessoas) e São Paulo (240.000). A IURD passou de 269.000 adeptos, em 1991, para 2,1 milhão, em 2000, o que representa um crescimento espantoso, já que a taxa de variação média anual de seus fiéis (25,7%) é quase três vezes superior à do conjunto dos pentecostais (JACOB, 2003: 42).

Outras religiões

O número de adeptos de outras religiões no Brasil chega a 3% da população total. Destas, três grupos se destacam, sendo dois *mediúnicos* e um *neocristão*. Primeiramente, o *espiritismo kardecista* é a religião mais numerosa, reunindo cerca de

---

marginalizados, que vivem distantes do catolicismo oficial, alheios aos sindicatos, desconfiados de partidos políticos e abandonados pelos poderes públicos. Nelas, encontram receptividade, apoio terapeuta-espiritual e solidariedade material (MARIANO, 1999: 12).

2,2 milhões de fiéis. Composto, sobretudo de mulheres, pessoas acima de 31 anos e brancos, os espíritas habitam principalmente as zonas urbanas, com destaque para São Paulo, com grande concentração na capital (340.000 pessoas) e em regiões próximas (Santos, Campinas, São José dos Campos). Em seguida destacam-se o Rio de Janeiro (270.000 praticantes), o vale do Paraíba Fluminense, Minas Gerais (Uberaba, Uberlândia, Triângulo Mineiro e Belo Horizonte), Brasília, Goiânia, Salvador, Recife, Porto Alegre e microrregiões da metade sul do Rio Grande do Sul.

O segundo grupo corresponde às religiões afro-brasileiras: o *Candomblé*, a *Umbanda* e *outras religiões afros*. As três conjuntamente possuem cerca de 500.000 adeptos. O *Candomblé* se concentra no Rio de Janeiro, seguido por São Paulo e Salvador. A *Umbanda* também se destaca na capital carioca, seguida por Porto Alegre e São Paulo. Por fim, o grupo neocristão habita as áreas mais urbanas, incluem mais mulheres e pessoas da cor negra. As *Testemunhas de Jeová* são os mais numerosos, com 1,1 milhão de adeptos distribuídos em todo o território nacional, com maiores concentrações em São Paulo (capital e interior), Rio de Janeiro, Salvador, sul da Bahia e leste de Santa Catarina. Os *Mórmons* espalham-se pelo território nacional, sobretudo nas capitais estaduais, com contingentes significativos em São Paulo e regiões próximas, metade sul do Rio Grande do Sul. Por fim, a Legião da Boa Vontade se concentra em parte do centro-sul do Brasil, destacando-se o Rio de Janeiro e São Paulo (JACOB, 2003: 101-102).

Sem religião

O número dos que se declaram sem religião no Brasil está em constante crescimento. Até os anos 1970 elas eram menos de 1% (700.000), 2 milhões em 1980, 5,1% (7 milhões) nos anos 1990. Atualmente, chegam a 7,3% (12,5 milhões). O ritmo

impressiona. Além do aumento do número de habitantes, dois movimentos opostos podem ser associados a este crescimento: a inclusão nessa categoria de pessoas que abandonaram sua religião e não abraçaram uma nova; a exclusão dessa categoria de pessoas que se declararam sem religião no recenseamento de 1991 e que em 2000 haviam adotado uma nova confissão (JACOB, 2003: 115).

Aqueles que se declaram sem religião localizam-se principalmente nos centros urbanos do país e suas regiões próximas, com destaque para o Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador e Recife. Apesar de ser um fenômeno nacional, há grandes contrastes associados à diversidade religiosa: grandes percentuais ao longo do litoral (Rio Grande do Norte até o Paraná); proporções mais altas em quase todo o território baiano; grande dimensão nas Regiões Norte e Centro-Oeste; pequenas proporções na calha do rio Amazona, no norte do Pará, sul do Piauí, boa parte do Ceará, da Paraíba, de Minas Gerais, do sul do Paraná, de Santa Catarina e do norte do Rio Grande do Sul. Os sem religião residem na sua grande maioria nas cidades e são principalmente do sexo masculino. A faixa etária mais abrangente são os adolescentes (16 a 20 anos) e adultos jovens (21 a 30 anos). De modo geral, localizam-se nas periferias das regiões metropolitanas. Eles constituem populações de nível socioeconômico baixo e com grandes diferenças nos níveis educacionais – pessoas sem instrução e outras com mestrado e doutorado (JACOB, 2003: 115-116).

Deve-se destacar também que este grupo não corresponde apenas as pessoas atéias. Parte deste contingente acredita em Deus, mas não participa e não se sente membro de uma religião institucionalizada. De certa forma, a perda de plausibilidade pode negar o aumento do ateísmo e das pessoas sem religião; os que se declaram sem religião dividem-se basicamente em três grupos: os *não-praticantes*, que acreditam em Deus, mas perderam o contato com as diferentes igrejas; os *agnósticos*, que têm

dúvidas sobre a existência de um ser supremo; e os *ateus*, que negam qualquer forma de divindade. O grupo dos ateus chama a atenção não apenas pelo crescimento, mas também por não terem medo de assumir suas convicções. Além disso, nos últimos anos surgiu uma nova figura: o *ateu militante*. Eles organizam encontros, participam de grupos de discussão na *Internet* e fundaram até uma ONG, a *Sociedade da Terra Redonda*. O objetivo dos militantes é conclamar pessoas sem fé religiosa a assumir o próprio ateísmo. A maioria dos ateus brasileiros é jovem e vem da área de ciências exatas. Na maioria dos casos, assumir o ateísmo não foi uma atitude dramática, pois geralmente são jovens que nunca tiveram nem fé, nem prática religiosa (LIMA, 2002: 84-86).

2 – A Igreja Católica e o pluralismo religioso

A postura da hierarquia católica diante do avanço das outras *empresas de salvação* tem sido diversificada. Num primeiro momento, seus discursos caracterizavam-nos como "seitas". Entre as causas explicativas, apontava-se o interesse de governos estrangeiros (sobretudo norte-americano); o sistema social que vigorava no país; o pluralismo cultural dos tempos modernos; o impacto da modernidade e a acelerada urbanização; o proselitismo das seitas. As posições eram caracterizadas por certa indiferença. Afirmava-se que não era a quantidade que interessava. Aqueles que abandonavam o catolicismo de alguma forma já estavam fora dele, sendo católico "social" ou de "batismo" (ORO, 1996: 90).

Entretanto, diante da fuga anual de 600 mil fiéis no Brasil, a hierarquia católica temendo perder sua hegemonia no campo religioso mudou suas posições. Além de explicações simplistas e preconceituosas sobre o crescimento das "seitas", da procura de bodes expiatórios e teses conspiratórias, era preciso urgentemente ceder lugar à

ação (MARIANO, 1999: 13-14). Desta forma, a partir da década de 1980 quando o fenômeno não estava configurado com as dimensões atuais (especificamente em 1982), o *Setor de Ecumenismo e Diálogo Inter-Religioso* da CNBB fez estudos e elaborou subsídios teológico-pastorais sobre a temática, juntamente com membros do *Conselho Nacional de Igrejas Cristãs* (CONIC), do *Centro Ecumênico de Documentação e Informação* (CEDI) e do *Instituto de Estudos da Religião* (ISER). Desses primeiros esforços emergiu, na década de 1990, uma comissão especial dentro da *Linha 5* na CNBB, que acompanhou e elaborou seminários nacionais buscando apresentar subsídios à ação pastoral. Destes, três se destacaram, resultando numa série de artigos publicados na coleção *Estudos da CNBB*, intitulados *A igreja católica diante do pluralismo religioso no Brasil*. Esta série contou com a participação de religiosos e cientistas sociais. Em geral, a abordagem possui dois momentos. Num primeiro, traça-se um panorama do campo religioso brasileiro. Em seguida, são apresentadas algumas propostas pastorais diante do pluralismo religioso.

O primeiro seminário foi realizado de 28 a 31 de janeiro de 1991, em São Paulo, com a participação de 65 pessoas, entre as quais sete bispos, onze representantes regionais da CNBB, convidados do CONIC e das igrejas cristãs. Nesta reunião, a reflexão apontou as seguintes tendências relativas ao campo religioso brasileiro: há uma religiosidade de fundo; o catolicismo está em declínio em termos percentuais; a identidade confessional está debilitada; diminuição do compromisso institucional; sucesso dos grupos religiosos "mais abertos ao mundo" (Pe. Jesus Hortal)[7]; crescimento significativo dos pentecostais e do pluralismo (Francisco C. Rolim)[8]; avanço da secularização, do proselitismo "fanático e interesseiro das seitas";

[7] *"Panoramas e estatísticas do fenômeno religioso no Brasil",* p. 09-24.
[8] *"Pluralismo religioso no Brasil"*, p. 25-61.

subjetividade da fé; relativização das crenças; migração dos "católicos de batismo" para as "seitas" – associada à situação de miséria, enfermidades mentais, neuroses diversas, imaginário social mágico e utilitarista; linguagem e prática oficial da Igreja Católica inadequadas (Mário de França Miranda, S.J.).[9]

Diante dessas constatações, o padre Antonio Antoniazzi faz algumas considerações sobre a pastoral católica. Inicialmente, toma como referência a relação entre pentecostais e modernidade. Destaca que estes praticam uma religião mais próxima do *catolicismo tradicional*, distante do catolicismo "progressista" ou "renovado". Mas, por outro lado, os pentecostais se abriram às exigências da modernidade, valorizando o indivíduo e sua experiência subjetiva, a democratização das relações intersubjetivas.[10]

Dessa forma, o padre Antomazzi aponta a abertura à modernidade como uma primeira lição que não pode ser negligenciada pela pastoral católica. Com isso, ele retoma alguns princípios postos no Concílio Vaticano II relativas à renovação: valorização da dimensão pessoal ou subjetiva; experiência de comunhão e pertença à Igreja; inserção na cultura e na sociedade de hoje. Ao final, são sugeridas algumas posturas pastorais: aprofundar o conhecimento sobre a flutuação religiosa; reconhecer o *valor salvífico* e a *verdade* em outras religiões; dialogar com a experiência das outras religiões cristãs; refletir sobre a eficácia da ação pastoral, associando-a as exigências contemporâneas; renovar os modelos comunitários; manter sua opção preferencial pelos pobres; mudar a mentalidade, valores, estruturas pastorais; reformular os papéis e atualização de conhecimentos e habilidades dos agentes pastorais.

---

[9] *"A Igreja Católica diante do pluralismo religioso no Brasil"*, p. 62-88.
[10] *"A análise crítica da pastoral da Igreja: a partir de um enfoque sociocultural",* p. 89-113.

O segundo seminário foi realizado em Salvador-BA, no mês de fevereiro de 1993, com um enfoque mais voltado para o Nordeste brasileiro. No documento publicado pela CNBB destacam-se quatro textos. Na *Apresentação*, Dom Ivo Lorscheiter enfatiza a difusão dos *Novos Movimentos Religiosos* e a formação de um "campo religioso pluralista". Destaca ainda a "invasão" no Brasil de um grande número de grupos religiosos "evangelistas-pentecostais", que leva a Igreja Católica à busca de uma "resposta pastoral" (LORSCHEITER in CNBB, 1993: 05-06).

O artigo de José Maria Tavares de Andrade, intitulado "O sincretismo e o religioso", constata a relação entre demanda de bens e serviços religiosos e suas respectivas instituições religiosas, que buscam cada vez mais inovar, criar. O autor confirma uma demanda tipicamente de cura mágica e uma dinamização para diversificação de ofertas a serem canalizadas dentro e fora dos espaços propriamente institucionais: novas divindades e novas religiões são forjadas no próprio forjamento da brasilidade. Nessa dinâmica da história cultural, os sincretismos são nacionais e entendidos como leituras feitas do ponto da oferta de bens e serviços tradicionalmente institucionalizados (ANDRADE in CNBB, 1993: 26-53).

Dom José Maria Pires analisa a relação entre CEBs e "seitas", assim como, propõe algumas "pistas pastorais". Para o autor, diferentemente da postura de alguns membros das "Igrejas tradicionais" (católicos e protestantes históricos), as "seitas" possuem um saldo positivo: re-orientação religiosa para muitas pessoas.[11] O maior desafio para este membro do clero não seria a proliferação das "seitas" e sim o

[11] Afirma Dom José Maria Pires: "Muitos abandonaram os vícios em que achavam mergulhados, deixam de ser violentos, dedicam-se ao trabalho com serenidade, tornam-se bons pais de família. Os católicos que desertaram de sua Igreja e se filiaram às "seitas" não se tornaram piores cidadãos nem cristãos relaxados; ao contrário, melhorou sensivelmente sua conduta e melhorou sua participação ativa na nova comunidade eclesial a que passaram a pertencer" (PIRES in CNBB, 1993: 105).

combate ao secularismo.[12] Isto retoma a discussão entre religião e modernidade, levando o religioso a questionar como a primeira pode responder ao avanço secularizante da segunda.

Destaca-se então o papel das CEBs e das "seitas" ao processo de recristianização dos "desgarrados" nos meios populares, diferente das "Igrejas tradicionais", que não conseguem responder "adequadamente". Em relação às comunidades de base, estas proporcionam um nível de participação superior, apesar da falta de apoio e reconhecimento eclesiástico. No caso dos pentecostais, há um maior reconhecimento das suas lideranças e a exploração "até ao exagero" dos dons de cura. Caberia, então, às CEBs saber explorar "sabiamente" o lado espiritual e se abrir às expressões da cultura popular, que possibilitaria "dar respostas adequadas às necessidades cotidianas do povo" (PIRES in CNBB, 1993: 112).

Quanto às "pistas pastorais", são apresentados quatro enfoques: não ter medo das "seitas"; comunicar-se melhor, pois a comunicação católica é "pobre" – sem linguagem corporal, música, imagens, símbolos e teatro, usados apenas para "enfeitar" – , sem retorno dos fiéis, distante das necessidades dos "ouvintes, muito racional e pouco emotiva; valorizar as CEBs; abrir-se ao ecumenismo (PIRES in CNBB, 1993: 112-115).

Por fim, como resultado do segundo seminário, são expostas as "sugestões pastorais" após a constatação da "fragmentação" e da "proliferação" dos pentecostais, destacando-se, inclusive, os indicativos da eficácia destes.[13] Diante desse quadro, estas

[12] "Outros deuses – o dinheiro, o prazer, o poder – instalaram-se em seus corações e ocupam mais espaço e mais tempo do que o que é reservado ao Deus vivo; outros templos – os Bancos – são muito mais freqüentados do que as velhas Igrejas; em outros altares – a competição e o consumismo – se oferecem vítimas mais abundantes e mais valiosas do que as "esmolas" destinadas ao culto em nossas igrejas" (PIRES in CNBB, 1993: 106).

[13] A oferta de soluções "mágicas" a um povo empobrecido e sem esperança: a organização e cultura simples, não elitista, que facilitam a integração na comunidade; a doutrina dualista que simplifica a

seriam as sugestões: “nova evangelização”, reafirmando o ecumenismo e a renovação das estruturas das CEBs; abrir canais de diálogo; conhecer o “catolicismo afro-brasileiro” e os cultos “afro” – que “talvez representem uma das mais sérias questões pastorais para a Igreja Católica no Brasil” –, incluindo um estudo aprofundado da inter-relação entre fé e cultura no processo de formação de seminaristas, religiosos e religiosas e catequistas; concessão de maiores espaços aos elementos da cultura negra e indígena, tais como ritmo e tambores; dar à religiosidade popular mais espaço para manifestar-se em formas espontâneas; enfatizar o processo de *evangelização inculturada*, que é ainda uma força propulsora da renovação da ação pastoral da Igreja; aprofundar continuamente a reflexão teológico-pastoral sobre romarias e espiritualidade do romeiro; devolver à esfera leiga certos trabalhos pastorais, incentivando a institucionalização de ministérios não-ordenados e criando oportunidades teológico-pastorais visando a um maior engajamento pastoral; estar atenta às exigências subjetivas das pessoas e estimular uma participação mais ativa dos fiéis; acompanhar mais as CEBs, integrado-as à Diocese e superando o elitismo; aprofundar, entre os agentes da pastoral, estudos sobre demonologia, exorcismo, salvação, saúde; reforçar a função sacerdotal da pastoral da saúde, da confissão e do aconselhamento espiritual (PIRES in CNBB, 1993: 127-131).

O terceiro seminário realizou-se em Brasília, nos dias 1,2,3 de março de 1994. Nele, especificamente, foram feitas análises sobre as tendências religiosas e espirituais no Brasil. Uma questão central foi buscada: “por que a verdade do Cristo ao menos como é por nós apresentada, não tem sempre o mesmo vigor de conclamação”

---

interpretação dos acontecimentos da vida humana; a segurança oferecida pela vitória indiscutível do poder de Deus sobre o Maligno; um ritualismo espontâneo, que torna as celebrações um tempo de aproximação emotiva do divino: são elementos que fazem da oferta religiosa dos novos movimentos uma resposta que parece satisfazer a demanda de um povo empobrecido (PIRES in CNBB, 1993: 125)

(LORSCHEITER in CNBB, 1994: 06). Além da atenção dada aos pentecostais, neste volume o foco recaiu, sobretudo, nos "novos movimentos religiosos", com a *Nova Era* e o *Santo Daime*.

Seguindo a mesma estrutura dos volumes anteriores, primeiramente faz-se uma análise do pluralismo religioso e, em seguida, são sugeridas algumas mudanças na ação pastoral católica. Esta primeira parte ficou sob a responsabilidade de um sociólogo (Francisco C. Rolim), um antropólogo (José Jorge de Carvalho) e um religioso (Pe. Jesus Hortal, S.J.). Rolim destaca as várias tendências de interpretação do pluralismo religioso: sedutora tentação de ecletismo religioso; reação à racionalidade, que explica o subjetivismo do pluralismo de nossos dias. Ao final, ressalta que o pluralismo constitui uma situação nova em que as relações de tolerância formam um ambiente bastante amplo para respeitar e entender os comportamentos e crenças dos outros (ROLIM in CNBB, 1994: 18).[14]

Carvalho destaca três observações: a constatação de uma crescente "teologização" do espaço religioso brasileiro – com uma religiosidade no plural, transitória, com limites bem marcados, escolhida e individualista; a substituição da herança familiar, comunitária, pela noção de experiência; retomada recente da idéia de mestre, do guia individual – houve uma atomização da instituição religiosa, que sai das grandes estruturas institucionais e se desloca para um nível mais comunitário, de pequenos circuitos e redes, que estão centrados na liderança claramente institucional (CARVALHO in CNBB, 1994: 21-28).[15]

O enfoque de Hortal se dá na instituição da fragmentação religiosa, enfatizando a formação do chamado "novo sagrado", com três tipologias que marcam a procura do

[14] "*Introdução"*, p. 07-20.
[15] *"Tendências religiosas no Brasil contemporâneo"*, p. 21-36.

transcendente: as religiões "propriamente ditas", a magia e os movimentos "cúlticos". Ao constatar tais tendências, ele apresenta as raízes da fragmentação religiosa: individualismo e insegurança. Isto leva à busca do "artigo religioso efêmero", "descartável"; à constante procura de receitas para dominar as forças sobrenaturais e ocultas e do "milagre fácil". Enfim, há um "cansaço", um enfraquecimento no sentido da adesão a uma Igreja determinada, relativizando a pertença e "demonizando" o mundo (HORTAL in CNBB, 1994: 203-219).[16]

A parte relativa às propostas pastorais coube novamente ao Pe. Alberto Antoniazzi. Diante do campo religioso caracterizado pelo individualismo e subjetivismo, são apresentadas as seguintes sugestões para a atuação do clero: atender de forma personalizada os fiéis; diversificar mais a pastoral – "atenta às diversas situações" –; estar atento à *inculturação*; dar mais "qualidade", pois, às vezes, se oferece uma religião de "baixa qualidade, sem fervor, sem santidade, sem autenticidade". O padre destaca também que o abandono dos fiéis estaria relacionado à excessiva distância entre clero e leigos, ao excesso de burocratização da vida paroquial, ao atendimento que não leva em conta as necessidades pessoais, à celebração litúrgica e pregação que não consideram a experiência religiosa viva, demasiadamente racional e pouco sensível às emoções (ANTONIAZZI in CNBB, 1994: 234). [17]

Diante do que foi exposto, observa-se que a CNBB está bem informada sobre a dinâmica do campo religioso brasileiro. Os textos apontam que já na década de 1990 os católicos estavam cientes da existência de uma certa "crise" na sua religião, assim como da desinstitucionalização religiosa (subjetividade) do avanço pentecostal, da

[16] *"As novas tendências religiosas: uma reflexão sobre as causas e conseqüências"*, p. 203-224.
[17] *"Observações finais"*, p. 225-234.

necessidade de se enfatizar a experiência e não somente a tradição, da fragmentação, da transitoriedade, enfim, de uma situação plural. Do mesmo modo, apesar do tom preconceituoso relativo ao enfoque sobre os pentecostais – tais como denominá-los de "seitas" e "fanáticos", ou atribuir seu avanço a "neuroses", miséria, desespero –, observa-se que, num determinado momento, emerge uma reflexão que ressalta a eficácia das estratégias pentecostais e, ao mesmo tempo, reconhece a crise de plausibilidade do catolicismo, sobretudo aquele de matriz *tradicional*.

A partir dessa autocrítica, a Igreja Católica inicia, então, novas ofensivas no campo religioso, sugerindo mudanças na ação pastoral. Em geral, as propostas enfocam a necessidade de se tornar competitiva diante das outras *empresas de salvação*, de captar o sentido da disputa no campo pela hegemonia. Tomando as demais concorrentes como parâmetros, os católicos ressaltam a necessidade de abertura à modernidade, reforçando a noção de *experiência com o mundo*, não se limitando somente na *tradição*. Dessa forma, as propostas estão relacionadas à busca pela hegemonia do capital simbólico: inculturação, reflexões sobre a contemporaneidade, ecumenismo, atualização (linguagem, comunicação, valores, estruturas), novos incentivos à participação leiga, reforço da função eclesiástica, entre outros. Cada vez mais o diálogo e não a rejeição com o mundo se faz presente, se faz necessário.

A criação, em 1998, do *Instituto Brasileiro de Marketing Católico* por Antônio Miguel Kater Filho, publicitário paulista membro da *Associação do Senhor Jesus* – grupo de leigos católicos fundado em 1981 com o objetivo de utilizar a televisão como meio de evangelização –, demonstra a preocupação com novas estratégias de evangelização, calcadas na racionalidade. Embora não seja um órgão da CNBB, seu primeiro presidente foi dom Fernando Figueiredo, bispo superior do padre Marcelo

Rossi. Atualmente o Instituto é presidido por dom Murilo Kriger, arcebispo de Florianópolis, e promove anualmente encontro de marketing que reúne membros da Igreja e publicitários simpatizantes (VALLADARES, *Veja*, 08/10/2003).

O próprio Karter Filho lançou uma obra que sintetiza a idéia de criação do *Instituto Brasileiro de Marketing Católico*, intitulado *O marketing aplicado à Igreja Católica*. Publicada pelas edições *Loyola* (editora fundada em 1963 por jesuítas), tem como principal meta: "tornar-se uma ferramenta à disposição da Igreja Católica Apostólica Romana, para que ela, atendendo objetivamente às expectativas, anseios e necessidades espirituais das pessoas, consiga manter ativo, permanente e crescente seu quadro de fiéis" (KATER FILHO, 1999: 10).

Evidencia-se aqui uma preocupação com a evasão dos fiéis. Na visão do publicitário, o catolicismo vem assistindo a uma fuga dos seus praticantes. Uma das causas que podem ser indicadas para tal processo se constitui na não-utilização e na ineficaz ou inadequado uso dos modernos meios de comunicação. O *marketing* é apontado então como a solução para a falta de motivação e evasão dos leigos católicos. Tal alternativa é explicada a partir das características do "consumidor" contemporâneo dos bens simbólicos: vive num mundo que respira *marketing;* recebe diariamente milhares de apelos diretos e indiretos para consumir os mais diversos produtos que se apresentam como promotores da satisfação de suas necessidades. Utilizando as mesmas técnicas e estratégias das empresas contemporâneas, a Igreja Católica conseguiria concorrer com as "empresas" e as organizações poderosas que "bombardeiam" constantemente o homem com seus apelos, oferecendo seu grande "produto": a salvação.

O autor, inclusive, aponta duas estratégias para chegar a uma "satisfatória venda". Primeiramente, é importante detectar as reais necessidades dos consumidores.

Após essa etapa, a Igreja deve fazer chegar a todos, de maneira rápida e eficiente, o seu "produto", ou seja, a salvação, numa ação de "promoção". Nessa busca de uma melhor "venda" no concorrido mercado simbólico, os meios eletrônicos aparecem como "... *um poderoso e moderno veículo de comunicação de massa que velozmente faria chegar diariamente à intimidade do lar milhares de informações"*. Tomando esse recurso tecnológico, a Igreja estaria sintonizada com a "civilização da imagem", conseguindo, desse modo, atingir diretamente seus consumidores.

Esta preocupação com o *marketing* demonstra como há uma preocupação dos católicos em redefinir seu papel numa sociedade cada vez mais secularizada e pluralista em termos religiosos, como destaca Ricardo Mariano:

> *"Apesar de tardia, a reação católica já se faz sentir. Resultam disso sua atual corrida para ocupar mais espaço na TV (incentivo à criação e manutenção da Rede Vida), maximizar o uso evangelístico de sua extensa rede radiofônica (quase 200 emissoras), incrementar a participação dos leigos na celebrações, revalorizar tradições populares e as pastorais sociais e de saúde, renovar ainda mais a liturgia (para além das inovações concebidas no Concílio Ecumênico Vaticano II), abrir novos ministérios, tornar os sacerdotes mais disponíveis, acolhedores e atentos às necessidades dos fiéis, conceder espaço à expressividade emocional dos cultos, pesquisar as 'seitas' para definir respostas pastorais adequadas, evitando, por sua ineficácia, qualquer campanha de ataques. Mas talvez a maior façanha da Igreja Católica em sua tentativa de recuperar terreno tenha se verificado na esfera política. Nossos parlamentares, como se sabe, facilmente se rendem ou se acomodam diante das pressões do 'lombo da batina"* (MARIANO, 1999: 14).

3 – *As* empresas de salvação e *a mídia*

O desenvolvimento da mídia transformou a natureza da produção e do intercâmbio simbólicos no mundo moderno. As novas redes de comunicação transmitem informação e conteúdo simbólico a indivíduos cujas relações com os outros permanecem fundamentalmente inalterados. O uso destes meios implica a criação de novas formas de ação e de interação no mundo social, novos tipos de relações sociais e novas maneiras de relacionamento do indivíduo com os outros e

consigo mesmo. O uso dos meios de comunicação transforma a organização espaço-temporal e da vida social, criando novas maneiras de exercer o poder, que não estão mais ligadas ao compartilhamento local comum (THOMPSON, 2002: 13-19).[18]

No caso específico do rádio e da TV, por exemplo, foi possível a "reinvenção do mundo", modificando a vida do seu usuário e permitindo um acesso a um "mundo diferente". Essa "segunda natureza" criada pela indústria cultural "reencanta" a sociedade com novas fantasias, produzindo de passagem novas identificações sociais e coletivas, agrupando conglomerados dispersos e isolados. Numa sociedade profundamente marcada pela mercadoria tecnológica, que oferece a possibilidade da satisfação de necessidades da ordem simbólico-qualitativa, torna-se necessário, para que todo movimento religioso se expanda, dispor de uma forte rede de mídia (PARKER, 1995: 118-119).

As *empresas de salvação* não negligenciam o poder dos meios de comunicação de massa. Num primeiro momento, utilizou-se a imprensa escrita e, em seguida, o rádio e a televisão. Periódicos religiosos circulam na sociedade desde o século XIX (católicos, protestantes históricos e espíritas) e durante todo o século XX (além dos já citados, os pentecostais). As primeiras estrelas do rádio (década de 1920) e da TV (década de 1940), por exemplo, foram bispos, padres e pastores, que revitalizaram a presença da mensagem religiosa na sociedade ocidental, que se modernizava a passos largos. Ao invés do sermão falado ou do texto impresso, as ondas sonoras, deslocadas

[18] Com a mediação da cultura moderna, foram plasmadas as maneiras como as formas simbólicas são produzidas, transmitidas e recebidas nas sociedades modernas, bem como as maneiras como as pessoas experimentaram as ações e acontecimentos que se dão em contextos dos quais estão distanciados, tanto no espaço como no tempo (THOMPSON, 1995: 25). Num mundo marcado pelos meios de comunicação, as tradições se tornaram mais e mais dependentes de formas simbólicas mediadas. Elas foram desalojadas de lugares particulares e reimplantadas na vida social de novas maneiras. Mas o desenraizamento e a nova ancoragem das tradições não se tornam necessariamente inautênticas, nem foram condenadas à extinção. Com o avanço dos meios de comunicação, o papel das tradições orais, por exemplo, não foi eliminado, mas foi suplementado e reconstituído pela difusão dos produtos da mídia (THOMPSON, 2002: 172-174).

a milhares de quilômetros de distância de seu local de emissão, passaram a substantivar a palavra de Cristo (CARVALHO, 1998: 85-86).[19]

Especificamente no Brasil se evidencia certo "atraso", pois a consolidação de uma sociedade capitalista não se deu simultaneamente como no caso dos EUA.[20] Como demonstra Renato Ortiz, durante o período do pós-guerra é possível observar um dinamismo na sociedade brasileira, mas ele se insere no interior de fronteiras bem delimitadas. Em termos culturais, o processo de mercantilização da cultura será impedido pelo desenvolvimento econômico mais generalizado. A "indústria cultural" e a cultura popular de massa emergente se caracterizam mais pela sua insipiência do que pela sua amplitude. Apesar de viver numa "fase inicial da sociedade moderna" e de todo o processo de fortalecimento proporcionado pelo Estado Novo, a sociedade brasileira é ainda marcada pelo localismo. A construção da nacionalidade é ainda um

[19] As mudanças nas formas institucionais de religião levam à necessidade de uso da mídia como estratégia de garantia de existência, ao mesmo tempo em que a mídia gera novas demandas de trabalho simbólico das instituições religiosas. Assim, as novas dinâmicas do campo religioso criam as condições de existência de um canal de circulação dos bens simbólicos religiosos. Logo, o conhecimento das condições sociais responsáveis pela demanda de um canal de circulação de bens simbólicos explica as formas específicas de utilização do produto. De um lado, as condições sociais de produção de bens simbólicos; de outro, as condições sociais de uso institucional desses bens (MARTINO, 2003, p. 14).

[20] Num estudo publicado em 1986, intitulado *A Igreja Eletrônica e seu impacto na América Latina: convite a um estudo,* Hugo Assman analisa o intenso e crescente uso dos meios eletrônicos nos Estados Unidos, especialmente da TV, por lideranças religiosas, e seus desmembramentos na América Latina. Assman caracteriza os principais traços desses televangelistas norte-americanos. Primeiramente, estes superastros da TV quase sempre eram personalizados e relativamente autônomos em relação às denominações cristãs convencionais. Em segundo lugar, eles constituem, cada qual com acentuada autonomia, a sua própria base de teledifusão, com gigantescas infra-estruturas, interconexão de estações próprias, convênios sólidos com estações de retransmissão, horas ou dias inteiros de acesso garantido a satélites, organizações próprias de TV por cabo acrescidas de convênios com organizações alheias, sofisticados centros de geração de programas incluindo dublagem em diversas línguas, nexo com redes radiofônicas e até universidades próprias. Em terceiro, situados num contexto de completa mercantilização e ferrenha concorrência, os televangelistas lançaram mão de todas as alternativas que se lhes ofereciam. Partindo, na maioria dos casos, da aquisição de modestas estações locais e da compra de espaço em cadeias regionais, aos poucos eles foram montando seus próprios impérios televisivos. Só alguns preferiam ater-se ao esquema de aquisição de espaços em estações alheias, montando unicamente estúdios próprios de produção. Por fim, Assman indicava seis t*écnicas para angariar fundos adotadas pelos televangelistas: 1) v*enda de espaços sagrados; 2) venda de tempo de oração; 3) convite para entrar no "Clube"; 4) venda de objetos religiosos; 5) apelos pessoais que simulam intimidade; 6) ameaça de suspensão do programa. Este pioneirismo dos televangelistas norte-americanos está diretamente relacionado com a consolidação de um mercado de bens culturais, que emerge com a consolidação da chamada "indústria cultural" nos EUA a partir das décadas de 20 e 30 do século passado (ASSMAN, 1986: 16-66).

projeto dos anos 1930 e 1950, e não é por acaso que nesse período a questão nacional se impõe com toda a sua força. É a partir das décadas de 1960 e 1970 que se definem pela consolidação de um mercado de bens culturais. A constante evolução destes setores se vincula a razões de fundo e se associa a transformações estruturais por que passa a sociedade brasileira. Nessa fase, o advento do *Estado militar* possui um duplo significado: por um lado se define por sua dimensão política; por outro, aponta para transformações mais profundas que se realizam no nível da economia: a "segunda revolução industrial" no Brasil. De 1964 em diante verifica-se o momento de reorganização da economia brasileira, que cada vez mais se insere no processo de internacionalização do capital; o Estado autoritário permite consolidar no Brasil o "capitalismo tardio". Em termos culturais, essa reorientação econômica traz conseqüências imediatas, pois, paralelamente ao crescimento do parque industrial e do mercado interno de bens materiais, fortalece-se o parque industrial de produção de cultura e o mercado de bens culturais. O que caracteriza a situação cultural dos anos 60 e 70 é o volume e a dimensão do mercado de bens culturais. Ocorre neste período uma formidável expansão, no nível de produção, de distribuição e de consumo da cultura; é nesta fase que se consolidam os grandes conglomerados que controlam os meios de comunicação e da cultura popular de massa (ORTIZ, 2001: 38-121).

Pioneiramente, os pentecostais brasileiros não ficaram à parte da formação deste mercado de bens culturais. A partir da evolução das telecomunicações no Brasil, tais denominações fizeram uso intensivo da mídia eletrônica com cultos, curas, testemunhos e pregações. Ao analisar a emergência da "Igreja Eletrônica" na América Latina, Assman associa tal processo com a miséria sócio-econômica. Nesse sentido, há certa lentidão entre os programas das *Igrejas históricas* e uma possível adequação da sua mensagem à sensibilidade e às necessidades das classes populares. O

pentecostalismo fez, à sua maneira, a sua opção pelos pobres: transformou-se em destinatários principais do seu bombardeio de mensagens radiofônicas e televisivas. Na América Latina, os “milagres”, as “curas divinas” e as “promessas de salvação”, embora se valham igualmente de supostas intervenções divinas e recursos psicologistas triviais, se abasteçam, sobretudo do referencial de miséria. A adequação, adaptação e penetração dos programas nas audiências populares têm a ver, precisamente, com a capacidade de sintonizar e afinar-se com as necessidades das massas indigentes (ASSMAN, 1986: 80-81).

A entrada católica nos meios eletrônicos ocorreu com o rádio. A grande maioria das emissoras católicas foi criada ao longo dos dez anos que vão de 1954 a 1964, período de consolidação do mercado brasileiro de bens culturais – conforme apontado por Renato Ortiz (2001) – , e de expansão do campo radiofônico como um todo no conjunto da sociedade brasileira. Vale ressaltar também que é o momento em que as religiões espíritas e pentecostais, em rápida expansão, descobrem o rádio como nova forma de proselitismo nas cidades. Inicia-se então uma campanha católica contra a "proliferação das seitas", anteriormente presente nos jornais e nas revistas católicas desde o início do *novecentos*. Essa campanha precisava alcançar agora um meio técnico mais eficiente, sobretudo levando-se em conta que os católicos mais propensos à "conversão herética" eram os que não sabiam ler. Nesse sentido, o rádio transcendia a palavra impressa e precisava ser conquistado. Era necessário conseguir junto ao governo novas concessões de emissoras e tentar eliminar a vantagem que os "inimigos da fé" pareciam ter conquistado nesse campo (MONTERO, 1991).

Nesse período inicial, as emissoras *Rádio América* e *Rádio Aparecida* conquistaram, cada uma à sua maneira, um lugar de relevo entre as maiores rádios brasileiras dos anos 80. Fundada pela iniciativa privada em 1934, a Rádio América foi

adquirida pela *Congregação dos Padres Paulinos* em São Paulo (1967). Durante os dez primeiros anos que se seguiram à compra, manteve-se como emissora deficitária, de pouca audiência, que arrecadava grande parte de seu tempo para programas de corridas de cavalo. Em 1978 desponta, no entanto, em primeiro lugar na audiência da grande São Paulo. A razão deste "milagre" foi a contratação de uma bem sucedida empresa - L&C - para organizar o setor comercial e sua programação. A receita da L&C foi simples: retirou o caráter pesadamente religioso da programação; escolheu com precisão sua faixa de público (jovens da classe c e d entre 25 e 40 anos), tornou a rádio uma emissora unicamente musical e especializada em música sertaneja e refez sua imagem junto ao público numa ambiciosa campanha publicitária nos jornais e *outdoors* da cidade. E deu certo. Desde 1979 ela se mantém entre as três emissoras de maior audiência em São Paulo.

Reduziu-se o tempo dedicado a programas religiosos a 6% da programação semanal (isto é, 8 horas por semana num total de 133); a programação religiosa foi alterada de maneira a ficar diluída em mensagens de curta duração entremeadas no fluxo da programação musical; o jornal "Igreja é Notícia: um programa direto da sacristia para você" foi modificado e passou a integrar o noticiário da imprensa leiga. Além de reduzir o tempo dedicado aos programas religiosos e integrar mensagens curtas no fluxo normal da programação, outra solução adotada pelos novos criadores, foi apresentar o produto religioso numa embalagem mais “sedutora”. Nesta mudança está evidente a necessidade de se tornar plausível ao fiel. Nas *Campanhas da Fraternidade* de 1987 e 1988 por exemplo, eles gravaram o tema musical da campanha com cantores famosos que diziam antes de começar a cantar: "Aqui é o Fábio Jr. na Campanha da Fraternidade". Finalmente, se a modernização da programação conseguiu atrair mais ouvintes para os programas religiosos, a especialização da rádio

numa faixa de público de baixa renda parecia estar naturalmente em continuidade com uma visão pastoral que queria a religião "a serviço do povo" (MONTERO, 1991).

A *Rádio Aparecida* dos *padres redentoristas* da cidade de Aparecida, SP, embora tenha passado pelo mesmo processo de modernização, apresenta peculiaridades bem diversas. Inaugurada em 8 de setembro de 1951, começa a funcionar timidamente com uma única estação de ondas médias. No ano seguinte, a rádio consegue uma nova concessão governamental, desta vez em ondas tropicais, e em maio de 1953 conquista a publicação de um decreto que lhe outorga uma freqüência em ondas curtas. Desde o início carrega o timbre do santuário da Virgem que lhe dá o nome e as marcas do carisma do Padre Vítor Coelho, um de seus fundadores. Com entrada do Pe. César na sua direção em 1981, foi renovada a programação, eliminando programas mais tradicionais como as rádios-novelas, buscando um público novo e mais jovem. Introduziu um jornalismo ágil e bem informado para disputar com a *Jovem Pan* e a *Excelsior* um público de melhor nível cultural.

Em relação à televisão, durante os primeiros anos da sua chegada e expansão no Brasil, a Igreja Católica pouco explorou este meio de comunicação. Vale ressaltar que ainda durante a década de 1980, num país em que ela acabou se tornando o meio de comunicação mais poderoso, a presença católica no campo televisivo continuava tímida e controvertida, comparada com a presença dos evangélicos. As primeiras experiências da Igreja Católica como proprietária de um canal televisivo se deram com a *TV-Difusora Canal 10*, inaugurada em Porto Alegre-RS (1969) pelos frades Capuchinhos. Essa TV começou com excelentes condições técnicas e gozou, durante sua existência, de ótima audiência no sul do país. Seu desaparecimento ocorreu em 1980. Dentre os diversos fatores que levaram à venda de sua concessão à *TV*

Bandeirantes, destaca-se a crise financeira aliada às pressões políticas. A segunda experiência referiu-se à concessão pelo Governo Federal de um canal para uma emissora adquirida pelos franciscanos em Pato Branco, Paraná, e inaugurada em junho de 1987.

Embora a inserção da Igreja Católica no campo da televisão como proprietária seja praticamente incipiente até as décadas de 1980 e 1990, ela não esteve inteiramente ausente das telas de televisão. Num levantamento realizado pela *Equipe de Reflexão do Setor de Comunicação Social* (ER) da CNBB em 1981, verificou-se que pelo menos 28 emissoras leigas de TV cediam espaço para programações religiosas das dioceses. Uma de suas atuações mais constantes e de maior público era a transmissão da *missa dominical*. Este parecia ser o *programa ideal* para que as emissoras pudessem preencher a cláusula do contrato da concessão governamental que as obrigava a reservar parte de seu tempo para programações culturais.

Por outro lado, aos poucos, a transmissão da missa pela televisão foi-se fazendo, desde muito cedo, ao sabor da iniciativa dos padres e das emissoras locais, sem muita preparação ou coordenação nacional. Mas, na medida em que a experiência ia se expandindo, "fazer missa na televisão" tornava-se cada vez mais objeto de preocupação dos responsáveis pela comunicação na Igreja. O ano de 1969 é nesse sentido uma data-chave. Em julho daquele ano o então *Secretariado Nacional para a Opinião Pública da CNBB* (SNOP) organiza um grande curso de comunicação para bispos e padres ligados à área quando, pela primeira vez, se discute como produzir programas para a TV. Naquele mesmo ano, Dom Romeu Alberti, bispo de Apucarana e responsável pelo *Setor de Liturgia* da CNBB, preocupado com a renovação litúrgica que acompanhou a *Conferência de Medellín* com suas sugestões de reformas, chama o pastoralista Arnaldo Beltrami para trabalhar no centro de comunicação que criara em

sua diocese. Toda a programação religiosa, em especial a *missa dominical* da estação comercial de Apucarana, *TV Tibagi*, fundada em 1969, passa a ser realizada pelo Mons. Arnaldo Beltrami no setor diocesano de comunicação. Em setembro de 1971, essa experiência - "O Onze vai à Missa" - começa a ser avaliada no 1º *Encontro Regional sobre Liturgia dos Meios de Comunicação*. A partir de então, sucedem-se encontros regionais e nacionais sobre Liturgia no rádio e na televisão, organizados pelo recém-criado *Setor de Liturgia e Meios de Comunicação* na *Comissão Episcopal* da CNBB, setor instituído por inspiração do próprio Dom Romeu Alberti, então representante da Linha de Liturgia naquela comissão. Três grandes problemas estavam na base desses encontros: a) aprimorar o uso dos meios técnicos para que a transmissão da missa não se resumisse ao preenchimento de um espaço vago na televisão, mas, ao contrário, através do aprimoramento técnico, fosse capaz de cativar e atrair nova audiência e enfrentar, em conseqüência, o crescente sucesso dos programas televisivos pentecostais; b) enquadrar a liturgia transmitida pela televisão dentro das necessidades da ação pastoral da Igreja (CNBB); c) redefinir a natureza dessa celebração litúrgica do ponto de vista teológico, sobretudo no que diz respeito à sacramentalidade do ato de consagração realizado através dos meios técnicos (MONTERO, 1991: 222).

Um manual pode ser tomado como exemplo: *A comunicação pelo microfone*, organizado pelos freis Jorge Hartmann e Nélson Mueller.[21] Seu tema é o rádio a serviço da evangelização e da educação. Ela busca servir como uma espécie de manual do radialista, auxiliando as equipes de liturgia que se confrontam com o uso do microfone nas comunidades. A obra inclui algumas sugestões para o uso mais eficaz do rádio, destacando-se: como falar melhor; para falar bem e melhor; a arte de respirar

[21] Essa obra resume o que foi definido no Seminário Interfranciscano de Rádio, realizado em Petrópolis, em novembro de 1996. Quem promoveu esse seminário foi a Conferência dos Frades Menores do Brasil (CFMB) e a Família Franciscana do Brasil (FFB).

bem; a linguagem radiofônica; a arte de se comunicar com humor (HARTMANN, 1998: 09).

No corpo da obra, destacam-se dois capítulos *Programação radiofônica*, de autoria de Marcus Aurélio de Carvalho, e *O rádio a serviço da evangelização*, do Mons. Arnaldo Beltrami. O texto de CARVALHO indica estratégias de programação. A primeira se constitui na adaptação da mensagem religiosa aos fiéis, consumidores em potencial dos "bens de salvação". Ressaltam os autores:

> *"Devemos saber primeiramente para quem estamos fazendo rádio. (...) devemos pesquisar o alcance de rádio e o público pretendido, saber sua opinião, seus costumes, suas preferências, fazer um levantamento sócio-econômico-cultural, através do IBGE, da prefeitura municipal, justiça eleitoral, etc., assim teremos o perfil do público potencial, podendo, desse modo, observar a carência da área investida." (CARVALHO, 1998: 24).*

Em seguida, propõe-se a necessidade de formar a "cara do rádio", com "slogans", sons, vinhetas, efeitos, etc. Aqui está evidente a preocupação em formar uma comunicação similar à das outras emissoras. Isso pode ser evidenciado nesta passagem:

> *"Utilizar também uma voz padrão anunciando prefixo, editoriais, etc.; um efeito, como por exemplo: um efeito sonoro para a hora certa, etc.; definir que estilo musical terá preferência, uma linha musical, inserir jornalismo em qualquer momento da programação quando o fato o exigir, mas, sobretudo, fixar o horário do jornalismo diário. Estabelecer também níveis de participação do ouvinte, se é por carta, telefone, ao vivo etc. Dividir bem os horários. Rádio requer também ousadia, não ter medo de mexer na programação" (CARVALHO, 1998: 25).*

Apresentadas as estratégias de programação, são indicadas "pistas para uma programação moderna, de qualidade e cativante", quando novamente se evidencia a adaptação ao mercado: "a) Use e abuse do humor; b) Notícias "quentes"; c) Polemize!!!; d) Você e o ouvinte; e) Jogue com o imaginário do ouvinte; f) Seja útil; g)

Muito sentimento; h) Agilidade não cansa; i) Dê largas escalas à fantasia." (CARVALHO, 1998, p. 25-28).

O capítulo *O rádio a serviço da evangelização* ressalta a importância desse meio de comunicação de massa para a "...participação interpessoal, viva, influente na mudança de comportamento, dentro da dispersão da relação de massa da comunicação social." Assim como Marcus Aurélio Carvalho, o autor destaca a questão da linguagem – que deve "espelhar a vida do povo, da massa e da comunidade, (...)usando a linguagem simples do povo – e da programação – "evangelizar pelo rádio não é fazer programa religioso, de oração, celebração, doutrinação. Evangelizar pelo rádio é inserir a proposta do evangelho no coração dos fatos..." (BELTRAMI in: CARVALHO, 1998: 31).

Apesar destes esforços com o aprimoramento da programação, coube aos carismáticos maiores investimentos católicos sobre os meios de meios de comunicação social. A partir de 1985 a *Renovação Carismática Católica* levou a Igreja Católica a uma nova fase quanto aos meios de comunicação na América Latina. Até este momento, já possuíam um número razoável de programas radiofônicos, poucas estações de rádio e programas isolados de TV em diversos países. Entretanto, num encontro realizado em San José da Costa Rica (*IX Encontro Carismático Católico Latino-Americano*), criou-se a *Associação Latino-Americana de Evangelização através dos Meios de Comunicação Social*. A associação foi denominada de *Lúmen-América Latina* e tinha como objetivo incentivar e partilhar experiências no anúncio de Jesus Cristo através dos meios de comunicação.

Em março de 1989, ocorreu a instalação do *Escritório Nacional do Projeto Evangelização 2000*. Tentativa catequética de nível mundial que visa a revivescênia da fé, seus alvos preferenciais eram a hierarquia católica e os leigos. Sua prioridade era o

reforço da institucionalidade da Igreja, seu papado e sua hierarquia. Os meios postos em andamento eram as escolas catequéticas, com diretrizes específicas do Vaticano, a elaboração de um *Catecismo Universal* e eventos internacionais sediados em Roma com retiros para sacerdotes e bispos, além de encontros para jovens (CARRANZA, 2000: 246-247).

Como parte integrante da campanha *Evangelização 2000*, foi montada uma vasta rede internacional de comunicação, denominada *Lúmen 2000*, considerada a maior iniciativa missionária jamais empreendida no mundo católico para evangelizar, via satélite, a população do planeta. Investimento multimilionário, *Lúmen 2000* pretendia estender ao campo religioso católico a mais sofisticada tecnologia de comunicação. A ambição deste projeto é evidência marcante do lugar de relevo que as tecnologias de comunicação assumiram, até mesmo para as religiões, no mundo contemporâneo (DELLA CAVA, 1991: 11).

Tanto a Igreja Católica do Brasil quanto a RCC não ficaram indiferentes a essa iniciativa internacional com projetos centralizadores (vale ressaltar que ambos são de inspiração e suporte efetivo dos carismáticos). É no universo midiático que se constitui o cerne da cultura mundializada em que a *Renovação* se coloca como resposta à necessidade da Igreja de resguardar sua hegemonia. De acordo com Brenda Carranza, duas parecem ser as marcas que caracterizam a presença da RCC nos meios de comunicação. A primeira, associa-se invitavelmente com as técnicas e meios utilizados pelas igrejas pentecostais e, ao mesmo tempo, ser apresentada como a contra-ofensiva da Igreja Católica a elas. A segunda, a de ser o movimento religioso que, no interior do catolicismo, mantém a liderança no uso e administração dos meios de comunicação. Nesse amplo mundo, a década de 1990 tem-se destacado pela consolidação do televangelismo no Brasil. A compra da TV RECORD pela *Igreja Universal do Reino*

*de Deu*s e o surgimento da *Rede Vida*, confessadamente católica, aparecem como se o *espaço midiático* fosse o lugar da disputa religiosa de manter e atrair os fiéis. É nesse campo televisivo que a RCC vem assumindo um papel relevante, principalmente através de seus produtores independentes de bens eletrônicos (CARRANZA, 2000: 235).

A primeira experiência carismática nos meios eletrônicos de comunicação teve à frente o jesuíta norte-americano padre Eduardo Dougherty, que iniciou e conduziu o programa televisivo *Anunciamos Jesus*. A entidade articuladora dessa e de outras iniciativas comunicacionais dos carismáticos católicos do Brasil é a *Associação do Senhor* Jesus (ASJ), fundada em 1980 na cidade de Campinas-SP, da qual o padre Eduardo é presidente até hoje. A ASJ começou suas atividades numa garagem na *Paróquia do Bom Pastor*, na mesma cidade, com a venda de livros de formação da RCC e de cânticos da distribuidora *Louvemos ao Senhor*. Através da *TV Gazeta*, em questão de meses o programa pré-gravado (que até recentemente era a única programação católica que não se limitava à transmissão da missa) passaria a ser levado ao ar por mais de uma dúzia de estações. Ao mesmo tempo, um clube de telespectadores do programa, não muito distinto daqueles dos pregadores da televisão norte-americana, cresceria rapidamente, passando de cerca de mil e trezentos a quase cinqüenta mil membros (DELLA CAVA, 1991: 73-87).

Com mentalidade empresarial, o Pe. Eduardo sugere um proselitismo católico nos moldes do *marketing* que faça frente ao esvaziamento de fiéis que a Igreja Católica vem sofrendo. Diante disso, esta *Associação* propõe a utilização do *marketing religioso* como plataforma fundamental no gerenciamento dos meios de comunicação para um melhor serviço à Igreja. A ASJ tem a convicção de que é possível a evangelização através da televisão. Entre as múltiplas atividades que ela desenvolve

encontram-se: formação de grupos de oração e de lideranças para a RCC; publicação e edição de matérias de difusão primária; direção e coordenação da *Fundação Centro de Produção do Século XXI.* Em relação aos recursos, a ASJ recebe ajuda internacional – fruto de uma conjuntura e de contatos hábeis do Pe. Eduardo –, utiliza técnicas de *marketing* para captação e conta com um grande número de fiéis que fazem doações regulares na forma de pagamentos mensais (CARRANZA, 2000: 252-255).

A segunda experiência carismática se deu com a *Comunidade de Aliança e de Vida Canção Nova*, que iniciou sua trajetória nos meios de comunicação através de uma rádio na cidade de Cachoeira Paulista-SP em 1908. Seu objetivo era difundir a música católica, tendo como missão a produção e o lançamento das bandas da RCC. Utilizando-se da mesma técnica de *marketing* dos televangelistas norte-americanos para arrecadar recursos, a rádio conta com o *Clube do Ouvinte*, sendo aproximadamente 40.000 sócios, espalhados especialmente no Nordeste brasileiro. Após dez anos de experiência de rádio, no dia 8 de dezembro de 1989 o sistema de *Televisão Canção Nova* (TVCN) começou a funcionar como uma retransmissora da TVE (Rede Educativa do Brasil), recebendo a concessão para operar no Vale do Paraíba. Posteriormente, a TVCN inciar-se-ia como produtora, colocando seus programas na *Rede Mulher* e na *Rede Vida*. A partir de maio de 1997, começou a operar como canal aberto, via Satélite, com onze horas diárias de programação (CARRANZA, 2000: 260-261).

Seus programas são geralmente pré-gravados em estúdios próprios, precários, espalhados pela chácara que a comunidade possui numa área de aproximadamente 20.000 m^2. Todos eles dão ênfase à necessidade de as pessoas assumirem a sua identidade católica, à conversão pessoal e à procura dos sacramentos da confissão e da eucaristia. O sistema de produção está bastante longe de ter o porte de ficção industrial

das outras produtoras televisivas seculares, pois é artesanal e amador. De tal forma que muitas pessoas que trabalham na TCNV e também na rádio, se alternam constantemente segundo as necessidades de direção técnica, elenco artístico, iluminação, sonoplastia, etc. Além disso, a maioria desse pessoal pertence à *Comunidade Canção Nova* como membros ou simpatizantes. Por trás de um padrão global de produção, há uma motivação contínua de fazer do trabalho uma missão e uma oportunidade de santificação. Enquanto os recursos humanos e os estúdios de gravação aparecem como precários, pouco burocratizados e racionalizados para o padrão de exigência e competitividade comercial, o departamento de engenharia da televisão, por exemplo, tem alta tecnologia com ilhas de edição de última geração que permitem a transmissão em sistema digital (CARRANZA, 2000: 261-262).

A *Fundação João Paulo II* é a entidade jurídica que permite operar financeiramente o sistema televisivo *Canção Nova*. Através dela, todos os recursos técnicos e humanos são gerenciados. As mesmas técnicas de *marketing religioso*, utilizados pelo Pe. Eduardo na ASJ, são utilizadas pelo Pe. Jonas na TVCN, de tal forma que as entradas econômicas da *Fundação* podem ser feitas através de doações de simpatizantes, sócios da rádio, dízimos dos membros, venda de material audiovisual, contribuições aportadas pelas pessoas que participam nos eventos realizados na chácara, sistema telefônico 0900, sorteios, brindes, doações internacionais etc (CARRANZA, 2000: 263).

Enfim, não exclusivamente carismática mas com uma significativa participação deste segmento católico, destaca-se a *Rede Vida de Televisão* ("o canal da família brasileira"). Concessão feita durante o Governo de José Sarney, em 1989, ela começou suas atividades no dia 20 de junho de 1995. Surge do empenho do empresário João Monteiro Filho e de sua família, que durante mais de vinte anos acumularam

experiência no âmbito dos meios de comunicação na presidência do *Grupo Independente de Comunicações de Barretos*, que tem a concessão de uma estação de TV em São José do Rio Preto, cinco estações de rádio, um jornal e participa há vários anos de movimentos católicos. Com a aprovação de mais de 250 bispos e o apoio do então presidente da CNBB, Dom Luciano Mendes de Almeida e do senhor Monteiro, foi fundado o *Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã* (INBRAC). Esta instituição viria a ser o responsável por implantar a *Rede Vida*, nome fantasia do empreendimento (CARRANZA, 2000: 266-267).[22]

De "inspiração cristã" nos princípios que a orientam, mas como empresa comercial, os recursos financeiros da *Rede Vida* provêm da venda de cotas para entidades e empresas nacionais e estrangeiras; da veiculação de programas de entidades privadas, fundamentalmente religiosas; e de doações particulares e de programas comerciais. Apesar de não ser um órgão da Igreja Católica e não pretender ser um canal exclusivo para a transmissão de programas desta Igreja, observa-se que 80 % de sua programação é e tem sido de programas religiosos explicitamente católicos. Além disso, seus maiores produtores independentes que formam a programação da *Rede* são católicos: *Irmãs Paulinas*, *Edições Loyola*, *PUC-Paraná*, *Sistema de Vídeo Salesiano*, *Comunidade Canção Nova* e *Associação do Senhor Jesus*.

Mesmo que não seja prioridade do INBRAC que a *Rede Vida* esteja voltada exclusivamente para o campo religioso, seu público, seus produtores e seus programas são católicos. Na audiência, há um segmento ainda mais específico, a Renovação Carismática. Esse segmento compõe o maior grupo de telespectadores, uma vez que se

[22] A Rede Vida transmite sua programação através do satélite BRASILSAT, retransmissora U/VHF e redes fechadas por assinatura NET/MULTICANAL. Alugou um canal digital da EMBRATEL para lincagem em diferentes pontos do país. Tem sua geradora instalada em São José do Rio Preto, São Paulo, numa área total de 3.000 m^2 .

observa aumento significativo de vendas dos produtos religiosos de algumas de suas comunidades, veiculados através das propagandas e programas de televisão. Brenda Carranza destaca que isso leva à conclusão de que, no mercado da mídia eletrônica religiosa do Brasil, a *Rede Vida* parece não ser um concorrente para o *televangelismo neopentecostal* (TV RECORD), pois se evidencia uma segmentação do público de ambas as redes, dividindo-se quase que naturalmente entre católico e neopentecostal (CARRANZA, 2000: 270-271).

Ainda de acordo com Carranza, as preocupações sobre a desagregação da cultura, da *família cristã* e a perniciosidade dos meios de comunicação perpassam os programas e propagandas transmitidas pela *Rede Vida*, em cujo conteúdo podem ser percebidas quatro grandes linhas: 1) *Constante catequese e liturgia*: programas que revelam uma preocupação com a formação e informação do fiel católico (*Páginas Difíceis da Bíblia; Boas Notícias*). Junto à linha catequética encontram-se os programas litúrgicos e devocionais que respondem à tradição sacramental da Igreja. Tais transmissões imprimem ao fluxo televisivo um ritmo litúrgico, isto é, o terço nos horários previstos na Liturgia das Horas da Igreja. Tudo isso permite pensar a Rede Vida como uma extensão eletrônica da Igreja, na qual seu ritmo litúrgico é prolongado para a televisão. 2) *Reforço da identidade católica*: ao assistir a programas como *Correspondência*, *O Santo do Dia*, entre outros, o espectador não tem dúvida de estar diante de um canal católico, seja pela referência explícita ou pela presença da hierarquia. 3)*Visão moralizante da sociedade*: transmissão de telenovelas de segunda a sexta-feira no horário da novela das oito, geralmente produzidas pelas *Associação do Senhor Jesus*. Para fazer concorrência às novelas da Rede Globo, a *Rede Vida* oferece a história de um santo católico mostrando-o como um modelo de vida e fazendo apelos para a caridade cristã. 4) *Informação geral, entretenimento e lazer*: aqui se encontram

os programas que têm como objetivo a informação geral, a socialização e o entretenimento dos espectadores (CARRANZA, 2000: 275-278).

Apesar dos avanços visíveis, há um desafio constate à Igreja Católica: elaborar uma programação plausível. Tomando o exemplo das duas emissoras de rádio citadas (*América* e *Aparecida*), pode-se afirmar que estas constituem duas experiências bem sucedidas de modernização dos meios de comunicação no campo católico. Para garantir uma fatia significativa de audiência para sua missão evangélica, num espaço cada vez mais abarrotado de ondas radiofônicas, tiveram que investir na ampliação de seus recursos tecnológicos, redefinir sua programação e organização interna e apostar em profissionais especializados (MONTERO, 1991: 97-105).

Isto ainda não foi possível com a televisão católica. Se a *Rede Vida* quer consolidar e ampliar a sua audiência e não se restringir a uma determinada faixa etária, correndo o risco de ser a *Rede da terceira idade e dos doentes*, terá de se esforçar por construir uma programação vertical. E, mais ainda, deverá enfrentar o desafio de equacionar a diversidade de produção de seus programas para poder assim, com competência, atingir o mercado religioso que a mídia está abrindo e no qual concorre com as igrejas pentecostais. Mesmo que a opção da Rede Vida, da ASJ e da TVCN seja a de atingir um público confessadamente católico, terão de fornecer um produto que faça possível uma relação constante e intensa entre o público e a televisão. Relação tão cobiçada pelos sistemas televisivos, razão de ser da indústria cultural mundializada e o meio que a Igreja pretende utilizar para atrair o seu *rebanho desgarrado* pelos caminhos eletrônicos (CARRANZA, 2000: 283).

Isso pode ser constatado a partir da pesquisa realizada pelo CERIS, mencionada anteriormente. Num capítulo intitulado *Meios de comunicação e religião*, escrito por Marcelo Trindade Pitta e Sílvia Regina Alves Fernandes, foram consideradas as

opiniões dos entrevistados sobre a programação católica. A questão abordou quatro aspectos: 1) conhecimento da programação; 2) se assiste ou ouve a programação; 3) freqüência e 4) avaliação.

O primeiro tema focado é a missa na TV, um dos programas religiosos que parece suscitar maior interesse dos católicos. Em relação aos números, constata-se que ao todo, mais de 75,4% dos católicos a conhecem. Entre os não-católicos, esse percentual chega a 46,1%. Mais da metade dos católicos, 53,06% e quase 90% dos não-católicos não assistem à missa na TV periodicamente. No âmbito geral, mais de 64% dos entrevistados não assistem às missas na TV. Vale destacar que há 46,94% de católicos que declaram assistir à missa na TV com alguma periodicidade. Os informantes consideram a missa na TV "ótima" ou "boa" (44%), menos de 1% dos católicos avaliaram de forma negativa a missa (PITA e FERNANDES in: CERIS, 2002: 141-149).

O segundo enfoque se dá sobre a programação das TVs *Rede Vida* e *Canção Nova.* Em relação à primeira, dentre as principais críticas dirigidas destaca-se certa carência de informação, em que o estilo comunicacional exerce uma função catequética, e ainda o modelo que se assemelha a uma espécie de "rádio na TV", principalmente devido à predominância da palavra sobre a imagem. Diante disso, pequena parcela dos entrevistados conhecem sua programação. Comparando as duas, a *Rede Vida* se mostrou mais conhecida que a *Canção Nova*. Pouco mais de 35% de todos os entrevistados conhecem e menos de 30% dos católicos assistem a sua programação ocasional ou raramente. Aproximadamente 30% dos católicos avaliaram a programação da *Rede Vida*. Mais de 21% consideram a programação "ótima" ou "boa". Pouco mais de 14% conhecem a programação da *Canção Nova*, e menos de 10% dos católicos costumam assistir à sua programação, sendo que o fazem, na

maioria das vezes, ocasionalmente ou raramente. Menos de 20% dos católicos avaliaram a programação da *Canção Nova:* mais de 12% consideraram a programação "boa" ou "regular" (PITA e FERNANDES in: CERIS, 2002: 152-166).

Por fim, a pesquisa analisou a programação católica em rádio. Segundo levantamento do Setor de Comunicação da CNBB sobre a Pastoral da Comunicação no Brasil, 58% das dioceses possuem emissoras de rádio. Em geral prevalecem as rádios comerciais e comunitárias. O rádio constitui-se como o veículo mais utilizado pela Igreja Católica no Brasil. Entre os católicos 59,09% conhecem sua programação, mas 64% não escutam. Poucos entrevistados costumam ouvi-la com alguma periodicidade. Apenas 46,4% dos católicos opinaram quanto à qualidade desta programação. Destes, cerca de 13% a consideram "ótima" e 20% "regular" (PITA e FERNANDES in: CERIS, 2002: 178-185).

Ao estabelecer um contraponto com as programações evangélicas de TV e rádio, os dados apresentados levaram os autores às seguintes conclusões: 1) a missa é mais conhecida que a programação evangélica na TV, e esta última, por sua vez, é mais conhecida que a programação da TV Rede Vida e da TV Canção Nova, mesmo pelos católicos; 2) nas rádios, observou-se que a programação evangélica é um pouco mais conhecida que a programação católica; 3) poucos informantes assistem e de forma diária e semanal a qualquer programação de cunho religioso, não importando o meio ou a Igreja responsável pelo conteúdo do programa; 4)a maioria dos católicos conhecem a missa na TV (75%), mas os índices dos que assistem são bem inferiores aos que a conhecem (47%); 5) poucos entrevistados assistem ou avaliaram a programação da *Rede Vida* ou da *Canção Nova*; 6) a programação católica nos rádios é acompanhada com alguma periodicidade por 36% dos católicos. Comparada com a

proporção de católicos que assistem à missa, vemos que a programação católica em rádio fica em desvantagem (PITA e FERNANDES in: CERIS, 2002: 197-198).

Faz-se necessário então, um novo tipo de programação católica, com uma linguagem e rituais mais próximos ao público[23]. Forma-se, então, uma linha de clérigos que afirmam que não bastava apenas alugar tempo nas redes ou possuí-las. Somente a exibição de missas dominicais em espaços cedidos ou alugados, prática comumente utilizada, não atrairia os fiéis, não "daria ibope". Para se lançar nesse concorrido mercado dos bens de salvação, fazia-se necessária a adaptação aos consumidores, como vem praticando eficazmente a Igreja Universal do Reino de Deus.

4 – Novos sentidos no campo religioso brasileiro

Diante do que foi exposto, são perceptíveis no campo religioso brasileiro algumas mudanças na dinâmica. Primeiramente, há uma crescente tendência de abertura à modernidade. Cada vez mais neste campo se institui a busca de plausibilidade como sentido do jogo às *empresas de salvação*.

No caso do catolicismo, isto pôde ser observado através de duas experiências recentes, associadas, sobretudo, com a abertura proporcionada pelo *Concílio Vaticano II* (1962-1965): a *Igreja dos Pobres* e a *Renovação Carismática Católica*. Nestas duas leituras de catolicismo pós-conciliar, há um *estilo* reconhecido para cada agente eclesiástico. Na *Igreja dos Pobres*, exigia-se dos sacerdotes abertura ao mundo, ênfase nas lutas sociais e intelectualização religiosa, o "padre de passeata", segundo expressão citada por Nelson Rodrigues. Com o avanço dos *carismáticos*, aos poucos se institui um novo estilo sacerdotal, marcado também pela abertura à modernidade, mas que

[23] Em Sergipe a Arquidiocese de Aracaju evidencia preocupação com o aprimoramento da mídia, realizando mutirões, cursos e formando gente para comunicação nas paróquias (*Folha Cristã*, 05/2002, p. 06.)

enfatiza a cura, a conversão, a expressão corporal e a distinção entre o católico *formal* o *praticante*. Com a agonia da primeira leitura, o *sacerdote militante de esquerda* não atende mais às expectativas do campo, não possui mais legitimidade, pois não consegue barrar o avanço das outras empresas de salvação e tornar o catolicismo plausível aos *novos movimento religiosos*.

Esta preocupação está presente no pensamento de Antônio Miguel Kater Filho, fundador do IBMC, quando analisa as dificuldades católicas quanto à adequação à modernidade. Percebe-se, nos grandes centros urbanos, a insistência de alguns em manter ainda uma Igreja com características e hábitos rurais, criando, assim, um verdadeiro abismo entre a instituição e seus possíveis adeptos ou mesmo os freqüentadores habituais. Só para exemplificar, pode-se lembrar a inadequação dos horários usuais das celebrações diárias e do expediente para o atendimento ao público, praticados pela maioria das paróquias urbanas nas grandes cidades. Os horários das missas diárias, geralmente, são determinados pelo "relógio rural", que caminha no ritmo da natureza, ou seja, uma celebração pela manhã, logo ao raiar do dia (entre 6 e 7 horas da manhã) ou no horário vespertino, ao entardecer (entre 18 e 19 h. da noite). O autor ressalta que atualmente esses horários são incompatíveis. Desta forma, A Igreja necessita rever, urgentemente, os seus métodos operacionais, adequando-os à uma nova realidade de vida, imposta pela sociedade. Dois exemplos ilustram tal afirmativa do autor. Em São Paulo, na Igreja da Consolação, bem no centro desta megalópole, é possível participar da Santa Missa, diariamente às 12 horas, horário bastante concorrido, com a igreja lotada de fiéis simples, executivos e pessoas de classe média, que, aproveitando o intervalo do almoço, participam de celebrações religiosas. Em Piracicaba, aos sábados às 22 horas, pode-se encontrar uma animada igreja, lotada de jovens que, nesse horário noturno, antes de iniciarem sua noitada pela madrugada

adentro, participam da celebração eucarística, cumprindo o preceito dominical. Ambos, ao perceberem a baixa freqüência de fiéis nas missas nos horários convencionais, resolveram inovar, celebrando em horários não usuais, porém compatíveis com o público que queriam conquistar, obtendo sucesso imediato. Além dos horários, urge revermos o conforto mínimo que podemos oferecer aos que participam das celebrações no que diz respeito à anatomia dos bancos, sonorização do ambiente, iluminação, decoração interior e temperatura interna (KATER FILHO, 2004).

Nesse sentido, é ilustrativo o caso da *Igreja Universal do Reino de Deus* (IURD), que, como foi demonstrado, se constitui na religião institucionalizada que mais cresceu nas últimas décadas no Brasil. Até o começo da década de 80, a IURD não era sequer apresentada como um "perigo" para a Igreja Católica. Uma relação das "seitas" e "denominações" que afetavam o catolicismo no Brasil, elaborada em 1982 a partir de questionários preenchidos para a CNBB em 64 paróquias, sequer citou a *Igreja Universal*. Sua transformação em "alvo preferido" se deu pela disposição em assumir um espaço privilegiado na mídia eletrônica, primeiro alugando horários diariamente na *Rede Bandeirantes de Televisão* e, depois, adquirindo seus próprios veículos de comunicação [24]

Surgida em 1977, em menos de vinte e cinco anos a *Igreja Universal* tornou-se um império no Brasil e se expandiu pelo restante do globo.[25] Desde o início seu

[24] Isso pode ser constatado a partir da migração religiosa dos fiéis. Em entrevistas feitas por Leonildo Silveira Campos com os iurdianos, a maior parte (43,7%) afirmou que vinha do catolicismo. Todavia, 40,6% declararam não ter tido anteriormente "nenhuma religião", mas que eram católicos por tradição familiar. Um grupo de 12,5% veio do protestantismo histórico (presbiterianos, metodistas e batistas) e somente 3,2% de religiões afro-brasileiras. (CAMPOS, 1999: 186-195.)

[25] De acordo com Ricardo Mariano, o contexto socioeconômico, cultural, político e religioso no qual a Universal emergiu e prosperou lhe foi favorável: agudização das crises social e econômica brasileira; elevado aumento de desemprego; recrudescimento da violência e da criminalidade; "destradicionalização" e modernização sociocultural; vigência de plena liberdade religiosa e de um mercado religioso pluralista; baixa regulação estatal da religião; enfraquecimento religioso, secularização e declínio numérico da Igreja Católica; larga e contínua expansão pentecostal em todo o território brasileiro desde a década de 1950; extensa difusão dos meios de comunicação de massa e a

crescimento foi um dos mais acelerados: em apenas três anos contava com 21 templos em cinco estados brasileiros; em 1985 avançou para 195 templos em catorze estados e no Distrito Federal; após dois anos, 365 templos em dezoito estados; em 1988 pulou para 437 templos em 21 estados; em abril de 1989 somava 571 locais de culto. Entre 1980 e 1989, o número de templos atingiu a cifra de crescimento de 2.600%. No início da década passada, já alcançava todos os estados brasileiros, com presença marcante nas capitais e nas grandes e médias cidades (MARIANO in: ORO et alii, 2003: 58-59). Segundo Leonildo Silveira Campos, a IURD possuía em 1999 aproximadamente 2.200 templos espalhados no território brasileiro e em alguns países do restante da América, na Europa e África (CAMPOS, 1999: 15).

Quais seriam os fatores para o sucesso da IURD? Este está relacionado ao seu estilo organizacional supereficiente e não apenas à sua engenhosa fusão de elementos tradicionais e hipermodernos. A Igreja Universal não é apenas um fenômeno considerável em relação ao Brasil, mas um fenômeno que ajuda a compreender as novas formas do religioso no atual mundo transnacional. Como foi demonstrado no início deste capítulo, na contemporaneidade o religioso é ativo, transformado. Nessa ótica, a Igreja de Edir Macedo seria um bom exemplo, pois propõe um novo encantamento e mobiliza especialmente a figura do demônio para responder aos desafios do novo mundo: miséria, desigualdades, AIDS, etc. Esse religioso transformado é marcado pelo individualismo mesclado a um medo crescente, que pode ser expresso na fórmula que oferece aos seus praticantes: "Pare de sofrer" (ORO et alii, 2003: 14-16). [26]

---

relativa facilidade de acesso a eles; ampla aceitação pelos estratos populares da oferta de crenças e práticas religiosas de cunho mágico, terapêutico e taumatúrgico (MARIANO in: ORO et alli, 2003: 53-54).

[26] Ricardo Mariano salienta que o sucesso institucional apresenta algumas limitações: "A principal delas consiste na dificuldade de se expandir uniformemente pelas diferentes classes sociais. Centrado na

Como destaca Ricardo Mariano, entre os *neopentecostais*, como no caso da IURD, há um rompimento com a idéia da busca da salvação pelo ascetismo de rejeição do mundo, que a existência terrena do verdadeiro cristão seria dominada pela pobreza material e pelo sofrimento da carne. Ao contrário, a *Igreja Universal* prega a Teologia da Prosperidade, que defende que o crente está destinado a ser próspero, saudável e feliz neste mundo. O que interessa é o "aqui e agora". Ao invés de rejeitar, eles passam a afirmar o mundo. Os neopentecostais se acomodam à "mundanização", pois são menos sectários na relação com o "mundo" do que as igrejas que os precederam (MARIANO, 1999: 44-45).

Seus pastores se constituem em empreendedores com baixa ou nula formação teológica[27], mas demonstram grande capacidade de atrair público e gerar dividendos para a Igreja:

> *"Criativos, persuasivos e determinados, os pastores, a cada culto, tudo fazem para ampliar o valor ofertado pelos adeptos. Pressionam e constrangem os fiéis e inculcam neles sentimentos de culpa e de temor às forças e maldições satânicas. A estratégia mais eficaz, porém, consiste em granjear sua submissão voluntária. O que implica apelar para seu interesse imediato: 'colher milagres'. Contudo, para receber, admoestam, antes é preciso dar. Em suma: é dando que se recebe"* (MARIANO in: ORO et alii, 2003: 253-254).

A expansão da Universal neste campo está relacionada ao estilo da demanda, de sua propaganda e de sua linguagem (PRANDI, 1996: 258-259). Tratando-se de uma

---

oferta de serviços mágico-religiosos que prometem sanar os problemas materiais e espirituais que acometem fiéis e virtuais adeptos, seu proselitismo, tanto o midiático quanto o interpessoal, mostra-se mais eficaz principalmente, embora não exclusivamente, na base da pirâmide social brasileira. Até o momento, suas tentativas de expandir-se noutros estratos sociais falharam" (MARIANO in: ORO et alii, 2003: 59-60).

[27] De acordo com Ricardo Mariano, seguindo a tradição leiga do pentecostalismo, os pastores da IURD não possuem formação em seminários ou faculdades de teologia. A igreja manteve por vários anos a Faculdade Teológica Universal do Reino de Deus (Faturd), no Rio de Janeiro, por três anos, oferecendo cursos básico (três anos) e de bacharelado (quatro anos). Entretanto, ela desistiu de prover formação teológica aos pastores quando percebeu que isso, além de gastar inutilmente seu tempo, tenderia a diminuir seu fervor e distanciá-los das demandas imediatas dos fiéis. Em seu lugar, criou o Instituto Bíblico Universal, que oferece curso de freqüência não obrigatória e duração de seis meses, cujas lições, de fácil e rápido aprendizado, destinam-se inteiramente à aplicação prática do trabalho pastoral (MARIANO, 1999: 63).

instituição religiosa relativamente nova, ela tem flexibilidade para mudar seus "produtos" e adequá-los, da melhor maneira possível, à demanda de "consumo" por este ou aquele "produto religioso". Dito de outro modo, a IURD privilegia as necessidades concretas das pessoas, organiza a "oferta" de acordo com a "demanda".

A Igreja Universal, diferentemente de algumas seitas, não tem medo de se mostrar, de assumir sua competição com as demais empresas de salvação no campo religioso brasileiro. Nesta busca de visibilidade e afirmação no campo religioso, a IURD tem se expandido extraordinariamente pelo mundo graças a um verdadeiro império financeiro, midiático e político, assim como sua capacidade de adaptação às diversidades locais. Como ilustração, pode-se tomar sua relação com o tempo e o espaço. As *igrejas iurdianas* funcionam durante toda a semana, com três ou quatro cultos diários, repetindo os temas que lhes são especialmente conferidos para as orações: na *segunda-feira,* são os problemas financeiros; na *terça-feira* a cura; na *quarta-feira*, dos filhos e filhas do Espírito Santo; *quinta-feira*, dia da família; *sexta-feira*, dia da libertação; *sábado*, dia da prosperidade; *domingo*, dia do louvor, adoração e santa ceia. Vê-se que nesse calendário é consagrado o dia a este ou àquele tema, sendo as atividades, reuniões e cultos segmentados por áreas de interesses das pessoas, que se reúnem em "correntes", "campanhas" e "dias especiais" (CAMPOS, 1999: 25; 143-145).

Desse modo, a *Universal* atinge o conjunto dos problemas e infortúnios das grandes massas urbanas. Em relação aos concorrentes, especificamente o catolicismo romano e os evangélicos históricos, a IURD é mais flexível ao abrir espaços para pequenas adaptações feitas pelos pastores locais. Com isso, as campanhas são vividas com pequenas modificações, nos vários lugares, naquele mesmo dia, formando a matriz de uma institucionalização durável. Isto traz uma enorme vantagem diante da

concorrência, que sofre os efeitos da desmontagem dos cenários e motivos que sustentaram, durante séculos, seus respectivos rituais (CAMPOS, 1999: 153).

Isso não quer dizer que exista total rendição da IURD em relação ao mundo. Por exemplo, desde que foi comprada pela Igreja Universal, em 1990, a Rede Record alterna períodos de maior e menor ortodoxia em matéria de obediência aos preceitos evangélicos. Com a ascensão do bispo Clodomir dos Santos à vice-presidência do canal em 2002, uma nova fase linha-dura se impôs. Nos bastidores da Record, comentava-se que Clodomir dos Santos (um carioca de 35 anos, que costuma dizer que a religião o tirou do tráfico de drogas) pediu que se desse atenção redobrada a algumas regras não escritas para a produção de programas. Referências à religião católica e ao candomblé estavam terminantemente proibidas. O clima de *Jihad evangélica* não deixava passar um detalhe, por mais irrelevante que seja. "Uma promotora de eventos precisou mudar de roupa antes de participar de um programa de entrevistas porque a que estava usando era estampada com cruzes", dizia uma funcionária da casa. Tatuagens não podiam ser exibidas no ar em hipótese alguma. Até as ações beneficentes foram restritas. Um comunicado interno dizia que "qualquer promoção, doação ou premiação para entidades filantrópicas deverá ser direcionada única e exclusivamente à *Sociedade Pestalozzi de São Paulo*". Artistas como o animador de auditório *Sérgio Mallandro* e os cantores *Lobão* e *Gabriel, o Pensador*, estavam na "geladeira". Eles seriam parte de uma "lista negra" por suas opiniões sobre religião e drogas. Entre aqueles que estão na programação da Record, só o jornalista Boris Casoy manteve autonomia, podendo dar notícias sobre o papa ou outros temas religiosos (VALADARES, 2002).

Outro exemplo de instituição religiosa similar à IURD é a igreja *Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra*, fundada em 1992. Essa igreja neopentecostal é o mais

novo fenômeno no campo das religiões brasileiras. Além de reunir uma penca de famosos, tem um dos maiores percentuais de crescimento proporcional entre as igrejas evangélicas do Brasil. Em 2000 a *Sara Nossa Terra* possuía quase 100.000 fiéis no país, cerca de 300 templos em todos os Estados e já fincou sua cruz em Portugal, Paraguai, Bolívia e EUA. Seu crescimento se dá, sobretudo, nas classes médias, filão em que as igrejas pentecostais são mais fracas. Atualmente, 45% dos fiéis da *Sara Nossa Terra* são considerados de classe média, número dez vezes maior que no das outras neopentecostais. Seu fundador, o bispo Robson Lemos Rodovalho, ex-professor universitário de Física, acredita que a transformação do Brasil se dará com a evangelização das classes privilegiadas. Nesse sentido, a *Sara Nossa Terra* é original, principalmente no seu culto. Tolerante, a igreja pode ter fiéis como a ex-modelo Monique Evans, que não precisou renunciar à minissaia e ao *topless* na praia, ou a cantora Gretchen, a *rainha do bumbum*, que continua aceitando convites para posar nua. Também não exige de homossexuais mudança de comportamento. Nos cultos, sintonizados com as agruras da vida moderna, os pastores falam de cuidados com o corpo e o *stress*. Nos cultos da *Sara Nossa Terra*, é comum ver os fiéis chegando em carros importados e vestindo roupas da moda. Aos sábados, os jovens fazem a celebração com música *tecno* ou *rock* (LIMA, 2000).

Além da liberalidade, seu crescimento se explica pela robustez do cofre impulsionada pelo dízimo de fiéis abastados e famosos, que ajudam a popularizá-la. Ainda assim, é um fenômeno intrigante no cenário da fé. Até agora, os estudiosos do assunto sempre atribuíram o grosso do crescimento das denominações evangélicas à sua capacidade de receber as camadas mais pobres, marginalizadas. Os templos da *Universal*, por exemplo, estão sempre abertos a mendigos, prostitutas, drogados e até travestis e costumam crescer na periferia das grandes cidades. Dessa forma, acabam

sendo um alento às parcelas da população excluídas e abandonadas pelo Estado. Mas a *Sara Nossa Terra* faz o caminho inverso e, ainda assim, apresenta um desempenho notável em sua expansão (LIMA, 2000).

A própria origem da *Sara Nossa Terra* é distinta. Seu embrião nasceu dentro da Universidade Federal de Goiás, através de um grupo de estudantes e professores que se reuniam todas as semanas para ler a *Bíblia* e orar. A turma inicial não tinha mais de vinte adeptos. Depois de alguns anos o líder dessas reuniões Robson Rodovalho resolveu fundar uma igreja. Largou a universidade, mudou-se para Brasília e batizou sua criação inspirado numa passagem bíblica em que Jesus Cristo teria dito que retornaria para "sarar a terra". A outra diferença é o corpo de pastores. Boa parte dos 900 pastores e bispos possui diploma de curso superior. São médicos, psicólogos, assistentes sociais. São comuns metáforas inesperadas sobre a fé baseadas em imagens científicas (LIMA, 2000).

A segunda mudança observada no campo religioso brasileiro é a aceleração do pluralismo religioso, sobretudo nas últimas três décadas. Isto tem acirrado as disputas entre as *empresas de salvação* pela hegemonia do campo religioso. Cada vez mais é preciso criar novas estratégias e *bens simbólicos de salvação* plausíveis, que garantam às instituições religiosas forças na luta pelo monopólio da gestão destes bens, pela manutenção ou ampliação do seu capital social. Nessa luta está em jogo a visibilidade, a manutenção, a ampliação ou retorno dos fiéis.

Com o pluralismo, as organizações religiosas tradicionais abandonam sua sensação de hegemonia, buscando cada vez mais se transformar em entidades competitivas. Passam a exigir dos quadros dirigentes um treinamento para o desempenho de suas funções e deles se espera o domínio de técnicas como

"planejamento", "logística", "estratégia", "direção" e "controle" (CAMPOS, 1999: 212-214).

Os dados elencados a partir das diversas pesquisas quantitativas indicam algumas tendências relativas ao pluralismo no campo religioso brasileiro. Primeiramente há um duplo movimento: de um lado, a ameaça da hegemonia católica e o avanço dos pentecostais; por outro, o crescimento do segmento das pessoas sem religião. Em segundo lugar, esse processo se inicia com mais intensidade nas últimas três décadas, atingindo praticamente todo o território nacional na última década. Entretanto, a diversificação se dá com mais força nas regiões metropolitanas (São Paulo e Rio de Janeiro), principalmente nas camadas pobres que habitam as periferias. Nas grandes cidades brasileiras a diversificação, assim como, a crise de plausibilidade das instituições religiosas ocorre com mais intensidade, principalmente as instituições atreladas à tradição e que se fecham ao mundo.

Entre 1960 e 1970, pesquisas empíricas impuseram a evidência universal de novos surtos religiosos. Do mesmo modo, estudos apontam que a secularização como processo não ocorreu nem se dá de forma homogênea. Embora possa ser vista como um fenômeno global das sociedades modernas, sua distribuição entre elas não é uniforme. Cada grupo da população tem sido atingido de modo diferente. Descobriu-se, por exemplo, que seu impacto tende a ser mais forte nos homens do que nas mulheres, em pessoas de meia idade do que em jovens ou idosas, nas cidades e menos nas zonas rurais, em classes diretamente vinculadas à moderna produção industrial. Roland Campiche numa pesquisa sobre a religiosidade na Europa contemporânea conclui que entre os jovens há uma maior adoção de uma atitude individualista, valorizando a tolerância, favorecendo o subjetivismo e defendendo o direito de todos terem sua convicção. Tais jovens se caracterizam pelo imediatismo, numa atitude que

corresponde às transformações em relação às necessidades que se operam em todas as sociedades desenvolvidas da Europa e da América do Norte (CAMPICHE, 2001, p. 136-137). Além disso, está muito mais arraigado na América do Norte e na Europa do que em qualquer outra parte do globo. A América Latina, ao contrário, impressiona com a enorme força social da religião (BERGER, 1996).

Se a secularização não leva necessariamente à "morte do sobrenatural", quais seriam então as opções diante da modernidade, diálogo ou rejeição?[28]. Possivelmente, as grandes organizações religiosas continuarão buscando um meio-termo entre o *tradicionalismo* e o *ajornamento*. Cognitivamente, esta posição envolve um processo de regateio com o pensamento moderno, a rendição diante de alguns itens tradicionais, enquanto outros são mantidos. Este diálogo com a modernidade pode ser vislumbrado atualmente com a emergência de "novas sensibilidades religiosas" e novos atores, decorrentes de uma sociedade marcada por fronteiras flexíveis, apontando, inclusive, à necessidade de revisão dos conceitos e teorias. Como destaca Fortunato Mallimaci, os seres humanos não crêem como há cem ou mil anos. Eles crêem de maneira diferente. Ao se defrontar com a modernidade, a religião vem se reorganizando permanentemente numa sociedade estruturalmente impotente para responder às esperanças dos seus membros (MALLIMACI, 1999, p. 130). Nessa nova ótica, mudam as perspectivas entre religião e sociedade, levando, inclusive, alguns sociólogos a

[28] Primeiramente, existe a opção da *contaminação cognitiva*, que mantém uma posição sobrenaturalista diante de um mundo cognitivamente antagônico. Seu teólogo se prenderá ao trabalho, ao sobrenaturalismo e a tudo mais, e "o mundo que se dane". Pressupondo a continuação da tendência secularizante, não vai ser mais fácil manter essa posição. Ela se revestirá numa espécie de gueto, num sectarismo, numa seita. Num pólo oposto, está a *capitulação cognitiva*. Nesta opção, a autoridade cognitiva do homem moderno é aceita com poucas reservas. A tarefa intelectual básica assumida como resultado desta opção é a *tradução*. Os elementos sobrenaturais das tradições religiosas são mais ou menos completamente eliminados, e a linguagem tradicional é transferida de referências do outro mundo para este mundo. A tradição e, na maioria dos casos, sua instituição religiosa encarregada, podem ser apresentadas como ainda ou de novo "relevantes" ao homem moderno (BERGER, 1996). Dito de outro modo, cada grupo religioso seria uma "minoria" cognitiva, quer para sobreviver enquanto tal se confrontaria com duas opções: se isolar em seitas fechadas ou entrar no "mercado religioso" e fazer "barganhas cognitivas", correndo o risco de perder sua originalidade (MARIZ, 1997: 102-103).

apontar uma inversão: com a crise vivida pela modernidade, insiste-se na demanda espiritual que ali se manifesta de vários modos e fala-se de uma eventual "volta do sagrado", mesmo em espaços em que a religião havia perdido espaço (HERVIEU-LÉGER, 1997: 32).

Alguns exemplos podem ilustrar as novas formas de relacionamento com o sagrado, as novas modalidades de crença . No ano de 2000, as vitrines de *shoppings*, bancas de camelôs, roupas, bijuterias, bolsas e sapatos estavam repletas de medalhas, crucifixos e estampas religiosas. As cruzes se espalharam por tantos e tão variados colos e decotes que o Vaticano condenou o uso profano da imagem santa como acessório. Roma falou, mas a causa não se encerrou. Nesse mesmo ano foi lançada em Milão, na Itália, uma coleção de roupas em que as jóias tinham temas religiosos: sagrados corações de ouro e granada, terços imensos. Nesta *moda sagrada*, cada tribo tinha seu santo de devoção. *Nossa Senhora das Graças e Nossa Senhora Desatadora dos Nós* eram imbatíveis nos pulsos e colo de *patricinhas* e *tradicionalistas*. *Descolados* são devotos de *São Jorge* e *Santo Expedito*. No escapulário, cordão que originalmente traz uma pequena imagem de *Nossa Senhora do Carmo* e outra do *Sagrado Coração de Jesus*, podem-se ver agora *São Jorge*, *Santo Antônio*, *Nossa Senhora da Medalha Milagrosa*. Em algumas marcas, até *Buda* freqüenta a medalhinha (ROGAR, 2000). O segundo exemplo vem da comunidade católica dos Estados Unidos. Uma das recentes novidades no ramo de artigos religiosos são as estatuetas que mostram Jesus praticando atividades físicas ou simplesmente "dando uma força à moçada". Doze modalidades estão representadas – das mais radicais, como hóquei e judô, às mais singelas, como golfe e balé. A *moda do Jesus esportista* começou a se delinear em meados de 2001, quando *Frank Pollicino*, dono da *Catholic*

Shopper, uma loja em Nova York, topou com as estatuetas numa feira de produtos do ramo (MARTINS, 2002).

Dois casos ilustrativos podem ser tomados em relação às instituições religiosas. Primeiramente, na atualidade, a roupa de missa dos padres católicos — túnica, casula e estola — vem ganhando desenhos, bordados e combinações de cores de dar inveja aos modernos estilistas londrinos. Motivos afros e padrões geométricos são os que fazem maior sucesso entre o mundinho *clerical-fashion*. A tendência, juram os religiosos, é apenas um recurso a mais para atrair as ovelhas desgarradas. "Não me visto de forma diferente por folclore ou vedetismo", diz o padre Antônio Aparecido da Silva, 50 anos, 22 de sacerdócio, da Paróquia de Nossa Senhora da Achiropita, em São Paulo. "O traje facilita a comunicação", acredita ele. Silva mantém, no guarda-roupa, além das túnicas convencionais, "quatro ou cinco" com inspiração afro — incluindo um *eketé,* chapeuzinho típico africano — e outras três nas cores da bandeira da Itália, terra dos antepassados da maioria de seus fiéis. O padre escolhe o que vai usar conforme a ocasião: afro em maio, mês da libertação dos escravos; italiano em agosto, mês da padroeira de sua igreja. Mais radical é o capelão do Mosteiro da Santíssima Trindade, na cidade gaúcha de Santa Cruz do Sul, padre Marcelo Guimarães, 39 anos, que nunca usa trajes convencionais. As túnicas de Marcelo Rossi são, na maioria, criações da devotadíssima Helena Maria Cristo, que segue o padre por toda parte. Mas há religiosos que, entre uma oração e uma bênção, encontram tempo para desenhar os próprios modelitos. É o caso do padre baiano José de Souza Pinto, 51 anos. São obras suas uma casula (espécie de capa comprida, usada sobre a túnica) plissada e uma estola ornada com um cálice estilizado, um pandeiro e um berimbau. "São símbolos de alegria", explica esse Dener do catolicismo, que concebeu a roupa para comemorar

seus 25 anos de sacerdócio. Cinco anos antes, no aniversário de vinte anos de ordenação, ele envergou um traje em homenagem às três raças que deram origem ao povo brasileiro. "A túnica era trabalhada com renda portuguesa antiga, a casula, em estilo africano e a estola, de palha trançada, bem indígena", descreve Pinto, com ares e minúcias de estilista. O padre que quer inovar, mas não sabe como, pode apelar para o, digamos, *prêt-à-porter*. Nas sete lojas da marca Apostolado Litúrgico, encontram-se, ao lado de produtos nacionais com estampas indígenas ou afro, túnicas de tear típicas dos Andes, feitas no Peru e no Equador. "Existe na Igreja certa dificuldade em aceitar a modernidade no vestir", lamenta a freira-arquiteta Laide Ines Sonda, 45 anos, integrante da equipe de criação. Resistência existe, sem dúvida, mas longe vai o tempo em que causou escândalo nas hostes católicas um desfile de moda para padres e freiras incluído pelo diretor italiano Frederico Fellini no filme *Roma.* Inovar é permitido, contanto que sejam preservadas as cores litúrgicas: roxo, preto, verde, branco e vermelho (SERPA, 1999).

Em 2000, pastores batistas e presbiterianos estavam oferecendo cursos de formação de psicanalistas e já haviam entregado os certificados de conclusão a pelo menos 1.400 alunos. A maioria deles eram também pastores, que acabavam por alternar os sermões no púlpito com sessões de análise no divã. O maior problema reside na dificuldade em conciliar as teorias de Freud, que via na repressão sexual e dos instintos em geral a origem das neuroses humanas, com o moralismo evangélico. A difícil questão de como lidar com tais idéias no exercício do ministério recebia pouca ênfase nos cursos. O aluno que a resolvesse na prática. Os primeiros cursos de psicanálise ministrados por pastores foram criados pela SPOB em 1996. Tinham vinte

meses de duração, com aulas apenas nos fins de semana, em encontros realizados em hotéis (VOLTAN, 2000).

Além desss mudanças em relação à crença e às instituições religiosas, aos poucos se institui uma "nova religiosidade", centrada no emocionalismo comunitário que se expande cada vez mais, não somente no seio dos *Novos Movimentos Religiosos*, mas também nas diferentes igrejas e confissões. Esta religião de comunidades emocionais apresenta-se em primeiro lugar como uma *religião de grupos voluntários*, que implica para cada um dos seus membros um compromisso pessoal. O testemunho que cada convertido dá ao grupo de sua própria experiência e o reconhecimento que o grupo lhe traz de volta criam um laço muito forte entre a comunidade e o indivíduo, engajamento do corpo na oração, manifestação física da proximidade comunitária e intensidade afetiva das relações entre os membros (beija-se abraça-se, toma-se pela mão, pelo ombro etc.). Outro aspecto desse reconhecimento da importância do corpo e dos sentidos na vida individual e coletiva é uma desconfiança, explícita ou implícita, em relação à formalidade doutrinal e teológica das convicções compartilhadas no grupo. Esta repulsa de uma "religião intelectual" não traduz somente a desconfiança de qualquer grupo auto-regulado para com os "especialistas'. Ela corresponde à convicção de que a intelectualização das crenças é inútil, contraria até a finalidade da comunidade, porque pode quebrar a singularidade dos percursos pessoais que se exprimem nela. Por fim, nestes grupos, a idéia de obrigação e permanência estão geralmente ausentes. Entra-se com facilidade, mas dele também se sai facilmente, na medida em que se enfraquece o apego à comunidade, a seus ideais, a seu líder. A participação só se funda sobre o desejo do interessado e só se mantém na medida em

que lhe assegura o desabrochar pessoal que ele procura (HERVIU-LÉGER, 1997: 33-34).

Vê-se que o campo religioso brasileiro é cada vez mais marcado pela disputa entre as instituições religiosas tradicionais, como católicos e evangélicos históricos, e aquelas que enfatizam a experiência, como os neopentecostais. Esses agentes se diferenciam pelas distinções simbólicas na maneira de usufruir e ofertar os bens, ou melhor, através do consumo simbólico que transmuta os bens em signos (BOURDIEU, 1998a). Dessa forma, manifestam-se as disputas entre católicos e neopentecostais pela hegemonia dentro do campo religioso. Os primeiros seriam os dominantes (a heterodoxia) e os segundos, os dominados (heterodoxia). Enquanto os católicos pretendem conservar intacto o capital social acumulado, os neopentecostais tendem a desacreditar os detentores reais de um capital legítimo. Essa *violência simbólica* torna possível o consenso acerca do sentido do mundo social, contribuindo fundamentalmente para a reprodução da ordem social (BOURDIEU, 1998b).

Como ilustrativo desse processo, constatou-se nas regiões com maior diminuição do rebanho católico, grande avanço dos neopentecostais e dos sem-religião. É nas periferias que a crise de plausibilidade do capital simbólico católico se dá com mais intensidade. O *catolicismo tradicional* ou o *liberacionista* não conseguem competir com os neopentecostais, perdendo adeptos, levando-os ao sincretismo ou a desinstitucionalização.

Nessas disputas, os meios de comunicação têm desempenhado um papel primordial. Esta seria, então, a terceira tendência do campo religioso contemporâneo. Ao alocar os complexos mecanismos dos meios de comunicação para estabelecer e manter sua posição dentro do campo religioso, ao mesmo tempo em que procuram expandir-se em outras instâncias, as instituições adaptam suas estratégias de

representação às exigências da modernidade (MARTINO, 2003: 56). Cientes do papel da mídia na contemporaneidade, as *empresas de salvação* vêm tomando tais meios como local de disputas, conquista ou manutenção da hegemonia do campo. Esta dinâmica exige novos agentes que estabeleçam uma relação de cumplicidade infraconsciente com o mundo social. Estes devem ter o sentido do jogo, adaptados à estrutura da qual ele é produto.

Na expansão da *Igreja Universal*, por exemplo, a mídia teve um papel fundamental, articulada às comunidades urbanas e ao transnacional. Nisto, a IURD inovou, pois ela dispôs de seus próprios programas em todo lugar em que se implantou, com suas emissoras de televisão e de rádio, televisão a cabo e seu jornal.[29] É importante frisar que a origem da igreja de Edir Macedo está associada ao rádio, pois somente com a veiculação de um programa de quinze minutos, antecedendo a um programa de uma mãe de santo, é que a Igreja começou a crescer, levando, inclusive, seu fundador a alugar horários antes ou depois de programas mediúnicos (FONSECA in: ORO et alii, 2003: 264-265).

O uso da mídia é combinado com a prática de grandes aglomerações em estádios, construção de grandes catedrais, distribuição de alimentos e comícios dos quais participam seus candidatos. Entretanto, é pelo contato concreto entre as pessoas nos locais de culto que novas necessidades religiosas ganham corpo, diferentemente do televangelismo norte-americano. É através do enraizamento físico do tecido urbano,

[29] "São duas redes de televisão: a Record, com 63 emissoras, das quais 21 delas próprias, e a Mulher, presente em 85% das capitais brasileiras e em cerca de trezentos municípios. Sua rede radiofônica abrange 62 emissoras no país. No setor de comunicação, destacam-se ainda o portal www.arcauniversal.com e o jornal *Folha Universal*, cuja tiragem semanal supera a cifra de 1,5 milhão exemplares. Além de uma gráfica (Editora Gráfica Universal), de uma editora (Universal Produções, pela qual Edir Macedo publicou seus 34 livros) e da Edminas S/A (que edita o jornal secular *Hoje em Dia*, de Belo Horizonte), a Igreja possui uma gravadora (Line Records, que, com dez anos de existência, vendeu cerca de 900 mil CDs no ano de 2000)..." (MARIANO in: ORO et alii, 2003: 238-239).

bem como pelas conexões transnacionais que um novo religioso se constrói (ORO et alii, 2003: 16-28). [30]

Essa visibilidade alcançada pelas empresas de salvação durante a segunda metade da década de 1990 está associada à dinâmica do campo religioso brasileiro. Havia um refluxo da Igreja dos Pobres e o avanço da Renovação Carismática Católica. Com a crise de plausibilidade da primeira, os fiéis católicos passaram a migrar para as igrejas neopentecostais que atendiam a suas necessidades específicas, individuais. Com a Renovação, da qual Marcelo Rossi faz parte, é possível viver novamente num mundo encantado. Esse reencantamento pode ser analisado a partir daquilo que Daniele Herviu-Léger denominou de "nova religiosidade" centrada no emocionalismo comunitário. Essa ênfase na emoção vem acompanhada de uma repulsa de uma "religião intelectual". Isto não significa necessariamente um fechamento à modernidade. Os novos movimentos religiosos, como o da RCC, estabelecem um diálogo com o mundo, adotando, inclusive, práticas secularizadas, como Rebanhões, barzinhos de Jesus, rock gospel etc. De acordo com Joanildo Burity, gerou-se um novo rearranjo do campo católico, sobretudo ao final dos anos 1980 e início de 1990. Parte das demandas e do discurso da esquerda teológica foi legitimada e adotada pela nova hegemonia (conservadora) e reescrita num tom espiritualizado. Isso levou a um franco processo de reavaliação da pastoral popular, valorizando mais a dimensão emocional e

[30] Alexandre Brasil Fonseca destaca: "Enquanto entre os televangelistas norte-americanos a televisão é responsável pela manutenção financeira de vários projetos, ponto de partida do capital, no Brasil a tevê é o ponto de chegada: o dinheiro levantado em outras atividades é que viabiliza a veiculação na mídia, geralmente sem levantar fundos necessários para sua manutenção. A Universal não entra na mídia com o objetivo de arrecadar recursos, mas sim para divulgar seus produtos e atrair novos seguidores. Estes pagarão pelos serviços utilizados e poderão engrossar seu rol de dizimistas" (FONSECA in: ORO et alii, 2003: 278).

mística da fé como específico-religioso inegociável em relação a qualquer prática politizada intramundana (BURITY, 1997: 40).

Essas estratégias da Igreja Católica têm como objetivo inculcar e apropriar as estruturas objetivas do campo religioso brasileiro. Não são estratégias genuínas, mas que buscam antecipar o futuro e se adaptar às condições objetivas. Este senso prático, não calculado e não mecânico, busca instituir nos sacerdotes uma "naturalização" em relação aos meios de comunicação. O sacerdote socializado deverá incorporar as estruturas imanentes deste campo, improvisar com limites as estruturas do *modus operandi* do qual ele é produto e produtor ao mesmo tempo.

Capítulo 2
As práticas do padre Marcelo Rossi

> *"... as formas destinadas à comunhão do homem com Deus têm de ser continuamente revitalizadas, a fim de evitar a esterilidade"* (WACH, 1990: 442)

1 – A "missa de libertação"

Marcelo Mendonça Rossi nasceu em 20 de maio de 1967, em São Paulo, numa família católica de classe média. Sua infância foi vivida no bairro de Santana, Zona Norte, onde costumava ir às missas com seus pais Antônio e Vilma, suas irmãs Mônica e Marta. Aos 16 anos de idade se afastou da igreja, por ele então julgada "enfadonha". Prosseguiu a vida com as atividades próprias de um adolescente metropolitano de classe média: futebol, namoro, danceterias, clubes e academias de ginástica. Ingressou num curso superior de educação física e, ao se formar em 1989, passou a trabalhar como instrutor e depois como professor (SOUZA, 2001).

Em 1990, quanto tinha 21 anos, sofreu dois choques emocionais: a morte de um primo em acidente de carro e a descoberta de um tumor na face de sua tia. Segundo o próprio Marcelo Rossi, tal sofrimento o levou de volta às orações, à Igreja Católica. O contato com grupos de oração da *Renovação Carismática* despertou nele o desejo de ser padre. No ano seguinte, impressionado com uma minissérie de TV sobre a vida de João Paulo II, decidiu ingressar no seminário. Estudou Filosofia pela *Universidade Nossa Senhora Assunção* e Teologia pela *Faculdade Salesiana de Lorena*. Quando entrou no seminário, em 1991, o *Muro de Berlim* já desabara, João Paulo II já imprimira sua marca pessoal no comando da Igreja e os defensores da *Teologia da Libertação* já haviam sido quase silenciados. Durante três dos quatro anos de curso

dedicou-se a um trabalho missionário na favela do *Buraco Quente*, perto do seminário. Aos poucos, foi percebendo que a intervenção social da Igreja na manutenção de uma grande creche era exemplar, mas os católicos que moravam no bairro careciam de amparo espiritual. Como não tinham, iam à igreja evangélica mais próxima.

> "*Eu comecei a fazer celebrações da palavra dentro da creche e os fiéis adoraram. Desde então não tive dúvidas de que deve haver um equilíbrio entre o trabalho social e o espiritual. A Igreja estava voltada demais para os problemas sociais"* (ROSSI apud. JUNQUEIRA, *Veja*, 04/11/1998).

Marcelo Rossi se ordenou em 1º de dezembro de 1994. Sua primeira missa foi celebrada no salão de festas do prédio onde vivia com sua família, em Santana. Aos poucos, ganhou destaque pela desenvoltura com que presidia as "missas de libertação" na *Paróquia Nossa Senhora do Perpétuo Socorro e Santa Rosália*, na *Diocese de Santo Amaro*, *Grande São Paulo*. [31]

Rapidamente, fiéis de outros bairros e municípios da *Região Metropolitana* vinham em busca de "cura" e "graças". Esse público foi crescendo à medida que sua fama se espalhava, levando, inclusive, pessoas a segui-lo nas suas apresentações, celebrando missas ou apenas cantando. Formava-se uma legião de "fiéis-fãs". A quantidade de pessoas que afluíam às suas celebrações cresceu junto com sua importância entre os padres da diocese. Em 1997, o bispo Dom Fernando Figueiredo o levou consigo para uma visita ao papa em Roma, um privilégio considerável para um jovem padre. Naquele ano, também aconteceu a primeira grande concentração de massa protagonizada por Marcelo Rossi: "Sou feliz porque sou católico", em 2 de

[31] Estabelecida pelo papa João Paulo II em 2 de maio de 1989, Santo Amaro é uma das dioceses autônomas surgidas do desmembramento da Arquidiocese de São Paulo, à época comandada pelo cardeal-arcebispo d. Paulo Evaristo Arns. Outras dioceses surgidas então foram as de Campo Limpo, São Miguel e Osasco. Há quem tenha interpretado essa manobra do Vaticano como esforço deliberado de reduzir a influência da linha pastoral politizadora de d. Paulo sobre algumas das regiões mais carentes da Grande São Paulo, entre elas a de Santo Amaro, onde a Renovação Carismática e o padre Marcelo têm forte penetração (AS DESILUÇÕES DOS CANDIDATOS E A "AMEAÇA" HOMOSSEXUAL, *Folha de São Paulo*, 11/04/2004, p. 7-8).

novembro, feriado de *Finados*, no estádio do Morumbi e reuniu por volta de 70 mil pessoas. O título deste evento foi adotado pelo padre Marcelo como seu lema, incentivando o uso do adesivo com essa frase pelos católicos em seus carros para se identificarem como tais (SOUZA, 2001: 81-82).

A primeira estratégia de evangelização do padre Marcelo Rossi foram as "missas de libertação". O sucesso dessas celebrações foi fundamental na visibilidade midiática alcançada, à medida que seu carisma foi se instituindo. Suas "missas de libertação" poderiam torná-lo um padre entre os milhares que fazem celebrações orientadas pela *Renovação Carismática*. Entretanto, seu porte atlético, promessas de cura milagrosas e adoção de estratégias próximas dos pastores neopentecostais, como curas e orações, deram-lhe visibilidade. Segundo o próprio Rossi, seu sucesso é resultado da ênfase no "espiritual", diferentemente dos padres da *Teologia da Libertação* que se voltavam para o "social" (AMARAL, 04/11/97: 1-12).

2 – O santuário *Terço Bizantino*

Na medida em que a igreja da *Paróquia Nossa Senhora do Perpétuo Socorro e Santa Rosália* ficou pequena, as celebrações passaram a ser realizadas no *Gonzagão*, casa de espetáculos localizada em Santo Amaro e, posteriormente, no *Santuário Terço Bizantino*, templo criado por padre Marcelo e instalado no bairro do Socorro em março de 1998. Localizado inicialmente na avenida *Engenheiro Eusébio Estevaux*, com 8.000 m² e com 12.000 m² de área livre, num galpão que pertencia à multinacional alemã *Behum*, do setor metalúrgico, suas celebrações semanais rezadas na quinta, sábado e domingo atraíam cerca de 50 mil pessoas.

A opção pela expressão "santuário" para o templo criado pelo padre Marcelo está associada aos seus significados contidos no Direito Canônico: "testemunha da iniciativa de Deus na Sua comunicação com os homens", "lugar da memória da ação poderosa de Deus na história", "pedra morta que se edifica em louvor à pedra viva", "construção humana que, na verdade, busca o Santuário verdadeiro, o Corpo de Cristo" (*Terço Bizantino*, n. 16, p. 02). Nessa perspectiva, Dom Fernando Gomes justifica a escolha desta expressão:

> *"... nosso desejo era justamente, que aí houvesse um espaço real de oração, de recolhimento, marcado pela presença de Deus à prática de vida religiosa, posso dizer sem temor, de milhares de pessoas (...). O nosso Santuário nos ocorreu, em grande parte, porque ele é o lugar de peregrinação (...). A peregrinação se caracteriza assim como uma sincera procura de Deus e um encontro com Ele num ambiente de fé e de prece"* (GOMES in: *Terço Bizantino*, n. 16, p. 14).

Por outro lado, a ênfase na expressão Santuário está associada também à opção do padre em adaptar-se à modernidade, conforme está explícito na revista Terço Bizantino: *"no desejo de torná-lo mais acessível ao mundo ocidental, foi feita uma oração adaptada ao Terço de Nossa Senhora, embora ele continue sendo um modo de pensar oriental"* (*Terço Bizantino*, n. 2, p. 21). Oração que demanda menos tempo que o terço convencional, é considerada por Marcelo Rossi como mais apropriada para os dias atuais. Exibe 110 contas e pode-se rezá-lo mais rapidamente que o da liturgia ocidental, com 165 contas. Padre Marcelo costuma pregar que o *Terço Bizantino*: *"é instrumento de cura física e arma contra a depressão e o maligno"* (ANTENORE, *Folha de São Paulo*, 13/12/98, p. 1-14). Essa simplificação buscou popularizá-la. Marcelo Rossi aparece freqüentemente na *Rede Vida* rezando-o e divulga preces em publicações avulsas e *sites* na *Internet* (SOUZA, 2001: 87).

Além das missas, inúmeras mercadorias são vendidas em barracas “oficiais”, controladas pela mãe do padre, Wilma Rossi, e dezenas de “não-oficiais”[32]. Ali se vendem livros, revistas, CDs, vídeos e fitas-cassetes, camisas, bonés, imagens de santos do próprio padre Marcelo, entre outros produtos. Na busca de controlar a venda de produtos, foi criada em 13 de outubro de 1997 pelo padre Marcelo *A Terço Bizantino Ltda*. – ME, empresa que se destina à venda de artigos religiosos. Ele possui metade das cotas; a empresa tinha como sede um sobrado em Santana, bairro paulistano da zona norte. Os outros 50% pertencem à mãe do sacerdote, Vilma Aparecida Mendonça Rossi. Numa entrevista em 1998, o padre confirmou que registrou a *Terço Bizantino*, mas ressaltou que a firma nunca funcionou nem contratou empregados. O contrato que se encontra na Junta Paulista define a empresa dos Rossi como uma "indústria e comércio de artigos religiosos, ramo este que poderá ser ampliado, reduzido ou modificado". O documento esclarece que a firma tem prazo de duração "indeterminado" e capital social de R$ 20 mil. Os sócios estão autorizados a "abrir filiais e sucursais em qualquer parte do território nacional. Ainda de acordo com padre Marcelo, não há lucro nem *pró-labore* na empresa. Todos os direitos auferidos são revertidos à *Mitra Diocesana* de Santo Amaro. Os produtos foram lançados para

---

[32] O comércio paralelo em torno do padre Marcelo Rossi é gigantesco. Em 1998 eram 350 barracas legalizadas pela prefeitura e pelo menos mais da metade de camelôs ilegais distribuídos em dois quilômetros na avenida em frente ao Santuário Terço Bizantino. Os ambulantes vendem de tudo: velas, terços, água, medalhas, pingentes, broches, anéis, sal, óleo, comidas, bebidas e também alugam cadeiras e banquinhos para os fiéis a R$ 1. Todas as quintas-feiras, antes mesmo de amanhecer, Moacir Galdino da Silva já está em frente à sua barraca, repleta de produtos religiosos. "Dependendo da novena que o padre invoca nas celebrações, a venda de medalhas e terços com as imagens dos santos escolhidos triplicam", diz ele. Nas quatro missas que acontecem durante dois dias da semana (quinta e domingo), Galdino comercializava dez caixas com 24 velas de 7 dias e 50 terços bizantinos por missa que ele mesmo monta com as peças compradas nos atacados da rua 25 de Março, no Centro de São Paulo. Ex-garçom, agora vive exclusivamente de vender esses produtos e diz levar para casa de R$ 600 a R$ 700. Uma prova de que o negócio é rentável era a Kombi lotada de mercadorias estacionada ao lado da banca do Severino Correa Motta, que tem R$ 5 mil investidos em estoque. Começou vendendo rosas na porta da igreja. "Era tanto dinheiro, que não dava nem para contar" (EM NOME do padre. *Istoé*, 16.12.98).

dar início às obras de reconstrução da paróquia e para a manutenção do *Santuário do Terço Bizantino* (ANTENORE, *Folha de São Paulo*, 13/12/1998, p. 1-4). [33]

Em 2000 foi lançada uma loja virtual, onde são vendidos terços, bíblias, medalhinhas de santos, CDs gravados pelo padre e outros artigos religiosos que já são vendidos em lojas nas imediações do Santuário. Assim como a *Terço Bizantino Ltda*, as receitas geradas com as vendas realizadas pela *Internet* devem ser doadas para a *Mitra Diocesana* de Santo Amaro, órgão responsável pela administração dos recursos financeiros da diocese da região. Segundo dom Fernando Figueiredo, o dinheiro é todo aplicado em diversas obras sociais da Igreja Católica. A diocese mantém um centro de recuperação de drogados, um centro social que oferece cursos profissionalizantes a jovens e creches (BILLI, Marcelo. Padre Marcelo lança *site* para vender artigos religiosos. *Folha de São Paulo*, 09/06/2000, p. B3).

Logo no primeiro ano, o "santuário" apresentou problemas estruturais. Isso levou a inúmeras discussões entre a direção, a CONTRU, órgão de fiscalização de imóveis da Prefeitura de São Paulo e os moradores vizinhos. Em março de 1999, o órgão solicitou a correção de falhas detectadas no galpão, principalmente quanto à ventilação. O local foi interditado, levando o padre Marcelo a celebrar suas missas em cima de um trio elétrico na rua em frente ao santuário durante o período de reforma. Se por um lado a segurança dos fiéis estava provisoriamente garantida, por outro lado, os

[33] Em 10 de dezembro de 1998, a reportagem da *Istoé* ligou para a Terço Bizantino. O telefone – cujo número está impresso nos produtos vendidos no santuário e que na Telesp está registrado em nome do padre – foi atendido por uma pessoa que se identificou apenas como Dorothéia. A repórter quis fazer uma encomenda de cinco mil terços. "Só podemos te atender em janeiro. Não estamos dando conta dos pedidos feitos para o Natal, mais os oito mil terços que precisamos entregar no santuário por semana", respondeu Dorothéia. Os produtos vendidos no santuário confirmam não só a atividade como o sucesso da Terço Bizantino. "As coisinhas do padre, os tercinhos, as medalhinhas, os livrinhos vendem bem. Toda a família ajuda a administrar", afirma José Eduardo Mendonça Alves, primo do padre Marcelo, que ajuda dona Vilma no gerenciamento do comércio no interior do santuário. Zi, como é conhecido o primo, dedica-se exclusivamente a auxiliar a tia Vilma. Antes de se dedicar aos negócios da Terço Bizantino, ele era um modesto empresário. Hoje, reside em uma vistosa casa no Condomínio Bianca, um lugar de classe média alta na Grande São Paulo (KLINKE, *Istoé*, 16/12/98).

transtornos causados à vizinhança aumentaram, levando alguns moradores a acionar a Justiça. Eles eram obrigados a conviver com o barulho, engarrafamentos e o lixo provocados pela multidão que o religioso atraía quando celebrava suas missas. A falta de espaço empurrava a multidão para fora do templo, atendida só pelos alto-falantes, e motivava missas a céu aberto.

Foi tentado, inicialmente, um acordo amigável. Sem resultado. Inconformados, os moradores do *Jardim Campo Grande*, zona sul, se organizaram, acionaram o Ministério Público e exigiram que os cultos se realizassem a portas fechadas. A guerra contra os alto-falantes durou um ano. *"Era uma situação absurda. Todo mundo vivia a beira de um ataque de nervos de tanto barulho"*, contou o micro-empresário Augusto Oleiniki, presidente da *Associação dos Amigos do Jardim Campo Grande*. Ele mesmo teve um esgotamento nervoso. *"Diante de tanto barulho você se sente desamparado e sem a quem recorrer"*. Por duas vezes, os moradores conseguiram interditar o templo. Augusto disse, inclusive, que era contrário ao projeto, principalmente, na exposição dos denunciantes. *"Quando entramos com a ação no Ministério Público ficamos expostos e cheguei a receber telefonemas ameaçadores"*. O jeito foi colocar segurança 24 horas no bairro. A *Associação de Preservação da Vila Deodoro*, zona sul, também lutou dois anos até conseguir um acordo com uma igreja evangélica que transtornava a vida da população com seus cultos a qualquer hora do dia e da noite. Só conseguiram acordo com a intervenção do Ministério Público (M.C. Vizinhos brigam contra os "cultos barulhentos". *Jornal da Tarde*, 28/06/2001).

Em dezembro de 2000 a Justiça determinou o fechamento das portas do santuário. *"Não posso fechar as portas e deixar o povo de fora"*, justificava o padre, instalado há três anos naquele galpão, insuficiente para abrigar seu sucesso. O culto de despedida, por exemplo, realizado no dia 10 daquele mês, atraiu 80 mil fiéis,

indiferentes à chuva (DIMENSTEIN, *Folha de São Paulo*, 13/12/2000, p. C2). Uma das saídas encontradas após esse fechamento foi à realização das missas no estacionamento do *Shopping Interlagos*, também na zona sul de São Paulo.

O novo espaço foi inaugurando após meses, em abril de 2001 no número 22.069 da av. das Nações Unidas, também no bairro do Socorro, onde funcionava a *Siderúrgica Junqueira*, desativada deste 1999. Ao contrário do primeiro, só há fábricas na vizinhança. Este novo templo é menor que o primeiro, que tinha capacidade de 25 mil pessoas autorizada pela CONTRU. Agora só há capacidade autorizada para 10 mil pessoas (PADRE MARCELO, *Jornal da Tarde*, 8/04/2001). Em 31 de março de 2002, data da celebração da Páscoa, o padre Marcelo Rossi recebeu a nomeação de Reitor do Santuário Terço Bizantino. O título foi outorgado por Dom Fernando Figueiredo. O padre Marcelo passou então a exercer seu trabalho, em tempo integral, neste local e pôde realizar todos os sacramentos da Igreja - como casamentos e batizados.

O *Terço Bizantino* não segue o modelo arquitetônico de um templo católico ou protestante. Ele se assemelha aos templos da Igreja Universal do Reino de Deus. Excetuando as recentes "catedrais da fé", os *iurdianos* tradicionalmente adquirem ou alugam salões comerciais, teatros ou cinemas por todo o Brasil, instituíram uma nova função para esses espaços. Essa lógica da ocupação espacial pentecostal pode ser tomada como um exemplo do processo de adaptação às casualidades e às transformações inerentes e imanentes à sociedade moderna. Num primeiro momento, a Universal alugou ou comprou salas de cinemas ou prédios de tamanhos semelhantes, situados em locais estratégicos, com forte densidade de circulação humana e abertos aos fiéis de todas as religiões. Um meio material e simbólico mais recente de ocupar o espaço está aos poucos sendo implementado: a construção de "catedrais da fé", de

grande dimensões (ORO et alii, 2003: 16-28), como aquela que se observa em Salvador, próximo à estação rodoviária, local de grande circulação humana.

Num certo sentido, o padre Marcelo Rossi seguiu o mesmo padrão ao alugar um prédio industrial na *Grande São Paulo*. Em ambos os casos, a territorialidade dos pentecostais é marcada pela descentralização de decisões e por uma informalidade que facilita de maneira considerável a difusão no espaço. Juntamente com seu território, sua difusão se define momentaneamente. Sua lógica baseia-se na transitoriedade e mobilidade. Assim, são delimitados, a cada momento, uma nova geográfica da sua atuação. A lógica de ocupação da *Igreja Universal do Reino de Deus* e do *Terço Bizantino* comportam mecanismos capazes de promovem um ajustamento às transformações advindas da sociedade contemporânea.

As semelhanças com os templos da *Igreja Universal do Reino de Deus* não se limitam ao estilo arquitetônico. Há similitude também quanto à estrutura interna. Como descreveu Leonildo Silveira Campos, nos templos iurdianos o espaço é dividido entre palco e platéia, assemelhando-se a um espaço teatral. Este "palco" pertence aos pastores e obreiros, está separado do espaço dos assistentes, se eleva a alguns centímetros acima do piso destinado à platéia e localiza-se no centro, dominando a paisagem (CAMPOS, 1999: 76). Este segundo prédio que abriga o Terço Bizantino possui cerca de 3.000 cadeiras fixadas ao solo e separadas por corredores[34]. Ao fundo, está um altar, com três espaços distintos: um reservado para a banda, a mesa de celebração e uma tribuna para 88 pessoas. Nas colunas centrais estão postos *banners* com as seguintes palavras: amor, paz, Deus, Maria, Jesus, família e fé. O sistema de som é composto por 35 caixas distribuídas pelo Santuário.

[34] Existem doze portões de acesso, incluindo quatro saídas de emergência. Existem seis banheiros, dosi quais quatro femininos e dois masculinos. Há ainda um posto médico e sala de *Internet* (*catolicanet*).

O *Terço Bizantino* é similar ao seu concorrente em relação ao mercado religioso que circunda seu espaço. Em quase todos os templos iurdianos está posto no átrio um balcão chamado "livraria", onde vendem a *Folha Universal* e diversos produtos (CAMPOS, 1999: 76). Esse comércio de bens simbólicos de salvação também é uma realidade no *Terço Bizantino*. Na parte externa, existem dezesseis barracas oficiais. Deste total, nove comercializam artigos religiosos, tais como: sacolas, fitas VHS, livros, CDs, quadros, medalhas, terços, anéis, broches, chaveiros, velas, imagens, adesivos, brinquedos, etc. Os produtos tematizam em geral a Virgem Maria, Jesus Cristo, anjos, santos, o santuário Terço Bizantino e o próprio Marcelo Rossi. Há também no local sete barracas que comercializam alimentos. Nas barracas oficiais existem avisos que apelam aos fiéis para a aquisição de produtos dentro do santuário, tais como: "Ao adquirir os produtos religiosos, você colabora com a manutenção do Santuário"; "Colabore com a construção do Novo Santuário, compre uma revista por R$ 1,00. Obrigado, Deus abençoe". Além dessas barracas, cerca de duzentos vendedores ambulantes comercializam diversos produtos em volta do Santuário. Eles estão concentrados nas ruas *Guriú* e *Galeno de Castro*. Há também uma menor incidência nas avenidas das *Nações Unidas* e *Engenheiro Estevaux* e na rua *Prof. Campos de Oliveiras*.

Por fim, vale destacar que as instalações do *Santuário* são provisórias. Em 2005 foi lançada a pedra fundamental das instalações definitivas do Terço Bizantino. O terceiro se constituirá num moderno templo que será construído próximo ao atual, contendo um espaço maior para a assembléia, um suntuoso altar, amplo estacionamento, além de um *shopping* para produtos religiosos e alimentos. Na maquete deste projeto posta no Santuário aparecem telões espalhados com imagens do

padre Marcelo. Vale ressaltar que há forte apelo para que os fiéis colaborem com esta empresa.

A construção de um Santuário mais "digno" das aspirações de padre Marcelo, conforme retórica dos fiéis ali presentes, se insere na competição a que as empresas de salvação tem se lançado na ocupação espacial. Recentemente foi inaugurada pelo bispo Edir Macedo a sede mundial da *Universal* no bairro de *Del Castilho*, no Rio de Janeiro. O templo é o maior dos 5.000 que a igreja espalhou pelo Brasil e outros países. É uma obra monumental. São 54.000 metros quadrados de área, com capacidade para onze mil pessoas e estacionamento para dois mil carros. Os fiéis usufruem de um conforto muito apropriado para o calor da cidade: ar condicionado. O projeto arquitetônico é arrojado. Erguer monumentos de concreto é a mais nova estratégia da Universal para manter seus fiéis longe das novas igrejas evangélicas e mesmo da Igreja Católica. A solução partiu do próprio bispo Edir Macedo: aumentar o tamanho dos templos. Nos cinemas poeirentos a capacidade máxima é de 1.000 pessoas. Agora, a idéia é ter uma grande catedral em cada Estado do Brasil e sempre com mais de 4.000 lugares. Além de serem grandes, os novos projetos misturam características modernas e referências bíblicas. No Rio, a igreja de *Del Castilho* tem muros imitando a *Muralha de Jericó*, um heliporto e um *shopping center*. A opção por um centro de compras também foi feita pela Igreja Católica, que desembolsou mais de 17 milhões de reais para erguer um *shopping center* da fé na Basílica de Aparecida do Norte (PAIXÃO, 1999). [35]

[35] Em 1999 o parque onde ficava a imagem de 27 metros do padre Cícero, em Juazeiro do Norte, no Ceará, virou um canteiro de obras. Lá, mais de trezentos operários trabalhavam para erguer uma igreja gigantesca. É a maior obra católica desde a construção da Basílica de Aparecida, concluída nos anos 80. A torre principal possui 48 metros de altura, o equivalente a um edifício de dezesseis andares. Seus 5.700 metros quadrados de área equivalem a um campo de futebol. A capacidade de 14.300 pessoas é cinco vezes maior do que a da Catedral da Sé, em São Paulo. A estrutura prodigiosa mostra a intenção dos católicos de não perder espaço para outras religiões que começaram a levantar seus megatemplos

3 – Tipologia dos fiéis

Os fiéis que freqüentam as celebrações do padre Marcelo, especialmente aquelas realizadas no Terço Bizantino, podem ser classificados em dois tipos a partir do local de origem. Há um grupo de fiéis que residem na *Grande São Paulo*, costuma freqüentar primordialmente as missas nas quintas (20h), sábados (15h) e aos domingos (9h e 15h). Destes, uma parcela chega ao santuário antes do início da primeira celebração do domingo (5h50min). Alguns permanecem nas proximidades logo após o término da missa do sábado, com o intuito de garantir uma cadeira nas primeiras fileiras na próxima missa (domingo, 5h50min). O acesso às dependências do Santuário é permitido apenas após a meia-noite. Porém, aos poucos, o grupo de fiéis começa a aumentar pelas 20 horas do sábado. Entretanto, a grande maioria costuma chegar ao santuário minutos antes do início das missas.

Um segundo tipo de fiel é o "turista religioso". Estes assistem primordialmente às celebrações do domingo e chegam a São Paulo através de caravanas exclusivas para visitar o Terço Bizantino e conhecer o padre. Diferententemente da maioria paulistana,

---

pelo país nos últimos anos. A mesma explicação vale para as outras igrejas. Elas estão travando uma competição de megatemplos porque eles são sinais visíveis de fé. Uma construção como a de Juazeiro demonstra aos fiéis a força da Igreja Católica, garantia o padre José Venturelli, administrador da obra no Ceará. A iniciativa católica é tímida se comparada ao fervoroso apetite por grandes santuários da Igreja Universal do Reino de Deus. No ano passado, o bispo Edir Macedo inaugurou um templo para 10.000 pessoas em São Paulo, já se preparava para abrir um para 11.000 no Rio de Janeiro e tinha na gaveta outros cinco projetos de megacatedrais. Os messiânicos construíram um enorme local de celebração, chamado Solo Sagrado, em São Paulo, em 1995, e já pensam num segundo. Com capacidade menor, mas área construída equivalente, os mórmons também arregaçaram as mangas para erguer seus templos. A Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias toca atualmente três projetos de grandes templos: um no Recife, outro em Campinas e o terceiro em Porto Alegre.Os novos megatemplos têm em comum a ousadia e o luxo de seus projetos arquitetônicos. Os novos megatemplos demonstram inusitada preocupação com o conforto dos fiéis. Os da Universal poderão usufruir arquibancada estofada e ar condicionado no prédio do Rio. Os mórmons estão construindo, num anexo ao templo do Recife, um alojamento de 3.500 metros quadrados para hospedar fiéis de outros Estados. "É um ponto de apoio para quem não tem condições de pagar hotel", dizia Raul Lins, gerente de construção de templos mórmons no Brasil. Associadas à idéia de conforto, algumas igrejas montam lojinhas ligadas aos megatemplos. São centros de comércio para vender CDs, camisetas e outras lembranças religiosas. Isso mostra que os novos templos poderão servir também para engordar os cofres das igrejas, além de encher os olhos dos fiéis (GUSMÃO, 1999)

os "forasteiros" chegam ao local ao final da noite de sábado e pela madrugada do domingo, trazendo sacolas, oferendas, pedidos e faixas. Uma parcela deste grupo freqüenta regularmente o santuário, variando entre aqueles que vêm mensalmente ou algumas vezes ao ano. Neste grupo evidencia-se uma demanda que associa lazer e fé. A viagem ao Santuário significa uma opção de turismo. Entretanto, aqui há uma conciliação entre lazer e fé. Como destacaram alguns informantes, as viagens ao Terço Bizantino possibilitam divertimento, novas amizades, mas, acima de tudo, a busca da salvação. Nesta perspectiva, ao comprar o pacote que inclui a passagem e a estada, o fiel tem a sensação de estar adquirindo um bem simbólico de salvação, tendo a possibilidade, inclusive, de receber uma graça através do carisma do padre Marcelo. Vale ressaltar também que, dentre os fiéis entrevistados, significativa parcela informou que costuma visitar outros espaços de peregrinação religiosa em São Paulo, tais como a *Basílica de Aparecida do Norte* e a *Comunidade Canção Nova* (Cachoeira Paulista).

Aqui o que está em jogo é o conflito turismo profano e turismo religioso. A peregrinação ao Terço Bizantino oferece um novo padrão de vida aos católicos que nos últimos anos têm se afastado progressivamente dos "bens de salvação" ofertados pelos padres, com a freqüência regular às celebrações. O turismo religioso seria uma alternativa de atrair o rebanho católico afastado da freqüência assídua às celebrações. Tal afirmativa pode ser constatada a partir do estudo elaborado pelo *Centro de Estatística Religiosa e Investigações Sociais* (CERIS) em parceria com o *Instituto Nacional de Pastoral* (INP), órgão da CNBB.[36] A pesquisa releva a que grande

[36] A pesquisa foi realizada em 1999 pelo CERIS e detectou os vários perfis do catolicismo nas cidades, suas crenças e práticas correntes, cotejando-se com outras pertenças religiosas. Para isso foram selecionadas seis grandes cidades: Rio de Janeiro, São Paulo, Recife, Salvador, Belo Horizonte e Porto Alegre. A coleta de dados foi realizada através de entrevistas nas ruas das seis regiões metropolitanas citadas. Ao todo foram entrevistadas 5.218 pessoas com idade de 18 anos ou mais. A forma de seleção adotada foi o de amostra por cotas em cada uma das seis regiões metropolitanas indicadas. Os entrevistados são em sua maioria pessoas com nível de escolaridade inferior ao ensino médio completo,

maioria (78,6%) dos que se declaram católicos afirmam freqüentar seus espaços celebrativos através da missa ou através de outras atividades de caráter religioso. Esse índice cai para 44%, quando confrontamos com o item *assiduidade*. Atividades como pastorais, movimentos carismáticos e atividades comunitárias receberam índices de participação dos católicos entre 18% a 26% (FERNANDES in: CERIS, 2002: 124).

Observa-se que as caravanas são organizadas nas paróquias de diversas localidades, concentradas primordialmente no eixo Sudeste-Sul. Por exemplo, para as missas do domingo, 1º de maio, registraram-se grupos de:

Procedência dos fiéis

Estado	Cidades
São Paulo	Santos, Cravinhos, Riberão Preto, São Vicente, Sumaré, Campos do Jordão, Franca, Marília, Barão de Cocais, Rio das Flores, Marília, Bragança Paulista, Campinas, Itatiba, Paraíba do Sul, Três Rios, Carapicuíba, Juqueirópolis e Santa Bárbara do Oeste.
Minas Gerais	Belo Horizonte, Juiz de Fora, Itabira, Varginha, Lavras,
Rio de Janeiro	Rio de Janeiro, Olaria, Bento Ribeiro e Niterói.
Paraná	Curitiba e Cianorte.

A procedência regional dos visitantes revela que o fator proximidade geográfica é significativo na distribuição das caravanas. Tratando-se de viagens e estadas curtas – que não duram mais que uma noite no Santuário – os longos percursos tornam-se obstáculos que dificultam a vinda de fiéis que habitam locais mais distantes. Por outro lado, nestas regiões (Sudeste e Sul), a atuação midiática do padre Marcelo nos últimos anos tem sido mais intensificada, sobretudo através do programa *Momento de Fé* na

solteiros ou casados com rito religioso, católicos e das classes sociais mais pobres. Pouco mais da metade dos entrevistados são mulheres, não havendo grandes diferenças de uma para outra região em relação a este atributo (PITTA in: CERIS, 2002: 22; 33).

Rádio Globo. Diferentemente do final da década passada, quando despontou como fenômeno midiático de repercussão nacional, atualmente o padre Marcelo limita-se a freqüentar programas da *Rede Vida* e da *Rádio Globo*, emissoras que não têm um índice de audiência ou penetração territorial mais abrangente.

Logo que chegam ao santuário, há uma preocupação para guardar uma cadeira entre as fileiras, se possível "o mais próximo possível do altar". Após a marcação dos lugares através de sacolas ou roupas, os "turistas" circulam pelas barracas em torno do Terço Bizantino, comprando alimentos e lembranças. Segundo informação obtida dos barraqueiros, esta parcela constitui aquela que consome abundantemente os produtos, principalmente os artigos religiosos.

Muitos destes fiéis demonstram curiosidade e desejo de estar numa distância menor do "famoso" padre, conhecido para alguns apenas pelo rádio e pela TV. Entre os "turistas religiosos", a *televisibilidade* do padre Marcelo aparenta ser mais intensa. De acordo com um voluntário que não quis se identificar, muitos fiéis estão ali "apenas por mera curiosidade em relação ao padre e não pela motivação religiosa".

No Terço Bizantino são celebradas semanalmente cinco missas, como pode ser observado no quadro a seguir:

Agenda das missas celebradas no Terço Bizantino

Dia	**Quinta-feira**	**Sábado**	**Domingo**
Horário	20-22 horas	15 horas	5h 50min -7 horas 9-11 horas 15-17 horas
Celebrante	Padre Marcelo	Dom Fernando	Dom Fernando Padre Marcelo Padre Marcelo

As missas do Terço Bizantino comportam três formas de participação leiga. A primeira se dá através do papel de voluntário. Ao chegar ao santuário, os fiéis são recebidos por esses leigos, aproximadamente novecentos, que exercem inúmeras atividades: organização das fileiras, venda de produtos, orientação diversas (banheiro, posto médico, vias de acesso), segurança e auxílio de altar, entre outras. Os voluntários constituem o círculo permanente que acompanha o padre Marcelo, que se perpetua como organização, que sobrevive aos membros iniciais (WACH, 1990: 442).

De acordo com alguns depoimentos colhidos, o fiel que se torna voluntário abraçou um "chamado de Jesus". Este pode vir através da família, da vinculação com a Renovação Carismática ou após uma tragédia pessoal ou familiar. Na perspectiva deles, tornar-se um voluntário possibilita ao leigo "acolher as pessoas", se "apaixonar por Jesus", "doar-se", "servir" e descobrir "novos amigos". Por outro lado, neste "chamado", as pessoas são convocadas para evangelizar, "rebanhar": "Passar a mensagem, querer cada vez mais trazer fiéis que se perderam, que não estão mais na religião católica" (BENEDITA, residente em São Paulo; Publicitária; 28 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005).

Dentre os voluntários que foram entrevistados, a grande maioria buscou desviar a motivação do seu trabalho no carisma do padre Marcelo Rossi. É perceptível nas falas certa orientação superior para que não reforcem a importância exclusiva no padre Marcelo. Seus discursos são marcados pelo esforço afirmativo da "fé em Jesus Cristo", como destacou Madalena: *"não só pelo padre. A gente não está aqui só por ele, mas estamos aqui por Jesus"* (MADALENA, residente em São Paulo, estudante, 13 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005).

Entretanto, todos concordam que existe algo de especial no padre Rossi, tal como na diferenciação que Benedita fez entre "missas normais de paróquia, missas de

domingo" e as missas celebradas por Marcelo Rossi. Novamente a constituição do carisma rossiano não difere dos demais fiéis: "ajuda espiritual", "confiança no padre" e "maior presença de Deus nas missas".

Uma segunda forma de participação se dá através da tribuna localizada no altar, no lado direito. Segundo informações dos voluntários, não existem privilégios para estar ali. Os fiéis são escolhidos aleatoriamente. Entretanto, observa-se a presença de outros padres ou "convidados especiais", como o ex-*Big Brother* Jean Massuri. Para ter acesso à este espaço, o escolhido recebe um adesivo com o número da cadeira e é levada uma ante-sala na parte administrativa do santuário. Ali estão à venda inúmeros produtos religiosos, e os fiéis aguardam o chamado dos voluntários. Alguns minutos antes do início da celebração, o grupo é encaminhado ao altar. Apesar do esforço dos voluntários em afirmar que não há privilégios, este grupo fica numa condição de destaque dos demais fiéis por inúmeros motivos: estão mais próximos do padre, em que "se acredita que o carisma será derramado mais intensamente" e "mais próximos de Deus"; estão sentados, diferentemente daqueles que não conseguiram cadeiras no salão; possuem uma visão de destaque do Santuário.

Por fim, está a assembléia composta pelos fiéis comuns, organizados através de várias fileiras intercaladas com corredores na parte central e orientados pelos voluntários.

4 – As celebrações no Terço Bizantino

É possível a identificação de diferenças entre as missas celebradas pelo padre Marcelo e por dom Fernando. Isso é perceptível em relação à interação entre o ministrante e a assembléia, que varia de acordo com o celebrante e o tipo de fiel que

assiste. Na missa do padre Marcelo em 28 de abril de 2005, quinta-feira, observou-se intensa interação entre os fiéis e o sacerdote. Antes do início do culto, os primeiros foram animados com músicas religiosas executadas pela banda do Terço Bizantino. Às 20 horas, o padre entrou no altar, saudado pelos fiéis com um intenso aplauso e gritos. Tradicionalmente, o sacerdote católico entra no altar silenciosamente e acompanhado pelos "coroinhas" que prestam auxílio na celebração. Diferentemente, a entrada do padre Marcelo evidencia similitude com o *show* profano. Evidenciam-se semelhanças quanto aos espetáculos musicais. Nestes a entrada do artista requer todo um ritual de preparação do público, exaltando-se a emoção e a adoração dos fiéis pela strela que irá se apresentar. Isso é perceptível na entrada do padre Marcelo, momento de grande emoção para os fiéis que são incentivados, inclusive, pela banda musical, com o músico da bateria criando uma sensação de suspense, como se algo de muito importante estivesse para acontecer em instantes. Marcelo Rossi cantou inúmeras músicas e deu início à celebração litúrgica.

As missas celebradas pelo bispo têm uma dinâmica diferente daquelas do padre Marcelo, apesar da presença constante do padre no altar. Geralmente dom Fernando celebra as missas do sábado – com transmissão pela Rede Vida – e aos domingos às 5h50min (transmitida pela Rede Globo). Apesar da sua condição de bispo, sua presença no altar é ofuscada pelo padre. Isso pode ser constatado no título do programa: "Santa Missa com o padre Marcelo Rossi. Há um tom de respeito e reverência em relação ao primeiro, mas a interação se dá com mais intensidade com o padre, que tem como função auxiliar a cerimônia. Rossi consegue fazer com que os fiéis reajam mais intensamente, consegue levá-los a um ritmo febril de intensidade emocional. O padre e a multidão giram em torno de um estado de "frenesi alegre" (LINDHOLM, 1993). Evidencia-se um esforço na sua pregação em distinguir o

católico formal daquele que deve colocar a fé em ação. Assim como o pastor da Igreja Universal, o padre se entrega eficientemente no despertar da fé de milhares de pessoas (CAMPOS, 1999), concorrendo diretamente com os especialistas religiosos *iurdianos*, seus adversários mais próximos no campo religioso contemporâneo.

A observação realizada na primeira missa do 1º de maio (domingo às 5h50min) percebeu diferenças em relação às "missas de libertação" presididas pelo padre Marcelo e aquelas celebradas por Dom Fernando. A celebração foi iniciada com a entrada do padre Marcelo, que saudou a todos com um *Bom dia!* e rezou Ave-Maria com o intuito de abençoar as câmeras, a banda e todos os que ali estavam. Como de costume, cantou e incentivou a participação de todos com música religiosa. Celebrada por Dom Fernando e auxiliada pelo padre Rossi, verificam-se diferenças em relação às missas dos demais dias. A primeira constitui na duração, que obedece ao tempo televisivo (cerca de uma hora e dez minutos). Há uma preocupação constante com o tempo. Isso é observado a partir dos momentos em que o padre informa o horário. Conseqüentemente, comparando com as demais missas, o ritmo desta é mais acelerado. A segunda diferença pode ser observada na postura de Marcelo Rossi diante das câmeras. Diferentemente de outros padres, ele não negligencia sua presença. O padre Rossi aparece como um comunicador, uma espécie de "animador", enquanto o bispo seria o ministro religioso. Há uma constante preocupação com os fiéis que estão do outro lado, em casa, assistindo à missa pela televisão. Em alguns momentos, o padre se dirige à câmera, informa o horário e anuncia o tema da oração especial do dia. Por exemplo, em 19 de setembro de 2004, Rossi se dirigiu aos telespectadores e destacou: "Você de casa, aguarde que em alguns instantes falaremos sobre a traição". No domingo seguinte, 26 de setembro, o padre solicitou aos "fiéis de casa" que colocassem óleo, água e sal num copo próximo ao televisor. Este foi bento pelo padre

através do “poder do Espírito Santo”. Novamente a similitude com a Igreja Universal é perceptível. Essa prática vem sendo adotada pelos televangelistas há décadas, sobretudo pelos pastores *iurdianos*.

Na perspectiva do telespectador, a transmissão apresenta o formato televisivo. As câmeras percorrem os fiéis, os sacerdotes, a banda e o altar. Em alguns momentos, a imagem transmitida é sobreposta, tendo os fiéis num primeiro plano e a gravura de Jesus no altar em segundo. Os fiéis também são focados nos momentos emotivos, principalmente quando estão louvando e em lágrimas.

Por fim, a interação entre o padre e os fiéis é diferente das demais missas. Como significativa parcela é composta por pessoas que estão ali pela primeira vez, que conhecem o padre apenas pela mídia, observa-se grande dificuldade destes “turistas religiosos” quanto ã dinâmica corporal adotada em algumas músicas. É perceptível a dificuldade destes para acompanhar as coreografias, diferentemente dos freqüentadores regulares da quinta-feira e do sábado. Na sua grande maioria, estes “turistas” estão postos nas fileiras centrais próximos ao altar. Apenas uma minoria de fiéis regulares consegue ocupar tais lugares, pois chegam majoritariamente minutos antes do início da celebração, ao contrário dos “forasteiros”, que chegam durante toda a madrugada. Nos setores ao redor das fileiras de cadeiras, ocupados pelos “paulistanos”, há uma forte interação com o padre. Em alguns momentos, há um grande vazio coreográfico na parte central, ocupado pelos “turistas”.

Como outros líderes carismáticos, padre Marcelo Rossi decidiu organizar um estilo próprio. Apesar das constantes afirmações de obediência à unidade católica, aos poucos ele criou uma comunidade unificada em torno da sua personalidade. Embora os discursos dos voluntários e do próprio padre busquem diminuir sua importância, suas inúmeras fotos espalhadas pelo santuário, a presença constante e decisiva da sua

família demonstra a construção de um espaço religioso a partir do seu líder ou uma *empresa de salvação familiar*. Seus pais, por exemplo, participam através da administração, de depoimentos durante as "missas de libertação", do controle sobre os voluntários, autoria de livros e artigos, venda de produtos religiosos.

5 – As megamissas: louvando com grandeza

As missas celebradas pelo padre Rossi impressionam pelo número da assistência. As cerimônias realizadas nas primeiras instalações do Terço Bizantino atraíam uma média de 60 mil fiéis. No segundo santuário, menor que o primeiro, estima-se que 15 mil participam das missas. Mas, além destas celebrações, padre Marcelo se destacou pela organização de eventos massivos, assim como, por participar em outros que não fossem da sua iniciativa, conforme pode ser observado na tabela a seguir:

Grandes eventos celebrados pelo padre Marcelo Rossi

Data	Celebração	Local	Público
25/12/1998	Natal	Terço Bizantino	60 mil
26/01/1999	Aniv. de São Paulo	Anhembi	50 mil
14/02/1999	Carnaval de Jesus	Terço Bizantino	100 mil
02/04/1999	Lava-pés (Semana Santa)	Terço Bizantino	35 mil
04/04/1999	Páscoa	Terço Bizantino	40 mil
04/06/1999	Corpus Christi	Terço Bizantino	50 mil
12/10/1999	"Em nome do Pai"	Maracanã	160 mil
02/11/1999	"Saudade Sim! Tristeza Não!"	Terço Bizantino	600 mil
02/01/2000	"Reconciliar-se é viver"	Interlagos	1 milhão
26/01/2000	Aniv. de São Paulo	Praça da Sé	60 mil
07/03/2000	Carnaval de Jesus	Terço Bizantino	160 mil
22/04/2000	Semana Santa	Terço Bizantino	40 mil
23/06/2000	Corpus Christi	Terço Bizantino	50 mil
12/10/2000	Padroeira do Brasil	Shopping Interlagos	60 mil
02/11/2000	"Missa pela Vida"	Interlagos	2 milhões
17/12/2000	Visita à Canção Nova	Canhoeira Paulista	80 mil
25/12/2000	Natal	Shopping Interlagos	-
31/01/2000	Fim de Ano	Shopping Interlagos	65 mil
26/01/2001	Aniv. de São Paulo	Praça da Sé	-
27/02/2001	Carnaval de Jesus	Shopping Interlagos	85 mil
08/04/2001	Reinauguração do T. Bizantino	Terço Bizantino	10 mil
30/05/2001	Trinta anos da Tramontina	Carlos Barbosa (RS)	-
12/10/2001	1º Enc. Nac. de Famílias pela Paz	Aterro do Flamengo (RJ)	650 mil
02/11/2001	Finados	São Caetano do Sul (SP)	100 mil
23/12/2001	Natal	Terço Bizantino	100 mil
12/02/2002	Carnaval de Jesus	Terço Bizantino	45 mil
30/05/2002	Corpus Christi	Terço Bizantino	30 mil
02/11/2002	Finados	Terço Bizantino	100 mil
20/12/2002	Fim do ano letivo	Praça da República	100 mil
02/3/2003	Carnaval de Jesus	Terço Bizantino	45 mil

(Fonte: jornais *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo*, *Jornal da Tarde* e *Jornal do Brasil* entre 1997-2004).

Evidentemente, os grandes eventos criados pelo padre ou com a sua presença necessitam de um grande aparato organizacional, ampla divulgação, esquema especial de segurança, alterações no trânsito e na rotina de operação das linhas da *Companhia Paulista de Trens Metropolitanos* (CPTM). Novamente os números impressionam. Na

Missa de Natal, transmitida em 1998 pela *Rede Bandeirantes* no Terço Bizantino, estavam presentes novecentos e sessenta pessoas na organização e foram utilizados quatrocentos seguranças. Para a cerimônia, 907 obreiros auxiliaram o padre. No "Carnaval de Jesus" de 1999, ali estavam cinqüenta seminaristas, 73 coroinhas e noventos voluntários. No evento "Em Nome do Pai",também em 1999, 1050 policiais e 280 homens da *SR Produções* estavam presentes. Na missa de *Finados* do mesmo ano, que reuniu cerca de 600 mil pessoas em frente ao *Terço Bizantino*, foram disponibilizadas ao longo da avenida Eusébio Stevaux quinze mil vagas de estacionamento, uma equipe de sessenta médicos, três ambulâncias, uma UTI móvel e um helicóptero.

Apesar dos preparativos, o evento foi encerrado quarenta minutos antes do previsto, pois se temia que ocorresse uma tragédia devido ao grande número de pessoas que continuava se dirigindo ao santuário. Inicialmente previsto para acabar ao meio-dia, o evento foi encerrado por volta das 11h20min, após a apresentação das duplas sertanejas Chitãozinho & Xororó e Sandy e Júnior. Desde o início do ato, por volta das 8h, Marcelo Rossi era informado do tamanho do público pela Polícia Militar e pela Companhia de Engenharia de Tráfego, o número de pessoas atendidas pelo departamento médico e de eventuais ocorrências policiais. Com esses dados, ele controlava a multidão e procurava evitar confusões. Quando soube que o público havia ultrapassado o previsto, padre Marcelo começou a pedir que as pessoas não se dirigissem mais ao templo (SILVA, *Folha de São Paulo*, 03/11/1999, p. 3-3).

Além desses, três outros episódios demonstram a grande capacidade do padre Marcelo Rossi de atrair multidões. Na celebração religiosa *Em Nome do Pai*, em 1999, reuniu o maior público do estádio nesta década. O Maracanã recebeu um público maior do que na apresentação do papa João Paulo II (cerca de 120 mil pessoas em 1997) ou

de artistas como Frank Sinatra (140 mil em janeiro de 1981) e Paul McCartney (130 mil em abril de 1991). Desde as 6 horas da manhã, católicos chegavam aos portões do estádio Mário Filho, que só seriam abertos às 11h. Por volta das 10 horas, o clima ao redor do estádio era de um grande clássico de futebol. Às 13 horas e 30 min, os portões foram fechados. Lá dentro, de acordo com a SUDERJ, que administra o Maracanã, já estavam 142 mil pessoas, o que causou uma troca de acusações entre a *Arquidiocese do Rio* e os administradores do estádio."*Autorizamos 122,5 mil pessoas. A Arquidiocese distribuiu 20% a mais de ingressos do que o combinado"*, disse o presidente da SUDERJ, Francisco de Carvalho.*"Não houve isso. Fizemos só 120 mil ingressos"*, disse Adionel Cunha, assessor da Arquidiocese. Com os portões fechados, houve confusão do lado de fora. Engenheiros foram chamados para verificar se o estádio poderia receber mais pessoas. Às 15 horas e 40min, portões reabertos, mais 20 mil entraram, muitos sem convite, correndo e gritando *"Ei, ei, ei, Jesus é nosso rei"* (PÚBLICO É MAIOR, *Folha de São Paulo*, 13/10/1999, p. 3-1). Ainda no mês de outubro, a Igreja Universal do Reino de Deus bateu o recórde de fiéis do padre Marcelo Rossi. Na celebração "Noite de Abraão", dia 29, foi registrado o maior público num evento religioso no Maracanã: 184.276 pessoas registradas pela roleta do estádio (MAGALHÃES, *Folha de São Paulo*, 31/10/1999, p. 1-6).

Em dezembro do mesmo ano, a *Liga Independente das Escolas de Samba de São Paulo* e a *Rede Globo* estavam organizando uma festa de *réveillon* no Sambódromo do Anhembi. Durante dias foi anunciada a presença do padre Marcelo. Isso gerou dois problemas. Primeiramente, entre as redes Globo e Bandeirantes, pois a segunda vinha anunciando que o religioso estaria na av. Paulista, evento por ela organizado. O religioso passa então a ser disputado pelas duas redes, que continuavam a anunciar a sua presença em suas respectivas festas. Marcelo Rossi não compareceu a nenhum dos

dois eventos, principalmente porque o evento da Globo foi interditado pelo CONTRU. De acordo com o órgão, o anúncio da presença do padre Marcelo veiculada pela emissora criaria problemas, pois não poderia haver uma “festa gigante” no Anhembi, com o público “restrito” a 45 mil pessoas (OLIVEIRA, *Folha de São Paulo*, 30/12/1999, p. 3-3).

O mesmo gigantismo se observa na celebração católica marcada para o aniversário da cidade de São Paulo, na praça da Sé em 2000, considerado pelo mesmo órgão de fiscalização como um “evento de risco”. Novamente o motivo era a presença do padre Marcelo Rossi. Apesar de admitir que o número de pessoas poderia ser maior, o CONTRU exigiu dos organizadores do evento estrutura de segurança para 145 mil pessoas –capacidade considerada máxima para os 29 mil m² da praça (MISSA NA SÉ, *Folha de São Paulo*, 25/01/2000, p. 3-6).

6 – Um “homem de TV” : na mídia pelo Senhor

A estréia de Marcelo Rossi na chamada "evangelização eletrônica" aconteceu na *Rádio Canção Nova* (Cachoeira Paulista) em 1996. Em cinco meses, ele chegou ao horário religioso de público maior na *Rádio América*, que é a terceira audiência na banda AM na *Grande São Paulo*. Começou com uma participação de três minutos, seguidos de mais de meia hora, diariamente. Ainda nesse ano entrava diariamente na *Jovem Pan*, para a bênção.Na televisão, estreou na *Rede Vida* em o "Terço Bizantino".

Em 1997 suas “missas de libertação” passaram a ser transmitidas pela *Rádio Jovem Pan*. A primeira aparição de padre Marcelo num canal aberto de TV foi no programa "Domingo Milionário", da antiga *Rede Manchete*. Foi convidado para dar conselhos aos telespectadores**.** Depois apareceu no programa *Domingão do Faustão*, da Rede Globo, no *Domingo Legal*, do SBT, entre outras dezenas de programas.

Nascia o fenômeno midiático padre Marcelo Rossi.[37] A visibilidade midiática veio estampada em capas de diversas revistas e manchetes de jornais. Em poucos meses o padre se transformou num dos maiores fenômenos da mídia no país, líder nacional de vendagem de discos e uma das figuras mais disputadas pelos programas dominicais de TV, pois sua participação garantia audiência.

Percebendo que tinha apelo junto à mídia, uma das primeira providências tomadas por Marcelo Rossi foi a contratação de uma empresa de assessoria de imprensa. Para mantê-lo em evidência e evitar "excessos", foi contratada a *Videologia*, de propriedade do jornalista Cláudio Tosta, que hoje considera o padre "metade da empresa". Aos poucos, Tosta se tornou uma verdadeira "sombra do padre Marcelo". Juntamente com nove funcionários, o assessor prepara a agenda, organiza os *shows*, articula com a imprensa e faz seus programas de TV para Rede Vida. O primeiro trabalho da *Videologia* com o padre Marcelo foi a produção do programa Terço

[37] Segundo Luís Martino, o conjunto de notícias da religião é relativamente pequeno se comparado a outros campos secundários em relação à estrutura política nacional. O destaque para fatos estritamente religiosos está fora dos critérios de *newsmaking* consagrados pela prática jornalística. Entretanto, a religião ganha o primeiro plano do noticiário quando se adapta aos critérios da mídia. Se as instituições religiosas em suas características próprias são pouco atraentes como tema de pauta, existem circunstâncias particulares nas quais a cobertura da religião alcança o mesmo destaque do noticiário laico. Este é o caso do padre Marcelo Rossi e do tratamento dado pela mídia impressa paulistana à Missa de Finados celebrada pelo padre Marcelo Rossi dia 2 de novembro de 2000. Após o levantamento inicial de dados, feito no dia imediato ao fenômeno, foram analisadas as 18 matérias publicadas pelos referidos jornais, procurando delinear eixos temáticos em torno dos quais as matérias fossem analisadas. Feito isso, verificou-se a existência de dois focos de análise, que passamos a estudar. Em primeiro lugar (1), destaca-se o tratamento exclusivo oferecido ao padre Marcelo, contrapondo-se nitidamente ao (2) comportamento dos fiéis. Com as devidas nuances, essa oposição estruturou o conteúdo de todos os jornais analisados. A escolha do padre como figura principal é quase intuitiva para qualquer jornalista. É o critério de 'magnitude', como explica José Rodrigues dos Santos. Chama a atenção, porém, o destaque que lhe foi conferido individualmente, dissociado da instituição que representa. Nas matérias analisadas, o tratamento dado ao padre assume duas principais características que passamos a contemplar: em primeiro lugar (a), a ênfase em seu relacionamento com a Igreja Católica; em segundo (b), seu relacionamento com outras esferas sociais. Mais do que o próprio padre, o que chama a atenção na cobertura jornalística do evento é o tratamento dado à multidão de fiéis que o acompanhou. A atualidade do fato não se deve à multidão em si, mas à interação entre o público e o catalisador de sua emoções e anseios, o padre. Apesar de sua estreita ligação, todos os jornais optaram por tratá-los em separado, deixando claro, num primeiro momento, o poder do padre sobre um número grande de fiéis, para, em seguida, particularizar as notícias e focalizar o tratamento sobre alguns participantes, destacando suas histórias de vida, gostos, preferências e a intersecção entre o fenômeno religioso e a música popular (MARTINO, 2003: 117; 120-122; 128-129).

Bizantino para a citada Rede Vida. Por exemplo, para a realização das entrevistas com os "voluntários" no "santuário", foi necessária a autorização do assessor, solicitação atendida em conversa informal com este pesquisador na entrada do setor administrativo do templo. Quando surgem boatos, o jornalista encarrega-se de desmenti-los. Em muitas reportagens, são as falas dele que são publicadas e não as do padre (VENCESLAU, *Imprensa*, dez. 2000, p. 26).

Em diversas ocasiões, Marcelo Rossi reforça sua função sacertodal, não se considerando um artista. Entretanto, esta contratação da *Videologia* apresenta duas facetas: sua rendição aos meios de comunicação social e a construção de uma imagem midiática, que o aproxima da lógica do estrelato.

Aqui há toda uma preocupação com o *marketing* e com a televisibilidade. Assim como as demais pessoas que os receptores vêm a conhecer através da televisão são "personalidades", cujos traços são definidos dentro da região frontal da esfera da produção, a imagem do padre Marcelo é construída a distância. Ele é uma personalidade com as quais os fiéis podem simpatizar ou antipatizar. Possui uma "aura" que se sustenta em parte pela distância que os separa dos receptores. Em circunstâncias excepcionais, essa distância pode ser vencida. Mas o caráter acidental e incômodo de tais encontros comprova o fato de que a relação estabelecida pela televisão não implica normalmente a partilha de um contexto comum entre produtores e receptores (THOMPSON , 2000: 91).

Diferentemente do sacerdote católico paroquiano, que vive uma interação face a face com seus fiéis, Marcelo Rossi vivencia uma interação mediada pelos meios de comunicação social. A grande maioria dos seus fiéis são anônimos e invisíveis expectadores de uma representação para a qual eles não podem contribuir diretamente, mas sem os quais ela não existiria. Atores e atrizes, astros e estrelas, como o padre

Rossi, tornam-se familiares e últimas figuras, muitas vezes assunto de discussão e de conversa rotineira na vida diária dos indivíduos. O padre Marcelo pode ser visto e ouvido, mas seus fiéis não podem ser vistos e ouvidos por ele. Isso implica numa intimidade à distância, pela qual a concepção que os indivíduos têm daqueles que chegam a conhecer através da mídia é relativamente livre das características definidoras da interação face a face. (THOMPSON, 2000: 191).

Possivelmente, a boa desenvoltura midiática do padre Marcelo está associada ao seu carisma e à assessoria da *Videologia*. Mas, além disso, vale ressaltar que ele esteve entre os primeiros que participaram dos cursos promovidos pelo *Instituto Brasileiro de Marketing Católico*, criado em 1998, tendo dom Fernando Figueiredo como primeiro presidente. Nesses cursos de aperfeiçoamento, os padres aprendem noções de comunicação, desde como se postar diante da câmera até como descomplicar o modo de falar. Entre os temas abordados, estão a necessidade de modernizar o sistema de som das paróquias, para que os sermões se tornem mais audíveis, seja repensado o horário das missas, que não se enquadram mais à rotina dos brasileiros (VALLADARES, *Veja*, 08/10/2003, p. 101).

Sempre atentos ao aparecimento de estrelas ascendentes, os dois programas televisivos dominicais com maiores audiências – *Domingão do Faustão* (Globo) e *Domingo Legal* (SBT) – perceberam o fenômeno. O programa da Globo saiu na frente. No dia 31 de maio de 1998, transmitiu o final de uma missa assistida por 40.000 pessoas. A celebração em São Paulo era regida, via satélite, por Faustão, que estava nos estúdios da Globo no Rio de Janeiro. Fausto Silva mandava parar a missa, entrevistava o padre e, depois, como num *show*, ordenava um novo número musical. *"Ele dá um verdadeiro espetáculo com as danças, as coreografias e os cantos. Isso funciona muito bem na TV"*, elogiava o diretor-geral do *Domingão,* Alberto Luchetti.

Ainda de acordo com o diretor, o altar foi montado *"como se fosse um palco": "tínhamos duas câmaras dentro do galpão e mais três do lado de fora. O padre Marcelo é um grande comunicador, fala de maneira simples, é boa-pinta e atlético"* (JUNQUEIRA, *Veja*, 04/11/1998). Nota-se como os atrativos elencados pelo diretor são atributos de qualquer estrela profana, não religiosa. Há um desvencilhamento dos ancoradouros particulares, desenraizando a imagem do sacerdote católico, tornando-o dependente de formas mediadas de comunicação para sua manutenção e transmissão de uma geração para outra (THOMPSON, 2000: 173-174).

Os índices de audiência comprovam: com o padre Marcelo no ar, o ibope do programa subiu 4 pontos. No pico, foram 30 pontos contra 19 da concorrência. No Rio, Faustão bateu Gugu por 27 pontos de audiência, contra 12. Foi elaborada, inclusive, uma estratégia pelo programa: em três domingos o "Domingão" revelou o fenômeno Rossi contando sua história em uma "novelinha', através de reportagens e com imagens ao vivo de missas na igreja da sua paróquia e no Santuário do Terço Bizantino. Esta estratégia de divulgação atendia à trilogia proposta pelo diretor global: dramaturgia, jornalismo e palco.

Diante do sucesso do rival, o *Domingo Legal* se movimentou. Rapidamente o padre Marcelo foi levado ao estúdio do SBT em 25 de outubro. Novamente a audiência aumentou, fazendo com que Gugu o mantivesse no programa durante duas horas e sete minutos cravados. A audiência média em São Paulo foi de 26 pontos, enquanto o *Domingão do Faustão* estava em torno dos 19. No pico da audiência, Gugu atingiu 32 pontos em São Paulo, o equivalente a 2,5 milhões de paulistanos, contra 17 do Faustão. Isto levou Roberto Manzoni, diretor-geral do *Domingo* Legal, a destacar*:*

> *"Estou há dezesseis anos no programa do Gugu e não me lembro de alguém ter ficado no ar por tanto tempo. Achei que fosse conseguir segurar no máximo uma hora de programa. O padre Marcelo tem o*

> *dom de se posicionar bem diante das câmaras, ele enche o vídeo. Queria-o com a gente todos os domingos."* (JUNQUEIRA, *Veja*, 04/11/1998).

A grande audiência alcançada pela sua presença na programação tornou padre Marcelo personalidade disputada pelas emissoras, principalmente após o lançamento do seu primeiro CD em 1998, "Música para louvar ao Senhor". Novamente o episódio envolvendo a Rede Globo e a Rede Bandeirantes, ocorrido em dezembro de 1999, pode ilustrar a disputa entre as emissoras pela presença do sacerdote. A Rede Bandeirantes juntamente com a Prefeitura de São Paulo promoviam uma festa de *reveillon* na avenida Paulista. Entre as atrações anunciadas durante a programação da *Band* estavam a cantora *Ivete Sângalo*, as bandas Engenheiros do *Hawai* e *Art Popular*, e o padre Marcelo Rossi. O evento seria transmitido a partir de 22h do dia 31 de dezembro, com um público estimado em 1,5 milhão de pessoas. O *show* seria veiculado no *pool* de imagens que a Band fez com 150 emissoras de diversos países, evento batizado de *Millenium Live*. Padre Marcelo daria o toque religioso à festa, fazendo a contagem regressiva. Após dez minutos de queima de fogos, o religioso encerraria sua participação com o *hit* "Erguei as Mãos". De acordo com seu vice-presidente, Rossi havia confirmado presença, gravando imagens convidando o público (LEEB, *Folha de São Paulo*, 31/12/1999, p. 3-4). Paralelamente, a Rede Globo anunciava na sua programação a presença do padre Marcelo Rossi, que aparecia em chamadas veiculadas pela emissora convocando a população, que deveria tirar os convites nas sedes das escolas de samba. Por motivo de segurança, o evento foi suspenso pela CONTRU, como foi citado anteriormente (CONTRU VETA "MEGARRÉVEILLON" EM SP, *Folha de São Paulo*, 29/12/1999, p. 3-3).

Essa interdição ocorreu horas antes da sua realização. Até esse momento ocorreu disputa entre a Bandeirantes e a Globo pela presença do padre Marcelo. Num primeiro

momento, Rossi rompeu o compromisso com a Band, afirmando que havia se comprometido há dois meses com a Globo, mas tinha "esquecido". A imprensa atribuiu essa preferência ao fato de a emissora de Roberto Marinho se associar com o religioso para a promoção do *megaevento* realizado em Interlagos no dia 2 de janeiro de 2000, intitulado "Missa pela Paz". Em seguida, foi feito um acordo entre ambas, confirmando a participação do padre nos dois eventos. Finalmente, padre Marcelo acabou não participando da festa da Band, a que de fato aconteceu. Segundo ele, *"quando percebi que estava sendo motivo de briga, achei melhor não ir a nenhum dos eventos"* (SHOWMISSA LEVA 1 MILHÃO A INTERLAGOS. *Folha de São Paulo*, 03/01/2000, p. 1-5).[38]

Cada vez mais a agenda fica lotada, transformando o padre numa celebridade do mundo artístico, levando-o a participar de quase todo tipo de programa de televisão. Padre Marcelo visitou diversos programas, tais como *Domingão do Faustão* e *Planeta Xuxa* da Globo, *Domingo Legal* e *Programa do Ratinho* do SBT, *H* da Bandeirantes, como pode ser observado na amostragem:

Presença de Pe. Marcelo em programas televisivos (1998-2004)

Período	Programa	**Emissora**
Outubro de 1998	*SP-TV*	Globo
Outubro de 1998	*Pé na Cozinha*	MTV
Novembro de 1998	*Fantástico*	Globo
Dezembro de 1998	*Sabadão*	SBT
Dezembro de 1998	*"H"*	Bandeirantes
Janeiro de 1999	*Gente de Expresão*	Bandeirantes
Janeiro de 1999	*Domingo Legal*	SBT
Março de 1999	*Malhação*	Globo
Março de 1999	*Amigos*	Globo
Abril de 1999	*Didi na Páscoa*	Globo
Outubro de 1999	*Domingo Legal*	SBT

[38] Ainda em relação a esse episódio, destacou padre Marcelo: "Foi um problema de agenda. Ainda não decidi como, mas tentarei conciliar os dois eventos. Conversando tudo se resolve" (PADRE MARCELO FAZ MISSA EM INTERLAGOS. *Folha de São Paulo*, 30/12/1999 p. 1-10).

Outubro de 1999	*Criança Esperança*	Globo
Outubro de 1999	*Planeta Xuxa*	Globo
Novembro de 1999	*Domingo Legal*	SBT
Dezembro de 1999	*Domingo Legal*	SBT
Fevereiro de 2000	*Cristina Show*	Univision (EUA)
Abril de 2000	*Domingo Legal*	SBT
Outubro de 2000	*Domingo Legal*	SBT
Outubro de 2000	*Programa do Ratinho*	SBT
Dezembro de 2000	*Reveillon*	Globo
Dezembro de 2001	*Mais Você*	Globo
Novembro de 2002	*Alô, Alô*	Cultura
Dezembro de 2002	*Vitrine*	Cultura
Agosto de 2003	*Show Business*	Bandeirantes
Setembro de 2003	*Gordo a Go Go*	MTV
Setembro de 2004	*Mais Você*	Globo
Setembro de 2004	*Boa Noite Brasil*	Bandeirantes
Outubro de 2004	*Sem Censura*	TVE
Outubro de 2004	*Quarta Viva*	TV Canção Nova

(Fonte: jornais *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo*, *Jornal da Tarde* e *Jornal do Brasil* entre 1997-2004).

A partir dessas amostras observa-se que padre Marcelo participa de programas diversos: jornalístico, auditório, entrevista, *shows*, novelas e especiais. Suas visitas seguem, de certo modo, a dinâmica do respectivo programa. Ele canta, dança, reza, abençoa, distribui medalhinhas, fala de temas religiosos e de comportamento, encena. Ele também tem aparecido como *garoto-propaganda* em comerciais – como para o "Anjinho do Céu", brinquedo da *Colorama* – e chamadas nos intervalos divulgando eventos, como o *reveillon* da Bandeirantes em 1999 e as megamissas em parceria com a Globo.

Em 1998 ele esteve no "SP-TV 1ª edição", da Globo. Deu entrevista, rezou um "Pai Nosso" e distribui medalhinhas bentas (PADIGLIONE, Cristina. Pop Star. *Folha de São Paulo*, 16/11/98, p. 6-4). Dias depois, apareceu numa reportagem do "Fantástico" comentando sobre diversos temas, como sua polêmica declaração em que vê o homossexualismo como doença, que gerou um pedido de inquérito civil público e

penal do *Grupo de Ação pela Cidadania Homossexual*, entidade não-governamental sediada em Campinas (RUSSO, *Folha de São Paulo*, 25/11/98, p. 3-4). Em entrevista no "Pé na cozinha", da MTV, pregou contra o uso da camisinha, sendo rebatido pela apresentadora Astrid (PADIGLIONE, *Folha de São Paulo*, 27/11/98, p. 4-4).

Em dezembro de 1999, foi exibido um especial de Natal trazendo Gugu Liberato e o padre Marcelo. Junto com o apresentador, o padre faz um passeio por Jerusalém. Os dois caminham pelos mesmos locais percorridos por Jesus. Há ainda a cena em que Gugu é batizado por padre Marcelo. Além disso, o "Domingo Legal" exibiu um *megashow* diretamente da praia de Tambaú, em João Pessoa, na Paraíba, com as presenças de Elba Ramalho, Roberta Miranda, Agnaldo Rayol, Reginaldo Rossi e o padre Marcelo Rossi. Todas as canções apresentadas tinham temas natalinos ou religiosos (Domingo LEGAL DE NATAL TRAZ GUGU E PADRE MARCELO. *Folha de São Paulo*, 19/12/1999, p. 15).

Já em fevereiro de 2000, o padre Marcelo esteve no programa "Cristina Show", exibido em Miami, Estados Unidos, pela TV mexicana *Univisión*, canal líder de audiência entre os hispânicos nesse país.[39] O programa é similar ao de Hebe Camargo no SBT. Cristina recebe e entrevista convidados que cantam e dançam para uma platéia predominantemente jovem. Durante sua visita, padre Marcelo apresentou seu CD com músicas em espanhol e cantou junto com o padre Mário, seu colega da *Renovação Carismática Argentina*. Além disso, deu entrevista, afirmando ter conseguido trazer os jovens de volta à igreja com suas missas. Segundo ele, "a mensagem do Espírito Santo" foi a responsável pelo fato de hoje cerca de 20% dos

[39] Antes, Marcelo Rossi esteve em outros programas nos Estados Unidos quando lá esteve para o Congresso de Sanação 2000, promovida pelos carismáticos. Os programas de TV foram "El Gordo y La Flaca", "Primer Impacto", "Padre Alberto", "Edición Especial", "Noticiero". Todos destinados ao público latino daquele país.

participantes de suas missas serem jovens, contra 4% de antes de ele iniciar o seu trabalho (GASPAR, *Folha de São Paulo*, 16/02/2000, p. 1-6).

Meses após, em outubro, o padre Marcelo participa do *Domingo Legal* para divulgar o lançamento de seu terceiro CD, "Canções Para um Novo Milênio", em outubro de 2000. Durante a semana, Rossi criou expectativa a respeito de um homem *"que teve a coragem de fazer uma coisa inacreditável"*. O SBT exibiu uma dramatização da história de um ginecologista que teria enriquecido fazendo abortos, mas que se arrependeu depois da morte de sua filha de 23 anos, vítima de um aborto mal-sucedido. O médico teria vendido todos os seus bens para criar uma instituição destinada ao atendimento de filhos de mães solteiras. Havia entrado em contato com o padre por meio do programa deste na Rádio América e contado sua história. "*Resolvi então fazer um batismo para essas crianças e pedi às mães que fizeram abortos para enviar os nomes das crianças. Em uma semana, mais de um milhão de nomes foram enviados"*, contou. Rossi disse que sua preocupação agora estava voltada para a evangelização das crianças. *"Eu vi um filme que mostrava como são feitos os abortos e decidi fazer algo. Não podia me calar"*, disse o padre (ROSSI, *Estado de São Paulo*, 09/10/2000). [40]

Nesse episódio, no afã de combater o aborto, o padre comete uma heresia: batiza um defunto. De acordo com o *Catecismo da Igreja Católica*, a Igreja não conhece outro meio senão o Batismo para garantir *"a entrada na bem-aventurança eterna"*. É capaz de receber o Batismo *"toda pessoa ainda não batizada, e somente ela"*,

[40] Meses depois, Marcelo Rossi esteve no *Programa do Ratinho*. O apresentador chamou o padre, que entrou no palco sob o pretexto de divulgar um CD e acabou recitando a *Oração de São Francisco*. O sacerdote encerrou a prece com uma exortação: *"Que o Brasil escute. Chega de violência!"*. Mãos juntas, semblante grave, reiterou: *"Chega, né, Ratinho?"*. O apresentador assentiu: *"Chega, chega"*. E emendou: "*Padre, tem uma violência ainda maior, que é a violência do aborto"*. Rapidamente o assunto ganhou o centro das atenções. Antes de partir, recitou um "Pai-nosso" (ANTENORE, *Folha de São Paulo*, 29/10/2000, p. 2).

sobretudo as crianças, por *"nascerem com uma humanidade decaída e manchada pelo pecado original, também precisam de um novo nascimento do Batismo"* . Entretanto, o documento é explicito quanto à proibição do Batismo às crianças mortas, incluindo os fetos : *"a Igreja só pode confiá-las à misericórdia de Deus, como o faz no rito das exéquias por elas"* (CATECISMO, 1999: 347-350).

Os críticos associam as aparições de Marcelo Rossi na televisão com a pressão das gravadoras, principalmente em relação aos programas de auditório. Para promover seus discos, as gravadoras elaboram um esquema de divulgação, condensando em algumas semanas a ida de cantores e bandas em todos os programas. Nesse aspecto, após o sucesso fonográfico do seu primeiro CD, padre Marcelo superou em 1999 todos os astros da música nacional em aparições na televisão. Desde o início de outubro de 1999, após lançamento do seu segundo disco, "Um presente para Jesus", ele apareceu cerca de 92 vezes na TV somente no Rio de Janeiro e em São Paulo. Considerando que em cada uma dessas apresentações Rossi ficava 16 minutos na telinha, somavam-se mais de 24 horas no ar (SALLUM, *Folha de São Paulo*, 28/11/1999, p. 12-13).

De fato, o próprio Marcelo reconhece a importância da sua presença na televisão como estratégia de divulgação dos seus *bens simbólicos*:

> *"... não vou me fechar a ninguém porque Jesus vai a qualquer lugar. Fiz um trabalho de divulgação do CD. Então vou a todo programa, a todo lugar. Estou levando a palavra de sacerdote e não estou perdendo a dignidade. Em 99, estive nos programas de pessoas que me respeitam como sacerdote"* (NÃO SENTI COM NAMORADA O QUE SINTO HOJE PELA IGREJA!. *Folha de São Paulo*, 06/02/2000, p. 1-13).

Está evidente uma visão pragmática do uso da televisão pelo padre Marcelo. Pode se deduzir desta onipresença ou falta de limites quanto aos meios de aparição que num certo sentido "vale tudo por Jesus". O religioso costuma destacar a transformação que sua estada na programação causou nos últimos anos. De acordo com Rossi, anos

atrás a televisão considerava o erotismo feminino como único meio de obter audiência. Agora, tendo Deus como referência, foram possíveis programas "de qualidade com picos de audiência". Rossi reconhece que em alguns momentos é usado e que a televisão é um "perigo". Mas para ele o importante é o modo com que leva a palavra de Deus,

> *"...daí eu creio no que estou fazendo e quantas pessoas estão sendo tocadas. O importante é o que eu estou fazendo e não é financeiro, o meu interesse é levar a palavra de Deus e graças a ele é isso que nós estamos vendo e o povo está entendendo, pois um CD vender 2.2 milhões de cópias em 56 dias é a prova disso"* **(**ENTREVISTA. *Noroeste News,* 09/12/1998**).**

Na economia de salvação proposta por Rossi faz-se necessária a constituição de um *mercado leigo* de consumidores dotados de um mínimo de competência religiosa, de meros receptores dos bens oferecidos (BOURDIEU, 1998a). Nesta economia simbólica, a compra dos discos implica a aquisição de um bem simbólico de salvação. Nota-se como para o padre o fato de os fiéis comprarem seus discos é sinal de conversão religiosa. Num certo sentido, isto é falacioso. Necessariamente ouvir discos religiosos não implica conversão, mudança de hábito.

Entretanto, vale ressaltar que o sentido pragmático atribuído ao uso da mídia pelo padre Marcelo Rossi e seus assessores possui alguns limites. De acordo com ambos, existem critérios para visitar programas de televisão. Em relação ao caso de disputa envolvendo a Band e a Globo em 1999, ele destacou: *"Eles se confundiram. Nunca falei que faria a contagem. Ridículo. Sou um padre"* (Padre Marcelo faz missa em Interlagos. *Folha de São Paulo*, 30/12/1999 p. 1-10). Em entrevistas, Rossi demonstra grande deslumbramento pela televisão, que considera uma "bênção". Destaca, inclusive, que "ama" a televisão, pois tem "amigos" conhecidos por meio

dela: Xuxa, Marlene Mattos, Gugu Liberato, Hebe Camargo e Ratinho[41]. Esses seriam pessoas que o "respeitam" e "acreditam" no seu trabalho (*Contigo!*, 21/12/1999).

Um episódio envolvendo uma emissora de rádio e Marcelo Rossi pode ilustrar o que ele considera como "respeito" ao seu trabalho. Desde 1996, o padre fazia parte da programação da *Rádio América AM*, que pertence à *Pia Sociedade de São Paulo*, dos padres paulinos, com programação popular durante o dia e religioso à noite. A sua estada, como voluntário, aumentou a audiência. Rossi entrava no ar em dois programas religiosos de segunda à sábado, das 9h às 10h (maior audiência do horário, com 300 mil ouvintes por minuto) e das 21 horas às 21 horas e 30min. Além disso, a América transmitia ao vivo do Terço Bizantino as "Missas de Libertação", das 20h às 22h na quinta e no domingo das 9h às 11h. Entretanto, a parceria de sucesso foi rompida bruscamente em dezembro de 2001.

Em seu programa matinal em 20 de dezembro de 2001, após uma bênção, vieram os comerciais e, com eles, a voz da atriz Maria Paula, do programa Casseta & Planeta, da TV Globo: *"Se uma mulher oferecer a DST dela você aceita?"*. A propaganda fazia parte de campanha do *Ministério da Saúde* de incentivo ao uso da camisinha. Nos *spots* de rádio e TV que entraram no ar dia 12, além de Maria Paula fazia parte Bussunda, também do *Casseta e Planeta*. Eles conversam com pedestres

---

[41] Marcelo Rossi se tornou conselheiro dos famosos. Nos bastidores, ele mesmo conta, "não brinca em serviço". Aproveita para evangelizar estrelas. A diretora Marlene Mattos e os apresentadores Gugu e Xuxa viraram amigos. Quando precisam de um ombro amigo, procuram o padre. Ou ele mesmo chega até quem está precisando. Foi o que aconteceu com a apresentadora Ana Maria Braga que, ao descobrir um tipo raro de câncer, em julho passado, recebeu a visita e ouviu as palavras de fé do padre. É também o caso do cantor Renner, protagonista de um acidente de trânsito que matou duas pessoas há dois meses. Desde o episódio, Renner recebeu várias ligações de padre Marcelo. Marlene Mattos é hoje uma das melhores amigas dele. Os dois se conheceram nos bastidores do Planeta Xuxa. Ele pediu para ficar num canto assistindo. "Ela é bravona, gritava com todos. Peguei na cabeça dela com força e disse: 'Calma, Marlene!'", conta rindo o padre. "Me lembro bem disso. Falei vários palavrões porque esqueci que padre Marcelo estava lá. Ele é tão silencioso", recorda Marlene. "Nos bastidores dos programas, ele vai passando e rezando. Todos o solicitam. Quando encontro o padre, digo: 'Pelo amor de Deus, ponha a mão na minha cabeça!'", diverte-se (O PADRE MULTIMÍDIA, *Istoé*, 29/10/2001).

sobre os sintomas das doenças e o uso do preservativo como forma de evitá-las. O diálogo começava em tom de brincadeira e terminava com os atores falando seriamente sobre doenças sexualmente transmissíveis.

A reação de Marcelo Rossi foi imediata: pregou um sermão contra a própria emissora no ar. Ainda durante a noite, no seu segundo programa, padre Mário Mancini, diretor da emissora, pediu desculpas aos ouvintes e ao apresentador, dizendo que aconteceu um engano. Apesar disso, não houve acordo. Padre Marcelo teve seu contrato rompido. Sua saída foi decidida numa reunião entre d. Fernando Figueiredo e o padre Mancini. No seu último programa, Rossi falou alguns minutos, despediu-se e deixou a rádio antes de seu horário terminar. Para cobrir sua ausência, a emissora manteve por 45 minutos as músicas de seu CD, em que canta canções de Roberto Carlos (SOARES e MAGALHÃES, *Jornal da Tarde*, 21/12/2001). O religioso informou em nota ter posto fim ao programa por não "concordar com a postura da emissora de veicular comerciais que vão contra os preceitos da Igreja Católica" (CAMISINHA TIRA PADRE DO RÁDIO. *Jornal do Brasil*, 21. dez. 2001).

Noutras ocasiões a presença de artistas “indesejáveis”, para o padre, foi motivo pra ele não visitar alguns programas. Em fevereiro de 2002, um dos motivos supostos da sua ausência ao programa de Hebe Camargo foi a presença de Suzana Alves, a *Tiazinha* (DECIA, Patrícia. Padre Marcelo fará jornalismo na Globo. *Folha de São Paulo*, 26/02/1999, p. 4-7). Em 2003, a produção do “Domingo Legal” teria convidado Jorge Lafond, *Vera Verão* de “A Praça é Nossa”, do SBT, para descer do palco durante uma gravação, pois o padre Marcelo recusava-se a subir no palco com a presença do comediante. Durantes meses o padre foi responsabilizado pela depressão e sucessivas crises de hipertensão que o levaram à morte no mesmo ano (GANCIA, *Folha de São Paulo*, 17/01/2003, p. C2). O que se pode concluir de tais fatos? A heterodoxia do

padre esbarra em sexo livre (camisinha), sadismo (Tiazinha) e homossexualismo (Lafond). Nota-se que o padre não se escandaliza com a violência veiculada pela mídia: violência pode, sexo não. Aqui se evidencia o velho horror católico ao prazer físico. No catolicismo o corpo torna-se microscopicamente pecaminoso, tanto como receptáculo da tentação quanto como provocador dela. Para Marcelo Rossi, esses personagens e o uso da camisinha enfatizam a sexualização de todos os pecados e do corpo inteiro. Ao contrário, o padre defende a concupiscência, evitando a fraqueza da carne. Sua vigilância volta-se para a percepção, captura e controle de tudo quanto desperte prazer. [42]

Além da participação nos programas televisivos, desde 1997, como foi dito, padre Marcelo está na *Rede Vida* em diversos horários. Diariamente reza o *Terço Bizantino* (5h50min, 11h55min, 17h50min e 23h55min), a *Oração com fé e rezando com o coração* (de segunda a sexta-feira, das 8h30min às 9h), celebra a *Missa de Libertação* (ao vivo) no sábado (das 15h às 17h) e comanda o *Diálogo de Fé* (Domingo das 8h30min às 8h50min, juntamente com d. Fernando). Mas padre Marcelo passou a ser cogitado para ter o seu próprio programa na *grande mídia*. Nos primeiros meses de 1999, a Globo buscou usá-lo para aumentar a audiência no horário das novelas. Cogitou-se em transformá-lo num apresentador de telejornal, num programa dedicado ao público jovem que seria veiculado entre as novelas "Malhação" e "as seis". Rossi falaria sobre questões comportamentais, tais como aborto, sexo, casamento, homossexualismo, entre outros. A proposta não vingou. Entre outros motivos, o padre exigiu da Globo algo que a rede considera inegociável: não

[42] Todo detalhe é importante, pois aos olhos de Deus nenhuma imensidão é maior que um detalhe, e nada há tão pequeno que não seja querido por uma dessas vontades singulares. Para o homem disciplinado, como o verdadeiro crente, nenhum detalhe é indiferente, mas menos pelo sentido que nele se esconde que pela entrada onde se encontra o poder que quer apanhá-lo. (FOUCAULT, 1997: 128-129).

concederia exclusividade sobre sua imagem à emissora, *"já que não é artista"* (DECIA, Patrícia. Padre Marcelo nega exclusividade à Globo. *Folha de São Paulo*, 18/02/1999, p. 4-2).

Na Rede Globo, a missa do padre Marcelo passou a ser transmitida a partir de 29 de julho de 2001 para todo o Brasil e para 12 países. Fora os telejornais, este seria o primeiro programa a ser exibido simultaneamente pela *Globo Internacional*. O evento contou com a participação de aproximadamente 6.000 pessoas, alcançando média de dez pontos no Ibope, com picos de 11 pontos. A média no horário costumava ser de três pontos. O *site* oficial do padre rapidamente se encarregou de divulgar este sucesso de audiência (PADRE MARCELO CELEBRA MISSA AO VIVO NA TV. *Folha de São Paulo*. 30/07/2001, p. A6).

Na Rádio Globo, o padre Marcelo Rossi estreou em janeiro de 2002, das 9h às 10h. Chama-se "Momento de Fé", exibido de segunda a sexta, com retransmissão de mais de 100 emissoras espalhadas pelo Brasil. Rapidamente o programa religioso aumentou audiência uma hora antes e uma hora depois, em todos os horários, na média geral. E ainda aniquilou as principais concorrentes. Em dezembro de 2001, a *Globo AM* tinha 167 mil ouvintes por minuto das 9h às 10h. Com Rossi passou a 479 mil por minuto ligados na emissora. Alguns analistas consideram a vinda do padre como a salvação da emissora, que tinha dificuldades em se firmar nacionalmente. Esta audiência foi, inclusive, motivo de alegria para o próprio padre: *"na Rádio América eu falava para 200 mil pessoas por dia em São Paulo. Na Globo, entro em Belo Horizonte, São Paulo e Rio de Janeiro. Diariamente, são 1,6 milhão de ouvintes..."* (SILVA, *Istoé*, 07/04/2004, p. 07-11).

7 – Na mídia pelo Senhor - práticas legitimadas

Há grande ênfase quanto à singularidade da pregação midiática do padre Marcelo Rossi. Sua visão de comunicação é assim caracterizada por ele mesmo: "... simples, através da repetição. São coisas rápidas, para a sociedade de hoje. Flashes. Mas você vai na necessidade da pessoa, vai no coração da pessoa" (SÁ, *Folha de São Paulo*, 28/10/96, p. 1-1).

Destacam-se nesta fala a rapidez, a repetição e a dimensão emocional (coração) da pregação conforme o entender do padre. Rossi não comete nenhuma heresia no campo católico. Sua ação está legitimada pelo sentido apontado pelos documentos eclesiásticos relativos à mídia. Até a II Guerra Mundial, a posição do Vaticano em relação aos livros, aos espetáculos teatrais e à imprensa sempre foi de oposição e censura. Nos primeiros anos deste período, os documentos oficiais editados ainda mantêm uma postura desconfiada e reticente quanto à idoneidade dos meios de comunicação. Seu tom geral é marcado pela tentativa de ditar normas que evitem os perigos e os erros que esses meios veiculam (MONTERO, 1991).

É possível estabelecer dois momentos distintos em relação à posição da Igreja diante dos meios de comunicação, tomando como critério o conjunto de documentos publicados pelo Vaticano: estes seriam 1936 e 1963. A primeira data remonta à publicação da *Vigilante Cura*: *Carta Encíclica sobre o cinema*, do Papa Pio XI, editada em 26 de junho de 1936. Esta constitui a primeira carta que trata dos meios de comunicação no século XX. Nela Pio XI aponta "os perigos" e os "possíveis benefícios" que poderiam ser alcançados pelo uso "adequado" deste meio de comunicação. Em relação ao primeiro aspecto, o Papa destaca a exploração do "pecado" e do "vício", a subordinação ao incentivo das "más paixões" e à "cupidez do

lucro". Diante dessa postura de condenação, a carta recomenda que o cinema se torne "moral, moralizador, educador" e que seus progressos estejam subordinados à "glória de Deus" (PIO XI, 1936 in: DARIVA, 2003: 21-22).

Pio XI reconhece a influência e o fascínio que o cinema vem desempenhando no século XX, principalmente entre os jovens. Nisto, ele conclama os sacerdotes à vigilância, estabelecendo as seguintes proposições práticas: produção de filmes moralmente cristãos; elevação do cinema a fins educativos; abstenção dos fiéis de filmes que "ofendam a moral cristã"; criação de um secretariado especial de revisão e classificação de filmes (PIO XI, 1936 in: DARIVA, 2003: 28-30).

Como continuação da primeira carta, a encíclica *Miranda prorsus*: *Carta Encíclica sobre o cinema, rádio e televisão*, de PIO XII (1957), acrescenta observações sobre o rádio e a televisão. De certo modo, está evidente uma postura positiva com relação aos meios eletrônicos, seu potencial e as exigências pastorais que deles derivam. Assim como seu antecessor, Pio XII reconhece a importância dos meios de comunicação na contemporaneidade. Novamente ressalta a necessidade de vigilância diante desses meios, principalmente porque vinham sendo utilizados exclusivamente com fins lucrativos e de divertimento, "afastados de Deus" e sem atender à função educativa e cristã. Nessa perspectiva, anuncia a criação na Cúria Romana de uma comissão permanente com o encargo de estudar os problemas dos *mass media* referentes à fé e à moral (PIO XII, 1957 in: DARIVA, 2003: 34-44).

A encíclica estabelece algumas considerações específicas aos três meios de comunicação. Em relação ao cinema, reforça a necessidade de revisão dos filmes e elaboração de listas classificatórias. Quanto ao rádio, o enfoque recai sobre os ouvintes – que devem: aprimorar suas escolhas; ser informados pelos organismos católicos; estar proibidos de ouvir transmissões "prejudiciais à fé e à moral"; informar aos

programadores seus desejos e objeções; contribuir para que o rádio se ponha a serviço da "verdade, da moralidade, da justiça e do amor"; apoiar as transmissões religiosas) – e a programação religiosa (com destaque para a necessidade de preparação dos sacerdotes e leigos). No tocante à televisão, destaca-se que a missão televisiva não substitui a presença física do fiel na igreja – salvo casos de doença e idade – e convida o corpo eclesiástico a "dominar" a nova técnica. Ao final, aponta os deveres e responsabilidades dos sacerdotes: conhecer os problemas relativos aos meios de comunicação, saber servir-se deles com prudência e responsabilidade (PIO XII, 1957 in: DARIVA, 2003: 50-65).

Novas discussões deste gerenciamento dos meios de comunicação foram estabelecidas durante o Concílio Vaticano II (1962-1965). [43] Gradativamente a Igreja tomou uma posição favorável aos meios de comunicação, ressaltando a necessidade da sua utilização e de formas mais racionalizadas de uso. As poucos, assiste-se a um esboço de conciliação entre o papado e a imprensa, num momento em que a mídia católica floresceu por toda a Europa como arma de propaganda e defesa dos ideais cristãos. Com o advento da televisão durante o pós-guerra, a relação da Igreja com o mundo é repensada, principalmente quanto a sua relação com as culturas e a sua presença mundial. Isso seguiu com a criação de órgãos eclesiásticos destinados à comunicação, programas religiosos, filmes, aluguel de espaços e compra de emissoras,

[43] A partir da Constituição Pastoral *Gaudium et Spes*, editada pelo Concílio em 1965, são expostas as três assertivas que definiam a relação da Igreja com o mundo: 1 - o homem está no centro do fenômeno comunicativo e é definido por ele; 2 - a Igreja é a interlocutora privilegiada entre as culturas; 3 - a sociedade se transforma, pela comunicação, numa grande comunidade. A Igreja reconhecia a geografia heterogênea das culturas em que o mundo se transformou e o papel unificador dos meios de comunicação. Ao favorecerem tecnologicamente o diálogo universal, os meios de comunicação favoreciam, ao mesmo tempo, a expansão da ética cristã. Eles assumiriam uma função ético-moral: promover a fraternidade universal e o convívio harmonioso entre os homens (MONTERO, 1991: 131-135)

entre outras iniciativas, culminando na emergência do fenômeno que será aqui analisado: o padre Marcelo Rossi.

Essa mudança da posição se deu, sobretudo, com a publicação em 1963 do documento *Inter Mirifica: Decreto sobre os meios de comunicação social*, assinado pelo Papa Paulo VI durante o citado concílio. É a primeira vez que um concílio ecumênico discute sobre os meios de comunicação num documento oficial. Se nas cartas encíclicas anteriores o tom era de condenação, neste decreto há uma preocupação mais voltada para a prática, apesar de ainda estar presente a preocupação com o uso "adequado" destes meios.[44] Dentre as medidas propostas, destacam-se a criação do "Dia Mundial da Comunicação"[45] e os secretariados mundial e nacionais especializados nos *mass media*.

Num primeiro momento, assim como nos dois documentos anteriores, ressalta-se a importância dos meios de comunicação para a contemporaneidade, assim como o perigo do seu uso "contra o Criador" e na "degradação dos homens". Em seguida, Paulo VI destaca a necessidade do uso destes meios para a evangelização e orientação dos fiéis. São enfocadas algumas questões particulares, tais como: o direito à

---

[44] No dia 26 de março de 1968, Dia da Mundial da Comunicação Social, Paulo VI afirmava: "*Muitos homens tinham, até pouco tempo, como únicos argumentos para suas reflexões, as lembranças escolares, mais ou menos longínquas, alguma tradição da família, as reações do ambiente limitado que os rodeava. Hoje, ao contrário, os ecos da imprensa, do cinema, do rádio e da televisão abrem-lhes horizontes sempre novos e os colocam em sintonia com a vida do universo"* (PAULO VI, 1968. in: DARIVA: 293). A partir desta perspectiva, Paulo VI destaca que seria grave usar os meios de comunicação social para reforçar egoísmos pessoais e coletivos, para criar nos consumidores novos pseudo necessidades, para afogar a própria sede de prazeres, multiplicar as evasões superficiais e depoimentos. Ao final, pede aos católicos que façam "todo esforço para que os meios de comunicação social proclamem sobre os telhados a mensagem de Cristo salvador" (Idem, 295).

[45] Comemorado primeiramente em 1967, nele o papa reza e pede aos fiéis que contribuam financeiramente com as iniciativas da Igreja, além de expor mensagem sobre aspectos da comunicação social. De certa forma, em seus pronunciamentos, os papas Paulo VI e João Paulo II reforçaram ou complementaram as determinações contidas nas encíclicas, decretos, instruções e orientações eclesiásticas. Desde 1967 até 2004, estes foram os enfoques: papel dos meios de comunicação (1967, 1968, 1971, 1972); reconciliação (1975); direitos e deveres (1976); evangelização (1974, 1984, 1989, 1990, 1992, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002); publicidade (1977); opinião pública (1978, 1986); liberdade (1981); família (1979, 1980, 1991, 1994); idosos (1982); paz (1983, 2003); juventude (1985); justiça e paz (1987); fraternidade e solidariedade (1988); cultura e consciência (1993); cultura e valores (1973, 1995); mulher (1996). (DARIVA, 2003).

"informação honesta" e "conveniente" e de escolha dos ouvintes; os deveres da opinião pública (justiça e caridade), dos jovens (moderação e disciplina), dos pais e educadores (orientação), dos autores (responsabilidade) e da autoridade civil (liberdade de informação e controle sobre o "mau uso" dos meios de comunicação). O terceiro e último enfoque se dá sobre as atividades da Igreja. O decreto recomenda que se promova a "boa imprensa", filmes "honestos e de proveito artístico e cultural", "bons programas" de televisão e rádio. Há uma atenção especial com a formação do clero e dos leigos do ponto de vista doutrinário, moral e técnico com a multiplicação de escolas, institutos e faculdades de comunicação que recebam uma formação cristã. Enfim, Paulo VI insiste no dever de apoiar e promover meios de comunicação católicos, principalmente na disposição de grandes recursos técnicos e financeiros (PAULO VI, 1963 in: DARIVA, 2003: 71-77).

Apesar desses avanços, é com a edição, em 1971, do documento *Communio et Progressio: Instrução pastoral sobre os meios de comunicação social* que, de fato, a Igreja se rende à evidência da importância dos meios de comunicação na organização da vida moderna e no progresso da humanidade. Esta Instrução é resultado de uma disposição do Concílio Vaticano II e é considerada um dos documentos mais positivos da Igreja sobre os meios de comunicação, marcada por uma aproximação profissional e concreta. Defende-se uma comunicação competente, sincera e honesta, destacando também que seu mérito deva ser obtido com o tom e estilo com que se comunica, da linguagem e meios de persuasão que empregam, das circunstâncias e do público a que se dirige (Communio et Progressio, 1971 in: DARIVA, 2003: 83-89).

São perceptíveis três grandes enfoques. Há uma preocupação com a formação dos comunicadores católicos. Inicialmente destaca-se a necessidade de colaboração e diálogo com os que se dedicam à comunicação. Na perspectiva proposta, o clero e os

leigos católicos devem, com informação e preparo, escrever na imprensa e participar de programas radiofônicos e televisivos. Para que isso seja possível, é necessário que a problemática comunicacional esteja presente nas diversas disciplinas teológicas, na moral pastoral e catequética; que educadores, sacerdotes e associações católicas incentivem os jovens com inclinação à comunicação; que as universidade e institutos católicos criem e desenvolvam cursos de comunicação social; que durante sua formação sacerdotes e religiosos conheçam a incidência dos meios de comunicação na sociedade, as técnicas e o uso, para que não cheguem "desprevenidos" do ministério apostólico que lhe será entregue:

> *... é necessário sacerdotes, religiosos e religiosas conheçam de que modo se gerem opiniões e mentalidades na sociedade atual, e assim se adaptem às condições do mundo em que vivem, uma vez que é aos homens de hoje que a Palavra de Deus deve ser anunciada, e que precisamente os meios de comunicação podem prestar valiosos auxílios. Os que revelam qualidade e gosto especial, recebam uma formação mais acurada neste campo"* (Apud. DARIVA, 2003: 116-117).

O segundo enfoque se dá sobre o diálogo da Igreja com o mundo. Seguindo a tendência de abertura à modernidade do Concílio Vaticano II, *Communio et progressio* propõe a adaptação da Igreja às circunstâncias particulares de tempo e lugar, possibilitando aos católicos uma "investigação livre". Nesta perspectiva, a Igreja deve saber "ler os sinais dos tempos", como reagem os contemporâneos aos acontecimentos e correntes do pensamento atual. Nesse sentido, consideram-se os meios de comunicação fundamentais aos responsáveis pela Igreja. Através deles é possível o anúncio de uma "imagem autêntica na vida da Igreja". Aqui, os meios de comunicação prestam um tríplice serviço: possibilitam a sua manifestação ao mundo, promovem, no seio da Igreja, o diálogo e põem-se na corrente da mentalidade dos homens de hoje, aos quais o Evangelho deve ser anunciado numa "linguagem compreensível" ao

mundo. É necessário, de acordo, com a Instrução, usar, quando possível, os meios de comunicação para apresentar a mensagem cristã de modo mais "interessante e eficaz", encarnando-a no estilo de cada um desses meios (*Communio et Progressio*, 1971 in: DARIVA, 2003: 118-122).

No último enfoque, é elaborada uma espécie de "cruzada" em relação ao uso dos meios de comunicação por parte da Igreja. Reforça-se a necessidade de homens especializados técnica e administrativamente, de planejamento dos conselhos pastorais de comunicação. Conclamam-se os católicos a colaboram para que a Igreja adquira recursos técnicos, que as autoridades eclesiásticas fomentem os apostolados encarregados dos *mass media*, zelem e apóiem o *Dia Mundial da Comunicação Social*. Destaca a instrução que, na medida do possível, funde-se um centro diocesano ou interdiocesano de comunicação, assim como secretariados nacionais, que devem promover, estimular e coordenar todas as atividades dos católicos no campo das comunicações. Enfim, que cada bispo individualmente, além de conferências episcopais e a própria Santa Sé tenham porta-vozes permanentes e oficiais. Como está presente ao final do documento: "esta Instrução pastoral foi elaborada com a consciência da urgência de necessidades que não permitem demoras" (Communio et Progressio, 1971 in: DARIVA, 2003: 135).[46]

Especificamente em relação à formação dos sacerdotes nos meios de comunicação social, a *Congregação para a Educação Católica* publicou diversas

[46] Em 1975, Paulo VI pede uma "pregação viva": "Nós sabemos que o homem moderno, saturado de discursos, demonstra-se, muitas vezes, cansado de ouvir e, pior ainda, como que imunizado contra a palavra. Conhecemos também as opiniões de numerosos psicólogos e sociólogos, que afirmam ter o homem moderno ultrapassado já a civilização da palavra, que se tornou praticamente ineficaz e inútil; e está vivendo, hoje em dia, na civilização da imagem. Estes fatos deveriam levar-nos, como é óbvio, a pôr em prática, na transmissão da mensagem evangélicas, os meios modernos criados por esta civilização. Já foram feitos, de resto, esforços muito válidos neste sentido. Nós não temos senão que louvar as iniciativas tomadas e encorajá-las para que se desenvolvam ainda mais. O cansaço que hoje provocam tantos discursos ocos e a atualidade de muitas outras formas de comunicação que devem, no entanto, diminuir a permanente validade da palavra" (PAULO VI, 1975 in: DARIVA, 2003: 453).

orientações destinadas às Conferências Episcopais, aos bispos diocesanos, superiores e professores dos seminários. A Igreja considera ainda hoje que um dos grandes empecilhos ao seu avanço nos *mass media* se constitui na falta de pessoas preparadas para implantá-los e desenvolvê-los, além das dificuldades técnicas e econômicas. Ciente disso, a dita Congregação propôs uma série de medidas que visam formar um clero que saiba usar adequadamente os meios de comunicação. Juntamente com a formação teológica, os clérigos devem saber usar termos corretos, considerar a evolução tecnológica, não se fechar à comunicação, ser instruído em teoria e prática no uso dos instrumentos comunicacionais, não seja superficial e improvisado. O treinamento deve incluir a arte de falar, modalidades de expressão e comunicação próprios de cada meio de comunicação e receptores, dicção e postura diante das câmeras e microfones, expressões teatrais:

> *"Seguem depois os discos, os audiovisuais e videocassetes, os dispositivos, os vários grupos media, multimídia e minimídia, os audiovisuais em geral, que pelo seu custo baixo e facilidade de uso podem oferecer vantagens particulares didáticas e pastorais, especialmente na catequese e na animação de grupos" (Apud. DARIVA, 2003: 156).*

Em 1992 é editada uma nova instrução pastoral que buscava aplicar os documentos conciliares e pós-conciliares às "novas realidades emergentes". Trata-se da *Aetatis Novae: Instrução pastoral sobre as comunicações sociais no XX aniversário da Communio et progressio.* Buscava-se a elaboração de projetos concretos e realizáveis, em que a Igreja desenvolvesse, sustentasse e favorecesse seus próprios instrumentos e programas de comunicação. Este deveria se constituir esforço prioritário, levando em consideração as situações específicas de cada nação, região e diocese. Por outro lado, a Instrução reconhecia também que, apesar dos esforços, os

mass media continuavam sendo negligenciados pela Igreja (*Aetatis Novae*, 1992 in: DARIVA, 2003: 184-201).

Pelo que se observa, ainda no início da década de 1990, após vinte anos da elaboração e publicação de *Communio et progressio*, algumas propostas são retomadas e dificuldades apontadas. Dentre estas destacam-se: plano pastoral de comunicação específico para cada região; métodos pensados em conjunto, avaliação nos ambientes dos *mass media* existentes, melhor estruturação dos meios eclesiásticos de comunicação, busca de recursos e financiamentos, colaboração entre as diocese e conferências episcopais, produção de publicações e programas radiofônicos, televisivos e de vídeo de "qualidade excelente", pesquisa e análise sobre o papel dos meios de comunicação na Igreja e na sociedade (*Aetatis Novae*, 1992 in: DARIVA, 2003: 184-201).

A partir desses documentos, cada vez mais se evidencia uma postura compreensiva da Igreja em relação aos meios de comunicação social. Porém, esse reconhecimento vem acompanhado da súbita consciência de um novo dilema: na medida em que os sistemas de comunicação vão demonstrando ser mais eficientes na formação das idéias e comportamentos do homem urbano de que as formas educativas tradicionais, tais como escola, família, livros, coloca-se para a Igreja o problema de como consolidar sua própria visão de mundo sem deter a hegemonia ou o controle desses novos meios tecnológicos. Aos poucos, a Igreja se dava conta de que era preciso reorganizar, em nível mundial, sua prática evangelizadora, pois a natureza do mundo moderno está em grande parte definida pelos avanços tecnológicos do setor das comunicações (MONTERO, 1991).

São perceptíveis quatro grandes dimensões em que as transformações do mundo contemporâneo tiveram conseqüências para o modo de atuar da Igreja. Em primeiro

lugar, a mudança nos destinatários da mensagem - a Igreja redefine seu público. Evangelizar multidões torna-se o novo desafio a enfrentar. Para se chegar a elas e penetrar suas consciências, a Igreja deve trocar o público pela mídia. O pregador não se dirige mais a um paroquiano com quem mantém relações de sociabilidade e cuja biografia mais ou menos acompanha. O mundo moderno impõe à Igreja que ela "pregue por cima dos telhados", segundo expressão consagrada de Paulo VI. Cada vez mais torna-se necessário, seja para conservar o número de fiéis, seja para alcançar aqueles que não crêem, dominar os meios técnicos de produção de mensagens. Não basta mais ser pastor para levar a "boa nova" aos homens, é preciso ainda ser profissional (MONTERO, 1991).

> *"No mundo hodierno, os telhados são quase sempre caracterizados por uma floresta de transmissores e de autores que enviam e recebem mensagens de todos os tipos, para e dos quatro cantos da terra. É vitalmente importante assegurar que, entre essas inúmeras mensagens, a Palavra de Deus seja escutada. Proclamar hoje a fé sobre os telhados significa anunciar a Palavra de Jesus no e através do mundo dinâmico das comunicações"* (PAULO II, 2001 in: DARIVA, 2003: 430).

A segunda mudança diz respeito à transformação no posicionamento ideológico da instituição diante dos meios: a Igreja aceita a opinião pública. A partir do Concílio Vaticano II se chega à plena aceitação do estatuto da "opinião pública". Isto significava aceitar que as idéias, os valores e as escolhas são, em última instância, uma decisão individual que resulta do confronto entre as mais variadas "versões" dos fenômenos. Ao aceitar esta noção e sua implicações, a Igreja traz para o interior de si mesma a aceitação do pluralismo diante da autoridade. Por outro lado, na medida em que a Igreja toma partido nos problemas do mundo, seus posicionamentos oficiais e o próprio debate teórico interno passam a interessar setores que nada têm a ver com a hierarquia institucional. Aos poucos, os assuntos religiosos passam a ser redigidos por

profissionais, jornais abrem mais suas colunas para comentadores sobre teologia, a informação religiosa começa aos poucos a emancipar-se da autoridade eclesial.

Esta preocupação está evidente numa mensagem de Paulo VI em 23 de abril de 1978 para o *Dia Mundial da Comunicação Social*, intitulada *O receptor da comunicação social: expectativas, direitos e deveres*. O papa destaca a influência dos meios de comunicação sobre a opinião pública, orientando seus valores e condicionando suas escolhas. Isto ocorre pela difusão, técnicas e tempos prolongados. Diante disso, a Igreja tem que acompanhar o progresso dos meios de comunicação e chama a atenção aos participantes destes às suas "responsabilidades". Apresenta então três expectativas dos receptores: o diálogo, a verdade, a distração e o repouso. Para satisfazer tais aspirações, requer-se a colaboração responsável do próprio receptor, que deve assumir uma posição ativa no processo formativo da comunicação. Destaca que são os ouvintes que devem aprender a linguagem dos meios de comunicação, para estarem em condições de poder dialogar eficazmente. A primeira educação deve acontecer no seio das famílias: compreender, escolher e julgar os meios de comunicação deve entrar no quadro da formação para a vida. Esta formação deve continuar na Escola. Enfim, as comunidades crentes locais devem ajudar os próprios componentes na escolha, na compreensão e no juízo (PAULO VI, 1978 in: DARIVA, 2003: 330-333).

Em terceiro lugar, há uma maior presença da Igreja nos meios de comunicação. Ela vira notícia, mobiliza em larga escala técnicas de propaganda e difusão (rádio, televisão, as imprensas católica e leiga, órgãos de tradução), tudo empenhado para dar publicidade ao Concílio Vaticano II. A maneira como a instituição religiosa aparece diante da opinião pública, o modo como as dimensões internas são noticiadas e seus posicionamentos doutrinários anunciados, tornam-se objeto de sua preocupação.

Communio et Progressio já chama a atenção para a necessidade de controlar, através de instrumentos próprios, as versões da imagem institucional que os meios leigos veiculam. Apesar dos perigos que essa autonomia da informação religiosa e essa manipulação da imagem da Igreja pela mídia encerram, o papado foi tornando-se cada vez mais sensível às potencialidades desse estudo, para reavivar sua presença no mundo numa escala antes sequer imaginada. João Paulo II, um dos mais hábeis utilizadores dos recursos da mídia, parece ter incorporado definitivamente a televisão em sua missão evangelizadora. Suas viagens e a cobertura pela imprensa são utilizadas como um novo método pessoal de evangelização que tem contribuído para mudar o modo como o mundo - especialmente não-católico - vê o Papa. Dito de outro modo, cada viagem lhe assegura uma visibilidade nunca antes alcançada: o papado torna-se espetáculo. Em 1970 Paulo VI destaca a importância atribuída aos meios de comunicação:

> *"Hoje – e é preciso lembrar, ainda, enquanto o fenômeno cada dia assume proporções mais vastas – a imprensa, o rádio, o cinema, a televisão tendem sempre mais a absorver, a fazer seu, até a sua própria substituição, tudo o que os relacionamentos familiares, escolares, paroquiais, tudo o que os ensinamentos dos mestres e dos educadores, numa palavra, tudo o que os meios de cultura tradicionais permitiam às gerações passadas transmitidos como herança aos seus descendentes. Hoje, surgem novas fontes do saber e novas fontes de cultura, com uma vigorosa capacidade própria de influenciar tanto a sensibilidade quanto a inteligência, deixando para trás de si um longo eco feito de imagens e de idéias geradas pelas luzes e pelos sons"* (PAULO VI, 1970 in: DARIVA, 2003: 299-300).

No ano de 1974, o papa acentua importância dos meios de comunicação social na estrutura da sociedade moderna, assim como reafirma a convicção de que todos os homens contribuam neste campo. Essa contribuição pode ser feita de diversas formas: intervenção direta na programação e na produção, escolha e aceitação das mensagens. Enfocando o dever da Igreja de Evangelização, Paulo VI reafirma que esta deve

assumir “a face de cada período da história”. Nesse sentido, atualmente isso deve ser cumprido também pelos meios de comunicação social. A Evangelização deve ser cumprida na vida litúrgica, mas a Igreja deve se esforçar para cumpri-la também por todos os caminhos e por todos os meios dos quais pode usufruir em sua permanência entre os homens de cada continente. Constata-se a busca por uma renovação dos métodos de apostolado, aplicando os novos meios audiovisuais e os da imprensa para a catequese. Deve-se considerar o recurso aos meios de comunicação para atingir os países, os ambientes, as pessoas às quais o apostolado da palavra não pode chegar diretamente (PAULO VI, 1974 in: DARIVA, 2003: 314-316).

Por fim, há uma adequação da instituição com a cultura de massa: a Igreja adapta sua mensagem ao mercado. Na medida em que se estruturam os mercados de consumo na sociedades em desenvolvimento, os meios eletrônicos vão adquirindo singular importância na formação político-ideológica das massas em processo de incorporação a esse mercado. No momento em que a Igreja começa a falar para um público tornado massa, ela precisa adequar seu modo de falar às expectativas desse conjunto que é heterogêneo quanto à composição, mas homogêneo quanto ao comportamento: ele age como comprador individual que faz sua "escolha" no mercado (MONTERO, 1991: 135-145).

Estas discussões também chegaram ao clero brasileiro. Segundo o historiador Ralph Della Cava, as relações deste com os meios de comunicação podem ser divididas em três fases. Durante os dez anos (1952-1962), o Secretariado de Ação Social coordenou o serviço de comunicação da CNBB, garantindo a publicação do boletim *Comunicado Mensal*. Cientes de que o cinema, o rádio e a imprensa constituíam-se em três arenas na formação da opinião pública e no desenvolvimento do debate cultural, os católicos se organizaram com um órgão nacional em cada uma dessas áreas: a *Rede*

Nacional de Emissoras Católicas (RENEC) em 1959; da *Central Católica de Cinema* (CCC), da *União Nacional Católica de Imprensa* (UNCI), ambas em 1961. Estes órgãos procuraram promover uma 'presença católica e formar os seus próprios quadros na arte e na tecnologia de cada meio de comunicação. Em 1962 foi criada a Comissão Episcopal de Opinião Pública, recebendo em 1963 como órgão executivo o *Secretariado Nacional de Opinião Pública* (SNOP). O SNOP realizou os cinco primeiros encontros nacionais de comunicação (1963, 1966, 1968, 1969 e 1970). Ainda em 1969, esse órgão organizou curso de "produção e direção de TV" na USP, qualificando trinta comunicadores, dos quais surgiu o "Grupo dos Fanáticos" (CNBB, 1994b: 17).

Duas circunstâncias mais imediatas explicam melhor o reconhecimento oficial do SNOP: o Concílio Vaticano II e a centralização da CNBB, que então se iniciava. Para tornar públicas as atividades da Igreja, ainda era preciso uma organização maior. Desde o início, sua ação teve por alvos três universos: os profissionais dos meios de comunicação "neutros" ou leigos, em sua maioria membros da grande imprensa; católicos praticantes empregados nos meios de comunicação laicos; e, enfim, católicos, em sua maioria clérigos e freiras, responsáveis por meios de comunicação de massa especificamente mantidos pela Igreja ou de propriedade desta. Na administração do Frei Romeu Dale (meados de 1966 a fevereiro de 1971) no SNOP foi pressentida a importância da televisão, sua possibilidade de "cobrir" rapidamente o país, o potencial que representava para uma programação em escala mundial. Dale chamou a atenção para o eixo Rio-São Paulo na indústria da cultura e não só saudou com entusiasmo o advento da TV educativa no Brasil nos últimos anos da década de sessenta, como

também com ela se envolveu pessoalmente em nome do SNOP (DELLA CAVA, 1991: 24-28).[47]

Na década de 1970, a política da Igreja com relação aos meios de comunicação de massa está relacionada a duas importantes mudanças estruturais do período: o advento de uma ordem capitalista moderna no que se refere à sociedade brasileira; a consolidação de uma Igreja Católica verdadeiramente nacional. Em 1971 reformas estatutárias na CNBB transformaram o SNOP em *Setor de Comunicação Social*, ligado à *Linha 6* da *Comissão Episcopal de Pastoral*. Foi criada a *Assessoria de Imprensa*, instalada a *Sala de Imprensa* e assumida a *Campanha da Fraternidade* como um projeto anual de pastoral de conjunto (CNBB, 1994b: 17-19).[48]

Diversos encontros foram realizados para avaliar, projetar e animar as ações da Igreja nos meios de comunicação. Além dos encontros realizados pelo SNOP, o Setor de Comunicação passou a organizar novas reuniões. A primeira foi em Apucarana, São Paulo, em julho de 1972. Estudou a linguagem da liturgia e da Comunicação Social, definindo diretrizes litúrgicas e técnicas para a missa no rádio e na televisão, além de

[47] É importante também mencionar a *II Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano* ocorrida em Medellín (Colômbia) em 1968. Esta conferência preocupou-se com a promoção humana, em relação com as exigências da justiça e da paz, da família e demografia, da educação e da juventude, e com a "sábia" utilização dos meios de comunicação social. Interessou-se pela revisão evangélica da Igreja visível e de suas estruturas, pelos movimentos apostólicos de leigos, atividades dos religiosos e religiosas, com a formação do clero, o testemunho da pobreza evangélica, a coordenação pastoral em seus diversos níveis. No documento oficial desta conferência, se definiram os meios de comunicação como instrumentos de sensibilização, sustento e guia para uma participação ativa; agentes de transformação, integração e desenvolvimento da dignidade humana e o crescimento da fé; instrumentos de auto-apresentação da Igreja. Diversas diretrizes são retomadas dos resultados obtidos no Concílio Vaticano II relativos à comunicação social, dentre eles: a constituição de uma pastoral da juventude, a necessidade de inserção da Igreja neste campo e a formação comunicacional de sacerdotes e leigos *(II Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano*. Medellín, Colômbia, 1968. In: DARIVA, 2003: .487-496).

[48] Programa que se repete a cada ano no período da Quaresma, como um apelo em prol de fundos para a Igreja e do revigoramento do amor ao próximo entre os católicos da nação, ele significou uma "blitz" das comunicações de massa, capaz de ser orquestrada somente numa sociedade que possuía uma sofisticada tecnologia de comunicação e de marketing (DELLA CAVA, 1991: 28-32).

levantar problemas, como a presença e a participação na assembléia eletrônica.[49] O segundo encontro aconteceu na mesma cidade, em julho de 1974, com o objetivo de aprofundar as conclusões do primeiro e debater a música, expressão corporal e ano litúrgico na celebração de rádio e TV.[50] O terceiro foi em Viamão, Rio Grande do Sul, em julho de 1976, para colocar a Liturgia do rádio e televisão dentro da pastoral orgânica da Igreja no Brasil e América Latina (CNBB, 1994b: 23-24).[51]

É perceptível uma progressiva incorporação da tecnologia das comunicações às tarefas específicas da evangelização. Surge um grupo de "tecnocratas" das comunicações, composto especificamente de padres e religiosos, e que constituiu o principal "lobby das comunicações" no interior da CNBB. Porém, apesar desses avanços, duas questões marcam o período e, de certa forma, permaneceram abertas. A primeira refere-se ao debate ocorrido quanto à política de investimento da Igreja nos

---

[49] O tema central do encontro foi *A Liturgia de Rádio e Televisão*. Na *Teologia Pastoral* ficou definido que a Liturgia de Rádio e TV deve ter como objetivo primeiro a formação da Igreja, atingindo os vários níveis de participação, respondendo ao plano de pastoral orgânica das dioceses. Para isso, o documento final ressalta que deve se usar "bem" a conjugação da imagem e som ao transmitir a mensagem. A Liturgia deve ser adaptada tanto no meio ambiente a que se dirige, levando-se em conta a religiosidade popular, quanto ao meio que se transmite. Deveriam ser exploradas as possibilidades que os documentos conciliares permitem. É importante que se abra para outros tipos de celebração de Rádio e TV que não seja a missa. Os rituais precisam ser adaptados ao homem de hoje, sujeito a tantas mudanças estruturais. Deve se insistir na Instrução Pastoral *Communio et Progressio* quanto à formação adequada dos seminaristas, religiosos e religiosas sobre os meios de comunicação social e sua utilização – há por parte pouco preparo e capacidade para usá-los, principalmente em relação à sintonia com a vida do povo, às técnicas e às expressões corporais. Deve se dar certa abertura e margem a criatividade. Além desses aspectos, observa-se neste encontro preocupação com a normatização técnica dos programas, quando são sugeridos: relacionamento de amizade e de serviço entre Igreja e veículos de comunicação; coordenação sob responsabilidade da diocese; aprimoramento nas equipes de produção e apresentação; constante renovação e melhoramento dos programas religiosos; que os membros da Igreja envolvidos sejam "homem de TV" (CNBB, 1994c: 09-37).

[50] O tema deste encontro foi *Liturgia de Rádio e Televisão e Celebração do Ano Litúrgico*. O evento iniciou seus trabalhos com a revisão das conclusões do Encontro anterior, que foram assumidas pelos participantes. Em seguida ocorreu um simpósio sobre "Liturgia de Rádio e Televisão", abordando os aspectos sociológico, teológico, litúrgico, técnico, pastoral. Foram examinados *tapes* de missa de rádio e TV em relação a estes cinco aspectos (CNBB, 1994c: 38-60).

[51] O tema do terceiro encontro foi *Liturgia de Rádio e Televisão e Pastoral Orgânica*. Para que isso fosse efetivado algumas propostas: 1) necessidade de uma Pastoral de Conjunto; 2) que haja setores diocesanos e regionais de comunicação; 3) formação litúrgica, pastoral, teológica, técnica e na linguagem do próprio veículo; 4) que haja reuniões periódicas do Setor de Comunicação; 5) que a celebração litúrgica de rádio e televisão levem em conta o culto e o pensamento da Igreja local, anime as comunidades, seja suporte da pastoral da saúde, se expresse dentro da linguagem do receptor e canal; 6) incentivar o retorno dos fiéis, através de pesquisa de opinião pública; 7) exige-se formação de comunicadores; 8) mais qualidade aos programas religiosos (CNBB, 1994c: 59-72).

meios de comunicação. O clero cada vez mais estava ciente do poderoso papel que as comunicações de massa exerciam como agente de formação na sociedade brasileira. Reiniciam-se, então, tensões entre as dificuldades para alocação de recursos. A questão central se resumiria da seguinte forma: a Igreja deveria ou não construir sua própria rede de comunicações, competitiva e comercialmente viável, incluindo serviço radiofônico nacional, instalações e equipamentos para a transmissão e produção? Alguns religiosos consideram que a Igreja precisa urgentemente adquirir, custe o que custar, as modernas comunicações, pois ela se encontra "atrasada". Há ainda aqueles que insistem no compromisso essencial que a Igreja tem com os pobres, afirmando que qualquer investimento que tente reproduzir a escala, a tecnologia e a lógica dos meios comerciais de comunicação de massa representa um sério desvio em relação `a "verdadeira missão da Igreja" (DELLA CAVA, 1991: 38).

A segunda dificuldade refere-se aos conflitos litúrgicos quanto à participação sacramental dos fiéis nos eventos midiáticos. Aqui levantam-se dois dilemas: qual a validade sacramental das liturgias transmitidas a distância, uma vez que toda celebração litúrgica tem como premissa a presença e a participação dos fiéis? As transmissões ao vivo da missa pelo rádio e pela televisão poderiam transformar os espectadores e ouvintes numa assembléia litúrgica lícita? As celebrações gravadas com antecedência ou sob a forma de cassete seriam sacramentais? O outro dilema gira em torno da distinção entre o enfoque católico e o enfoque dos pregadores pentecostais. Os católicos buscam reforçar a linha divisória a partir da alegação de que os ministros da "igreja eletrônica" transformam a fé "em uma mercadoria" e colocam-na à disposição dos fiéis em troca de doações solicitadas à audiência. (DELLA CAVA, 1991: 39).

Apesar dessas divergências, nas diretrizes gerais da ação pastoral da Igreja no Brasil entre 1975 e 2006, os meios de comunicação constituem-se numa das preocupações mais presentes. No quatriênio 1975-1978, poucos anos após a publicação da instrução *Communio et Progressio*, os bispos brasileiros entendiam que os meios de comunicação exerciam influência na população e podiam ter grande utilidade evangelizadora. Eles estavam cientes da grande difusão e penetração em vários ambientes dos diversos meios de comunicação. Seguindo as diretrizes apontadas pelos documentos do Vaticano, a Igreja Católica no Brasil ressalta a necessidade de os evangelizadores aprenderem a expressão e a linguagem desses meios. Para que isso seja possível, a *Linha 6* da CNBB propõe as seguintes atividades: assumir os MCS como instrumento a serviço de toda a pastoral da Igreja; promover, estudos e cursos, encontros, seminários sobre importância e uso adequados dos meios de comunicação; estimular a organização e aperfeiçoamento dos Setores Regionais e Diocesanos desses meios; estudar, com as escolas católicas de comunicação, a formação cristã dos comunicadores; estabelecer pastoral permanente com os profissionais de comunicação; estimular a colaboração dos profissionais católicos de rádio e televisão; estabelecer ação pastoral junto aos profissionais de cinema e teatro (CNBB. Diretrizes Gerais da Ação Pastoral da Igreja no Brasil – 1975/1978 in: DARIVA, 2003: 518).

Para assessorar a CNBB no campo das Comunicações, o Setor de Comunicação criou a *Equipe de Reflexão* (ER), com especialistas das diversas áreas. Esta começou a funcionar em São Paulo, na escola da revista Família Cristã, em encontro de 25 a 29 de novembro de 1979, com a participação de religiosos e doze especialistas. A ER se tornou importante instrumento de coordenação dos diversos organismos de comunicação da Igreja e lugar privilegiado de orientação para a política de comunicação (CNBB, 1994b: 20).

Tal iniciativa surgiu através do padre Arnaldo Beltrami e do "Grupo dos Fanáticos" - denominação dada a um grupo de religiosos defensores dos investimentos da Igreja na mídia -, após a eleição de Dom Eduardo Koiak para a *Linha 6*. Com a ER primeiramente evidencia-se a centralização da especialização nos meios de comunicação de massa num único comitê, cujas tarefas específicas eram distribuídas individualmente entre os membros, que se tornaram reconhecidos como autoridades na questão particular, mantinham uma continuidade de pensamento, de ação e mesmo de pessoal. Ocorreu a conquista gradual da supremacia no campo das comunicações católicas pela ER. Seus membros incluíam praticamente as três forças características do setor das comunicações presentes na sociedade brasileira nos últimos anos: os intelectuais, os empresários e os articuladores de redes internacionais.[52] Por fim, esta equipe consolidou a política de comunicação da Igreja sob os auspícios da CNBB. A partir do final da década de oitenta foi que a CNBB reforçou seu diálogo direto com a vasta rede de comunicações da Igreja que se encontrava além de sua própria jurisdição.

No quatriênio 1979 a 1982, a CNBB estabelece como meta conscientizar a população brasileira sobre o fenômeno da comunicação interpessoal e intergrupal, preparar os agentes para a "utilização eficaz" dos meios de comunicação "pequenos e grandes", educar o público, elaborar linguagem e técnicas apropriadas, formar sentidos

[52] "Os primeiros compreendem os que ensinam e estudam os meios de comunicação de massa e as comunicações em geral, trabalhando freqüentemente como assessores de movimentos políticos e populares, e às vezes como consultores para empreendimentos comerciais. Os empresários incluem os membros da equipe cuja ocupação ou cujas principais atividades profissionais se encontram fora da universidade mas diretamente inseridas na rotina diária de algum serviço de comunicações. São: editores, redatores ou gerente de serviços editoriais; artistas, técnicos e administradores engajados na produção cinematográfica, de vídeos e audiovisuais; jornalistas, assessores de imprensa, radialistas e diretores de emissoras de rádio. À exceção apenas da televisão, sem dúvida uma lacuna terrivelmente significativa no caso do Brasil, os membros da ER em conjunto literalmente abarcaram com sua experiência pessoal todas as mais importantes facetas das comunicações modernas e dos modernos meios de massa, tanto religiosos quanto seculares. (p. 58-59) Finalmente, há os articuladores de rede. Embora desajeitada, a expressão descreve corretamente aqueles membros da ER que, independentemente de sua condição de intelectuais ou empresários, estão envolvidos de forma significativa na articulação de pessoas e questões relacionadas com as comunicações em escala internacional". (DELLA CAVA, 1991: 59)

nos jovens diante destes meios, ser a voz dos pobres e desamparados, realizar pastoral nos e dos meios de comunicação (CNBB. Diretrizes Gerais da Ação Pastoral da Igreja no Brasil – 1979/1982 in: DARIVA, 2003: 519-520).[53] Neste intervalo, especificamente em julho de 1981, ocorreu o quarto encontro organizado pelo *Setor de Comunicação* em Belo Horizonte, com o intuito de colocar a comunhão, participação e a *opção pelos pobres* na Liturgia de rádio e televisão.

O *Plano bienal de organismos*, proposto pela CNBB para os anos de 1983 e 1984 aponta três preocupações centrais: expressar-se com a linguagem de cada veículo de comunicação, da área e do receptor, evangelizar os profissionais e formar um senso crítico na população diante das mensagens ideológicas, culturais e publicitárias. Para que estes objetivos fossem alcançados, foram indicadas algumas atividades permanentes: integrar os setores regionais de comunicação, retornar a divulgar a instrução *Communio et Progressio*, promover e assessorar a formação de comunicadores, incentivar o lançamento dos documentos da CNBB nos meios de comunicação, corresponder-se com os institutos de comunicação, incentivar a divulgação nos *mass media* sobre a atuação pastoral da Igreja, estimular em linguagem popular os documentos da Igreja, produzir críticas sobre novelas e filmes, promover a pesquisa e o desenvolvimento da comunicação alternativa, participar de encontros sobre os meios de comunicação. Os bispos reconhecem que não estão utilizando eficazmente os espaços concedidos nos meios de comunicação. Isso relacionava-se à

[53] As diretrizes tomadas pela CNBB para este período estão relacionadas com os resultados obtidos com a *III Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano "Evangelização no presente e no futuro da América Latina"*, realizada em 1979 em Puebla (México). Seu documento oficial denuncia a pesada influência dos meios de comunicação sobre os traços culturais, a manipulação das informações por parte dos diversos poderes e grupos ligados aos meios de comunicação. Reconhece também a ausência de uma preocupação na Igreja da América Latina de capacitar a opinião pública para assumir uma atitude crítica ante o bombardeio dos *mass media* e para opor-se ao impacto de suas mensagens alienantes, ideológicas, culturais e publicitárias (*III Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano "Evangelização no presente e no futuro da América Latina",* Puebla, México, 1979. In: DARIVA, 2003: 497-511). Isto pode ser confirmado com o tema do encontro realizado em Belo Horizonte em 1981: *A Assembléia Litúrgica de Rádio e Televisão à Luz de Puebla* (Ver: CNBB, 1994c: 73-90).

não-formação dos presbíteros na área de comunicação e o não-aprimoramento dos programas católicos, especialmente a missa no rádio e na televisão (CNBB. Plano bienal de organismos – 1983/1984, in: DARIVA, 2003: 522-526).

Em julho de 1985, aconteceu o quinto encontro organizado pelo *Setor de Comunicação*, tendo como objetivo a busca de uma celebração litúrgica numa assembléia eletrônica. Isto levou a CNBB à preocupação com o aprimoramento do uso dos meios de comunicação por parte da Igreja, o que ainda persiste nas diretrizes propostas para o quatriênio 1987-1990. Os bispos brasileiros estavam cientes de que os meios de comunicação não tinham desenvolvido sua missão de "informar corretamente". Isso ocorria devido a dois fatores: sua atuação e presença nos *mass media* e a utilização dos agentes pastorais nos meios de comunicação da própria Igreja. Diante dessa situação, a CNBB constitui uma comissão para contato com os responsáveis pelos grandes meios, propõe a realização de cursos para produtores e maiores empenhos das instituições eclesiais na realização de atividades de formação de comunicadores (apud. DARIVA, 2003: 530-536).

Entre 1991 e 1994, o enfoque central da CNBB se dá no pluralismo cultural. A crítica foca a "indústria cultural", que, segundo os bispos, se serve principalmente dos meios de comunicação para conflitar com a culturas popular e erudita. Diante dessa situação, a Igreja toma como diretriz para os primeiros anos da década de 1990 a busca de uma atitude mais ativa, que contribuísse para que a opinião pública formasse sua consciência crítica. Para isso, oferecia-se uma comunicação alternativa. A concorrência com a "indústria cultural" levou a Igreja novamente à reflexão de que se fazia necessário o aprimoramento dos seus próprios meios de comunicação, que preparasse seu pessoal para "torná-lo mais apto a comunicar melhor" (CNBB. Diretrizes Gerais da Ação Pastoral da Igreja no Brasil – 1991/1994, in: DARIVA,

2003: 539-540). Nesse intervalo, precisamente em julho de 1993, realizou-se o sexto encontro organizado pelo Setor de Comunicação, quando o enfoque principal foi "Missa de televisão", dando continuidade à problemática dessa celebração litúrgica.

As diretrizes relativas a 1995-1998 retomam a visão crítica do período anterior. Faz-se uma associação entre televisão, individualismo, secularismo, consumismo e falta de democracia. Diante desse quadro, a presença da Igreja nos meios de comunicação é considerada mais uma vez ineficaz e sem coordenação. Destaca-se a necessidade de "criatividade" e cooperação entre as dioceses, paróquias e congregações religiosas (CNBB. Diretrizes Gerais da Ação Evangelizadora da Igreja no Brasil – 1995/1998 in: DARIVA, 2003: 547-549).

O tema central da 35ª Assembléia Geral da CNBB, realizada de 09 a 18 de abril de 1997, Idaiatuba-SP, foi *A Igreja e a comunicação rumo ao novo milênio*. Os bispos reunidos neste evento propuseram rever os modelos e práticas da comunicação social da Igreja no Brasil. Diversas estratégias já apontadas nos documentos anteriores foram indicadas, como, por exemplo, a formação de comunidades e comunicadores cristãos. Além dessa, o texto final propõe rever as formas e posturas de comunicação, promover o diálogo com a cultura local, cuidar da imagem pública da Igreja, incentivar a comunicação na catequese e nas celebrações, formar comunicadores e definir políticas de investimento (CNBB. Igreja e comunicação rumo ao novo milênio – 1997 in: DARIVA, 2003: 552-553).

Entre as propostas feitas nesta assembléia, especificamente algumas merecem destaque, pois apontam tendência de abertura e novamente preocupação com a eficácia das estratégias. Primeiramente, orientavam-se os responsáveis pela comunicação católica a que fizessem um levantamento das formas de comunicação existentes nas dioceses e paróquias. Em segundo, dessem atenção à cultura brasileira e seus agentes

de criação, veiculação e consumo de bens simbólicos. Em terceiro, utilizassem as ferramentas do *marketing* e das relações pública. Em quarto, renovassem a linguagem da liturgia e as homilias – que devem ser breves, bem preparadas, inseridas no contexto da comunidade e em linguagem simples. Em quinto, garantissem nos seminários a formação teórica e prática sobre a comunicação em vários aspectos. Em sexto, fosse criado um *Instituto Superior de Pastoral da Comunicação* e se incorporasse o uso das novas tecnologias de informação. Em sétimo, se aproveitassem os espaços na imprensa local e nas rádios locais. Fossem dosados os conteúdos religiosos e explícitos com a promoção dos valores humanos, éticos e culturais inerentes à cidadania. Fosse implantada uma política de aproximação com a televisão. Por último, sugerisse a ampliação do leque da grade de programação da Rede Vida e a dilatação de sua repercussão junto à grande audiência (CNBB. Igreja e comunicação rumo ao novo milênio – 1997 in: DARIVA, 2003: 552-566).

A partir do que foi exposto, é possível estabelecer alguns direcionamentos sobre a relação entre Igreja Católica e os meios de comunicação social no Brasil. É perceptível um esforço ainda na década de 1960 com a criação de órgãos nacionais responsáveis por esses meios. Entretanto, é a partir da década de 1970 que o tema ganha maior visibilidade em decorrência de três fatores: as discussões e documentos oriundos do Concílio Vaticano II, especificamente *Inter Mirifica* e *Communio et Progressio*; ascensão e fortalecimento do grupo de religiosos brasileiros que defendiam a inserção da Igreja nos *mass media*; a consolidação de um mercado de bens culturais brasileiro.

Apesar das divergências internas, que levavam o clero católico brasileiro a discutir sobre a validade teológica das transmissões religiosas ou o "verdadeiro" papel da Igreja Católica no mundo ("opção preferencial pelos pobres"), a CNBB sob vários

aspectos buscou implementar as orientações de Roma. Entre 1975 e 2006, as diretrizes da ação pastoral da Igreja no Brasil tem sempre os meios de comunicação como propósito a ser buscado. Entre os bispos, há um reconhecimento da importância dos *mass media* na sociedade brasileira, assim como sua grande potencialidade de evangelização.

Pelo que foi exposto, as investidas do padre Marcelo Rossi aos meios televisivos está legitimada pelos documentos eclesiásticos relativos à mídia. De acordo com a tendência visível já na década de 1970, principalmente após a encíclica *Communio et Progressio* (1971), há da parte da Igreja uma constante necessidade de aproximação com os profissionais da comunicação, principalmente em relação à imagem da Igreja veiculada aos leigos.

O uso insuficiente ou inadequado dos meios de comunicação por parte da Igreja estava associado à falta de recursos financeiros e técnicos. Cada vez mais buscava-se propostas mais sistematizadas e revisão das antigas estratégias. A palavra "eficácia" ganhava impulso nos debates do clero brasileiro. Não bastava apenas estar presente ou possuir os meios de comunicação. Além disso, diante de um campo bastante concorrido, o comunicador católico, sacerdote ou leigo, devia conquistar, seduzir seus fiéis. Neste sentido, o padre Marcelo Rossi possuía os requisitos necessários ao uso eficaz dos meios de comunicação, tornando-se não apenas um sacerdote na TV, mas um "homem de TV".

8 – Os *showmissas*: celebrando o Senhor

As missas do padre Marcelo também passaram a ser transmitidas pelas TVs. Esta estratégia se fez cada vez mais presente à medida que se confirmou sua notoriedade midiática. Tal iniciativa recebeu apoio de D. Fernando já em 1999, que

destacava que os eventos da sua diocese seriam transmitidos pela televisão, pois aumentariam o número de católicos que freqüentam as missas (CABRAL, *Folha de São Paulo*, 03/11/1999, p. 3-4).

De certo modo, esta não seria uma estratégia adotada pela Igreja Católica há décadas? Diferentemente dos demais padres, Marcelo Rossi transformou a sua missa num evento com linguagem e roupagem midiáticas. Elas são transmitidas pelas TVs e rádios, garantindo grande audiência. Primeiramente, o diferencial centra-se na sua *ginástica litúrgica*, aproximando suas celebrações de um *show* de auditório, um *showmissa*. Elas são animadas por canções de fácil assimilação, semelhantes na estrutura àquelas dos programas infantis de TV. Por exemplo, em 1998, no especial de Natal transmitido pela *Rede Bandeirantes*, a música deu o tom da missa. Em uma hora e quarenta minutos, foram cantadas 24 canções, acompanhadas de gestos, danças e palmas. O sermão do padre durou menos de cinco minutos e foi uma exaltação ao orgulho de ser católico. Durante as canções, era comum o padre Marcelo gritar "E agora, vocês", enquanto estendia o microfone sem fio em direção ao público. As últimas canções foram acompanhadas de uma coreografia mais elaborada, que envolvia movimentos de braços, pernas e voltas. O padre dançou no altar com um grupo de crianças, acompanhado dos fiéis, a maioria dos quais já conhecia os passos e os gestos (TREVISAN, *Folha de São Paulo*, 27/12/98, p.1-14).

Com Marcelo Rossi, a transmissão da missa não se limitou à presença de um sacerdote no altar cumprindo tradicionalmente a liturgia nas emissoras católicas ou laicas. Aos poucos, a grande mídia foi atraída. As redes Globo, SBT e Bandeirantes, entre outras, viram nele a possibilidade de aumento da audiência não somente nos horários tradicionais das celebrações religiosas, tais como domingo pela manhã, mas na programação como um todo. No disputado mercado midiático, Marcelo Rossi

tornava-se cada vez mais um “homem de TV”, transmitindo celebrações em longos horários durante a programação.

Se nas primeiras transmissões a produção era um dos empecilhos para o avanço da Igreja Católica sobre os meios de comunicação, pois faltavam recursos técnicos e materiais, com exceção da cobertura das visitas papais, com o padre Marcelo as celebrações ganharam a atenção dos grandes eventos midiáticos. Em 1998, por exemplo, na citada missa natalina, a transmissão, produção e direção couberam à própria *Rede Bandeirantes*. Cerca de nove câmeras e 50 profissionais participaram. Dessas câmeras, uma foi movimentada por uma grua, duas outras suspensas em cabos de aço de 390 m de extensão, que seriam movimentadas para captar imagens do público presente a missa. Outra câmera ficaria fixada no padre Rossi. Do lado de fora do Terço Bizantino, dois telões transmitiriam a missa para aqueles que não conseguissem entrar no local (PADRE MARCELO ESPERA 70 MIL EM MISSA HOJE, *Folha de São Paulo*, 25/12/98, p. 1-7).

Durante a veiculação, entre 21h40min e 23h15min, a emissora conseguiu dar ao culto a dimensão de uma superprodução semelhantes a um *show* da música popular. As imagens da Band demonstraram o comportamento dos fiéis. As câmeras fechavam seus rostos comovidos, movimentando-se junto ao teto. Retratavam a imagem da multidão que agitava os braços ou batia palmas ao cantar e rezar (PADRE MARCELO REÚNE 60 MIL EM SÃO PAULO, *Folha de São Paulo*, 26/12/98, p. 1-7). A missa atingiu uma média de 10 pontos de audiência, segundo o IBOPE. Normalmente, a audiência da emissora naquele horário atingia entre 1 e 2 pontos. Cada ponto correspondia a 80 mil telespectadores na Grande São Paulo. O pico da audiência ocorreu no final, com 17 pontos (TREVISAN, *Folha de São Paulo*, 27/12/98, p.1-14).

Apesar desse sucesso, foi com a *Rede Globo* que o padre Marcelo conseguiria recordes de audiência e *megaeventos*. Na transmissão da celebração de *Finados* de 1999, intitulada "Saudade Sim, Tristeza Não", verificou-se um equivalente a 32 pontos no IBOPE, aproximadamente 2,6 milhões de telespectadores na *Grande São Paulo* (AUDIÊNCIA CHEGA A 2,6 MILHÕES EM SP, *Folha de São Paulo*, 03/11/1999, p. 3-4).

A parceria de Rossi com a Globo se deu com maior ênfase no evento "Reconciliar-se é viver", realizado no autódromo de Interlagos num domingo, dia 2 de janeiro de 2000. Evidenciava-se a escolha do padre Marcelo pela Globo para a realização de grandes eventos religiosos, como afirmou no período: *"Escolhi a Globo porque é um grande meio de comunicação e eu quero atingir um grande número de pessoas. Mas não há contrato nem exclusividade"*. Ele ainda afirmava que não recebia cachê pela realização da missa e que outras cerimônias de massa nesses moldes poderiam ser preparadas em parceria com a emissora em datas como o *Dia das Mães*, a *Páscoa* e o dia 26 de abril, data da *primeira missa no Brasil*. Além da transmissão, os gastos com a infra-estrutura do evento forão custeados pela Globo, que se recusou a divulgar valores (PADRE MARCELO FAZ MISSA EM INTERLAGOS, *Folha de São Paulo*, 30/12/1999 p. 1-10).

Iniciado às 11h30min, com duração de três horas, "Reconciliar-se é viver" foi transmitido ao vivo para todo o país, obtendo 29 pontos de audiência média, o que equivalia a cerca de 2,3 milhões de telespectadores na *Grande São Paulo*. A média da Globo nesse horário era de 15 pontos. Às 13h45min, quando todas as atrações do *show* estavam no palco reunidas cantando a música "Nossa Senhora", de Roberto Carlos, a transmissão alcançou pico de 32 pontos. Diretores da emissora que estiveram no local comemoravam a cada divulgação de público e de audiência. Estimulado pelo

comportamento do padre, que incitava o público a movimentar seus lenços diante das câmeras e pedia respostas em coro, um dos executivos da Globo chegou a comentar que Rossi "poderia ser o melhor apresentador da televisão brasileira" (SHOWMISSA LEVA 1 MILHÃO A INTERLAGOS, *Folha de São Paulo*, 03/01/2000, p. 1-5).

A importância da Rede Globo para o sucesso das missas do padre Marcelo pode ser constatada a partir da decepção diante do número de fiéis que compareceram à celebração realizada em 25 de janeiro de 2000 no aniversário da cidade de São Paulo. Na *Praça da Sé* a Arquidiocese de São Paulo pretendia reunir 250 mil pessoas, apesar das restrições da CONTRU relativas à estrutura e segurança. Foram convidados os cinco bispos das dioceses paulistanas, juntamente com o padre Marcelo. Entretanto, a celebração reuniu apenas 60 mil fiéis. Apesar de destacar que o número não era tão importante, Marcelo Rossi concluiu que houve pouca divulgação, pois os católicos foram informados "apenas" pela Rede Vida. Como destacou o religioso, *"Você não pode comparar a Rede Vida à Rede Globo"* (IZIDORO, *Folha de São Paulo*, 26/01/2000, p. 3-10).

Ainda em 2000 foi realizado um *megaevento* no *Dia de Finados*, intitulado "Missa pela Vida". Nas duas grandes celebrações anteriores (novembro de 1999 e janeiro de 2000), a divulgação limitou-se apenas a São Paulo. Neste a Globo veiculou mensagens em rede nacional, buscando atrair fiéis de outros estados. Diante dessas mudanças, padre Marcelo destacou: *"Fiquei superfeliz com a disposição da Globo. Eles me convidaram para conversar e me surpreenderam com as propostas"* (ARRUDA, *O Estado de São Paulo*, 12/10/2000).

Essa ampla divulgação resultou no evento com a maior presença de público obtida por padre Marcelo: cerca de 2 milhões de fiéis, segundo cálculos da Polícia Militar. A transmissão foi para todo o Brasil e mais onze países da América Latina,

Europa e Estados Unidos. De acordo com o IBOPE, a audiência teve o pico de 27 pontos e uma média de 21 pontos. Geralmente no período de 8h às 11h da manhã, período da transmissão, a audiência variava entre 6 e 9 pontos (PADRE MARCELO LEVA MILHARES A SHOWMISSA, *Folha de São Paulo*, 03/11/2000, p. A8).

Os *showmissas* do padre Marcelo também são marcados pela presença de artistas famosos, entre cantores, atores e apresentadores de televisão. Em geral, são artistas conhecidos pelo grande público, demonstrando que, além da ampla divulgação na mídia, a presença de famosos garante um maior número de fiéis e, diante da televisibilidade que os possuem, demonstravam a força do catolicismo, como destacou o religioso em 1999, *"os artistas convidados darão testemunhos de fé e cantarão músicas religiosas"* (PADRE MARCELO FAZ MISSA EM INTERLAGOS, *Folha de São Paulo*, 30/12/1999 p. 1-10).

Por outro lado, cientes da visibilidade midiática do pe. Marcelo, a Globo e as gravadoras transformaram esses eventos em espaço de divulgação de seus artistas e programas, como por exemplo da apresentadora Ana Maria Braga e da novela *Terra Nostra*, que teve as canções temáticas interpretadas por Agnaldo Rayol. Isso implica uma legitimação das práticas ou crenças religiosa, sobretudo na produção, reprodução, difusão e consumo dos bens de salvação propostos pelo padre Marcelo. Por outro lado, para o artista a presença nos eventos católicos de grande repercussão no "maior país católico do mundo" seria sinônimo de credibilidade, de legitimidade diante do arbitrário contido na força material e simbólica do catolicismo.[54] Esse sentido se

[54] Padre Marcelo Rossi também participou da estréia de um *show* da dupla sertaneja Chitãozinho & Xororó, realizado no Olympia, zona oeste de São Paulo, em 17 de novembro de 2000. Durante o *show*, o padre cantou com a dupla a música *Parabéns para Jesus*, que faz parte do CD *Canções para o Novo Milênio*.

tornou mais evidente à medida que foram firmados alguns acordos entre Marcelo Rossi e a Rede Globo, conforme pode ser observado na tabela a seguir:

Artistas famosos nas megamissas do Pe. Marcelo

Data	Evento	Artistas
26/01/1999	Aniv. de São Paulo	Roberto Carlos, Kleyton e Camargo, , Agnaldo Rayol, padres Zeca, Zezinho e Antônio Maria.
02/11/1999	"Saudade Sim! Tristeza Não!"	Roberto Carlos, Chitãozinho e Xororó, Agnaldo Rayol, Sandy e Júnior, Sérgio Reis.
02/01/2000	"Reconciliar-se é viver"	Daniel, Chitãozinho e Xororó, Sandy e Júnior, Roberta Miranda.
26/01/2000	Aniv. de São Paulo	Agnaldo Rayol, Negritude Júnior, pe. Zezinho e pe. Antônio Maria.
02/11/2000	"Missa pela Vida"	Agnaldo Rayol, Chitãozinho e Xororó, Sandy e Júnior, Fat Fammily, Ana Maria Braga.
12/10/2001	1º Enc. Nac. de Famílias pela Paz	Agnaldo Rayol, Grupo Molejo, Zeca Pagodinho, Ricke e Rener, Chitãozinho e Xororó, pe. Jorjão, pe. Zeca.
02/11/2001	Finados	Daniel, Agnaldo Rayol, Jair Rodrigues, Jairzinho, Luciana Melo, KLB.
02/11/2002	Finados	Daniel, Rick e Renner, Chitãozinho e Xororó, Joana, Toni Ramos, Bruno e Marrone, Gilbert (cantor francês).

(**Fonte**: Jornais *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo* e *Jornal do Brasil* entre 1997-2004)

A participação dos famosos nesses eventos ocorreu antes, durante e após a missa, através de depoimentos e cantorias. Alguns exemplos podem ilustrar tal afirmativa. A festa de comemoração do aniversário da cidade de São Paulo em janeiro de 1999 começou às 15h, animada por artistas que incluíam o cantor Agnaldo Rayol e a dupla sertaneja Kleyton e Camargo. Às 17h entrou Roberto Carlos e cantou "Jesus Cristo", *hit* religioso do cantor. Foi o ponto alto do *show* até pelo menos as 19h. Após sua passagem, subiu ao palco o padre Zeca. Em seguida, foi a vez de padre Zezinho (SHOW RELIGIOSO REÚNE 50 MIL NO ANHEMBI, *Folha de São Paulo*, 26/01/1999, p. 3-6). O ápice da festa foi a missa, que começou pouco depois das 20h, com a presença do padre Marcelo Rossi. Ao entrar no palco, pediu que as pessoas se abraçassem, num convite para que todos "abrissem seu coração". Antes do início da celebração, Rossi cantou quatro músicas. O público acompanhou cantando e repetindo a coreografia criada pelo padre. A missa foi celebrada pelo arcebispo de São Paulo, dom Cláudio Humes. Durante a celebração, os ritos católicos foram intercalados por

canções do padre Marcelo Rossi e de outros padres cantores, como o padre Zezinho (SHOW RELIGIOSO REÚNE 50 MIL EM SP, *Folha de São Paulo*, 26/01/1999, p. 3-5).

Em 2 de novembro de 1999, Roberto Carlos cantou "Nossa Senhora" no momento aberto para a meditação. Roberto Carlos, Agnaldo Rayol e o padre Marcelo fecharam a missa interpretando o Hino Nacional em forma de prece. A partir daí, às 9h30min, Roberto Carlos puxou o primeiro de uma série de coros. Cantou "Aleluia" e "Jesus Cristo". Agnaldo Rayol cantou, entre outras músicas, o tema da novela "Terra Nostra", exibida pela Rede Globo. O sertanejo Sérgio Reis recordou a música "Romaria". A família de Chitãozinho e Xororó chegou perto das 11h e liderou coro de 600 mil vozes cantando "Nossa Senhora", que havia sido interpretada antes por Roberto Carlos (SILVA, *Folha de São Paulo*, 03/11/1999, p. 3-1).

Em 25 de janeiro de 2000, o cantor Agnaldo Rayol foi o primeiro a subir ao palco. Cantou, entre outras músicas, "Ave Maria" e o tema da novela "Terra Nostra", exibida pela Rede Globo. Depois, vieram os padres Antônio Maria, Zezinho e Marcelo Rossi, que encerrou o *show* por volta das 15h20min (IZIDORO, *Folha de São Paulo*, 26/01/2000, p. 3-10).

Na “Missa pela Vida” em 2000, antes do encerramento, a apresentadora Ana Maria Braga subiu ao palco para a transmissão, ao vivo, de seu programa (SHOWMISSA LEVA 1 MILHÃO A INTERLAGOS, *Folha de São Paulo*, 03/01/2000, p. 1-5).

No 1º Encontro Nacional da Família pela Paz, no Rio de Janeiro em 2001, o padre Marcelo Rossi, que era esperado para a abertura do evento, às 10h, acabou entrando com seis horas de atraso no palco, após o *show* da dupla sertaneja Chitãozinho e Xororó. Padre Marcelo cantou seus maiores sucessos, além das músicas

"Jesus Cristo" e "Como é grande o meu amor por você", de Roberto Carlos, sempre acompanhado pelo público em todas as músicas. Antes da entrada de Marcelo Rossi, revezaram-se no palco o cantor Agnaldo Rayol, o grupo Molejo, Zeca Pagodinho, as duplas sertanejas Rick e Renner e Chitãozinho e Xororó, além de outras atrações católicas (ATO RELIGIOSO PELA PAZ REÚNE 650 MIL NO RIO, *Folha de São Paulo*, 13/10/2001, p. A5).

Em 2 de novembro de 2002, após a leitura da Bíblia feita pelo padre Marcelo, começou um desfile de astros globais e cantores populares. O primeiro foi Tony Ramos, que teve o silêncio da platéia para contar uma antiga parábola. Seguiram-se as apresentações de Chitãozinho & Xororó, Daniel, Rick & Renner, Bruno & Marrone e até do cantor francês Gilbert – que interpretou o tema da novela *Esperança*, da Rede Globo (BRANCATELLI, *Jornal da Tarde*, 03/11/2002).

Apesar da presença de artistas, há um esforço do pe. Marcelo em distinguir dois momentos nestes eventos. O primeiro seria a missa, celebrada pelos sacerdotes. O segundo seria o *show*, no qual os artistas comandados pelo padre se apresentam para a multidão. Na celebração de *Finados* em 2000, o sacerdote procurou ressaltar a importância da liturgia católica durante o evento do autódromo, admitindo, ainda que indiretamente, que em ocasiões anteriores o caráter da missa foi superado pelo espetáculo. [55]

Essa distinção está relacionada ao questionamento do religioso quanto ao termo *showmissa*. Para Rossi, há missa e *show*. São dois momentos diferentes. Ao fazer tal diferença, ele busca reforçar a idéia de que para a celebração religiosa é preciso uma

[55] 'De acordo com o padre Marcelo, *"tivemos aqui, não vou dizer um show, mas um testemunho de fé. Mas a missa é nosso ambiente e esse é o sentido da nossa vida, o que estamos aprendendo em 2000. Quando vamos em lugares em que não há missa, perde-se um pouco nossa característica"* (SHOWMISSA, *Folha de São Paulo*, 03/01/2000, p. 1-5).

formação eclesiástica. Deste modo, os artistas participam de forma complementar na cerimônia. No momento do *show*, padres e artistas não estariam distintos, apesar de o controle de palco ser sempre exercido por Rossi. Essa distinção busca manter a fronteira leigo-sacerdote e também o limite entre o sagrado e o profano.

Além dessa diferenciação, Marcelo Rossi costuma afirmar sua identidade sacerdotal, negando-se a ser comparado com artista. Entretanto, seu cotidiano o aproxima de astros como Roberto Carlos, Xuxa, Pelé, entre outros. Para fugir do assédio, o religioso utiliza seguranças, faz reservas em vários hotéis e anda em alta velocidade. Quando esteve no Rio de Janeiro para a celebração *Em Nome do Pai*, em outubro de 1999, por exemplo, teve a companhia constante de seguranças contratados para evitar que ficasse "engarrafado" no meio dos fãs e impedir que fosse fotografado em situações consideradas não condizentes com sua imagem. Sempre cercado por seguranças, foi ao *Instituto Nacional do Câncer* (Centro do Rio), visitando crianças em duas enfermarias do hospital. Distribuiu autógrafos, foi fotografado e levado ao auditório, numa festa do *Dia da Criança*, quando destacou*:"Eu sou padre, não sou artista. Estou aqui para rezar e não para cantar, mas bota aí a primeira faixa do meu CD"*, disse ao subir ao palco do hospital. Na véspera da celebração no Maracanã, Rossi havia roubado as atenções do público durante o *show* da dupla Sandy & Júnior, no *Metropolitan* (Barra da Tijuca, zona sul). A curta, cerca de sete minutos, participação do padre no *show* foi o único momento em que toda a platéia, acomodada em mesas e cadeiras, ficou de pé. Rezou a "Ave Maria" na intenção das crianças e retirou-se. Em coro, o público pedia sua volta. Rossi voltou e cantou "Erguei as Mãos", abençoou o público e deixou o palco. Na celebração do Maracanã, por volta das 18h, após sua primeira apresentação, milhares de fiéis começaram a deixar o estádio. O padre ainda voltaria ao palco para encerrar o evento, pouco depois das 19h, comandando a

"Aeróbica do Senhor". Depois, cercado por seus seguranças, para fugir dos fãs, partiu de helicóptero para evitar congestionamentos (PADRE MARCELO, *Folha de São Paulo*, 13/10/1999, p. 3-3).

9 – Os discos – cantando ao Senhor

Em setembro de 2002, padre Marcelo sagrava-se vencedor do *Grammy Latino*, na categoria *Álbum de Música Cristã*, com o disco "Paz – Ao vivo", lançado no Brasil em 2001. Esse prêmio seria a coroação internacional da sua carreira de astro da música, iniciada em 1998 com o lançamento do CD "Músicas para louvar ao Senhor".

Logo após o lançamento desse disco, o padre se converteu num fenômeno do mercado fonográfico. "Músicas para louvar ao Senhor" vendeu, somente em 1998, 2,7 milhões em poucos meses, levando ao final do ano ao primeiro lugar em vendagem, ganhando, inclusive, para algumas bandas e astros da música brasileira, tais como *É o tchan*, *Chitãozinho &¨Xororó*, *Sandy & Júnior*, *Banda Eva*, *Rita Lee*, *Zeca Pagodinho*, entre outros. Como afirmou Ana Fonseca, diretora da gravadora *Polygram*, que também dava assessoria e escalava seguranças para proteger seu artista "mais famoso": *"É um recorde. Nenhum artista da gravadora alcançou tamanha cifra em tão pouco tempo"* (ANTENORE, *Folha de São Paulo*, 13/12/98, p. 1-14). A fama do padre Marcelo não se limitou apenas ao Brasil. Em junho de 1999, ele aparecia com o terceiro lugar na listagem de discos vendidos em Portugal, perdendo apenas para *Andréa Bocelli* e *Backstreet Boys*.

A recepção do público às músicas do padre Marcelo foi tão grande, que, no carnaval de 1999, o *hit Erguei as Mãos* esteve entre as canções que mais animaram a arquibancada do Sambódromo no Rio de Janeiro. Ela foi entoada para aquecer a bateria do Salgueiro, quarta escola do primeiro dia de desfile do Rio de Janeiro. A

Arquidiocese do Rio não aprovou a escolha, mas o Salgueiro não deu importância, fazendo na avenida a mesma coreografia do *hit* católico que movimentava os ensaios de sábado na quadra (ESCÓSSIA, *Folha de São Paulo*, 14/02/1999, p. 3-4).

Este episódio é notável: música religiosa numa festa profana, pecadora. A atitude proibitiva por parte da hierarquia evidencia tentativa de controle dos bens simbólicos de salvação, assim como a luta entre dois protagonistas centrais no campo católico: os sacerdotes e os leigos. Os primeiros, aqui representado pela Arquidiocese carioca, são tidos como funcionários profissionais a serviço de uma empresa religiosa que administra e reproduz a matriz de significações. A distribuição da autoridade e da produção religiosa está vetada aos leigos, vistos como meros receptores dos bens de salvação instituídos pela hierarquia. Como meros consumidores desses bens, a sua produção e os sentidos a eles atribuídos são funções e qualidades especiais atribuídas aos especialistas, tais como o padre Marcelo Rossi. Entretanto, ambos disputam esse monopólio de produção simbólica. Os fiéis não detêm o monopólio da gestão do sagrado, sendo definidos pelos especialistas como profanos no duplo sentido de ignorantes da religião e de estranhos ao sagrado e ao seu corpo de administradores. Nesse caso, o móvel em foco é o uso legítimo dos bens religiosos, como a canção difundida pelo padre Marcelo; está restrito ao espaço e à função religiosa. Sua utilização no sambódromo significa uma manipulação ilegítima e profanadora dos bens de salvação católicos (BOURDIEU, 1998a: 43).

O sucesso na vendagem de discos significou um aumento na arrecadação de recursos para a Diocese de Santo Amaro, beneficiária dos bônus econômicos adquiridos pelo padre. Em todos os encartes dos discos, lê-se: *"os direitos de intérprete do pe. Marcelo Rossi nesta obra serão concedidos à Mitra Diocesana de Santo Amaro"*. As vendas de CDs traziam em 1999 uma média de R$ 708.000,00

mensais, considerando que a diocese recebe entre R$ 0,80 e R$ 0,90 por cópia vendida. Vale ressaltar que, em 1998, a indústria fonográfica iniciava uma crise decorrente da queda da vendagem de discos, principalmente devido ao aumento da pirataria[56]. Entretanto, padre Marcelo conseguiu incrementar as vendas e impulsionar o mercado religioso[57] que outrora havia sido aberto pelo padre Zezinho, sobretudo nas décadas de 1970 e 1980, e que vinha sendo explorado pelos evangélicos na década de 1990.

Não só os grandes selos, como também os médios e pequenos, começaram a contratar padres para gravar CDs e suprir o mercado fonográfico. O caso do padre Mario, na Argentina, é ilustrativo. Em outubro de 1999, as lojas de discos de todo o país, as rádios e as emissoras de televisão começaram a ser invadidas pelas músicas do padre Mario, um membro da *Renovação Carismática*. Esse padre também cantava, dançava e tinha trejeitos moderninhos. Diferentemente do padre Marcelo, entretanto, que teve sua fama construída aos poucos, o padre argentino estava sendo projetado em uma verdadeira ação de *marketing*. No final de 1998, a gravadora *Sony Music* argentina enxergou a possibilidade de reproduzir no país o sucesso brasileiro do padre Marcelo e fez uma seleção com mais de cem candidatos até encontrar alguém que cantasse, tivesse uma desenvoltura natural e que não se opusesse a uma grande exposição na mídia .O escolhido foi o padre Mario Oscar Peralta Luna (41 anos), de um pequeno povoado de 2.500 habitantes localizado 70 km ao sul de Buenos Aires.

[56] Isso não quer dizer que Marcelo Rossi ficou imune à pirataria. Seu sucesso levou-o a constar na listagem de artistas mais pirateados em 2001, conforme dados da *Associação Brasileira dos Produtores de Discos* (ARTISTAS MAIS PIRATEADOS EM 2001, *Folha de São Paul*o, 18/02/2002, p. 7).

[57] A Igreja Universal preparou seu contra-ataque investindo no bispo-cantor Marcelo Crivella, sobrinho de Edir Macedo. Contratado pela gravadora Sony, Crivella tem percorrido o país fazendo *shows*. Seu 11º CD, o primeiro fora da gravadora da própria Universal, vendeu 400 mil cópias desde o seu lançamento, no final de agosto de 1999.Casado, pai de três filhos, o bispo, que está na Universal há cerca de vinte anos, foi o responsável pela implantação na África e na Ásia da igreja fundada por seu tio. Apesar do investimento recente da Igreja Universal, que tem garantido espaço ao bispo em vários programas da Rede Record, pelo menos no mercado fonográfico os católicos têm levado vantagem (ZORZAN, *Folha de São Paulo*, 26/12/1999, p. 1-1).

"Em março deste ano, o pessoal da Sony bateu à minha porta com todo o material do padre Marcelo Rossi nas mãos. Achei que era alguma brincadeira do tipo câmara escondida", disse padre Mario em entrevista à *Folha de São Paulo*, logo após a gravação de um programa para a televisão. Rapidamente ele se tornou o artista número um da Sony no país, vendendo mais discos que o cantor porto-riquenho Ricky Martin. Em seis semanas, foram 44 mil cópias, que lhe renderam o disco de ouro, de acordo com o padrão de vendagem daquele país. Estavam nos planos da gravadora chegar ao disco de platina em pouco tempo. Assim como o padre brasileiro, a fama de padre Mario corria longe e sua agenda estava carregada de compromissos para rezar missas e fazer *shows* por todo o país (ADACHI, *Folha de São Paulo*, 15/11/1999, p. 1-8).

As estratégias de *marketing* dos CDs de padre Marcelo em geral não são diferentes dos demais artistas do mercado fonográfico. A participação na programação televisiva seria a primeira. Ao visitar os diversos programas de auditório, padre Marcelo canta e anima as platéias com seus *hits*. Já em 1998, nos dois primeiros meses após o lançamento do primeiro álbum, ele apareceu cerca de 92 vezes na televisão divulgando suas músicas. Além de divulgá-las, alguns CDs tiveram a estréia num programa televisivo, como ocorreu em 2000 com “Canções para um Novo Milênio”, lançado no *Domingo Legal* do SBT.

A parceria com Gugu Liberato em 1999 tinha adotado uma outra estratégia: a venda de CDs pelo prefixo 0900. Isto ocorreu com os discos de salmos bíblicos, também lançado no SBT. Essa incursão envolveu três empresas, num forte esquema de divulgação na dita emissora. O primeiro de três CDs com salmos bíblicos declamados pelo padre foi lançado nos programas de Sérgio Reis e Gugu Liberato, ambos do

SBT.[58] Nos primeiros dois meses o CD foi vendido apenas por telefone. Só depois disso a Polygram fez a distribuição em lojas. Segundo Sérgio Reis, uma das razões que teriam levado o padre a gravar os salmos seria reforçar sua imagem como padre e não como artista (TREVISAN, *Folha de São Paulo*, 17/01/1999, p. 1-6).

Uma terceira estratégia seriam as missas celebradas, já analisadas como fenômeno midiático. Nesse aspecto, Marcelo Rossi possui vantagem diante dos outros cantores, principalmente devido a sua capacidade de atrair público. As missas e participações em grandes eventos pelo Brasil e Exterior são ótimas oportunidades para o padre divulgar seus *hits*. Em setembro de 2000, esteve em Nova Iork, Estados Unidos, cantando para comunidades de brasileiros, portugueses e povos de língua espanhola. A viagem foi organizada pela Universal/Polygram, após convite feito pelos carismáticos norte-americanos, durante sua estada num encontro em Los Angels (ARRUDA, *O Estado de São Paulo*, 19/08/2000).

A gravação de músicas de artistas famosos seria outra estratégia, assim como a presença destes num clipe gravado em 1999 para o segundo CD, quando 25 personalidades, entre elas Xuxa e Renato Aragão, gravarão – sem cobrar cachê –, versão do Hino Nacional. Em 2001 saiu "Paz – ao vivo", gravado no Santuário do Terço Bizantino. Aqui Rossi gravou canções de cunho religioso de Roberto e Erasmo Carlos, como "A Montanha", "Nossa Senhora", "O Terço", "Luz Divina", além de outras músicas da dupla, como "Amigo" e "Como é grande o meu amor por você". Nos seus agradecimentos, Rossi faz tributo especial a Roberto e Erasmo que, segundo o padre Marcelo, *"durante suas trajetórias artísticas, encontraram inspiração no*

[58] Sérgio Reis é dono da empresa *Telemusic*, que detém a exclusividade na venda de CDs e fitas de vídeo pelo sistema 0900 e foi responsável pela comercialização do CD do padre Marcelo.As outras duas empresas que participam eram a *TV Line*, que produziu o CD, e a Polygram, gravadora à qual o padre estava vinculado.

Criador para dar luz a essas belíssimas canções, que hoje me servem de instrumento na missão de evangelizar". O anúncio da autorização foi feito através de uma convocação à imprensa, com transmissão da entrevista ao vivo no *CHATShow*, através do endereço www.terra.com.br/padremarcelo. Considerando que Roberto Carlos nunca havia liberado suas músicas para nenhum intérprete, o padre disse: *"Nada é impossível para aquele que crê"*[59] (STACHUK, *Jornal da Tarde*, 06/12/2001). [60]

---

[59] Colocar as músicas de Roberto Carlos na voz e na interpretação religiosa de Padre Marcelo foi uma idéia da gravadora Universal Music. O presidente da empresa, Marcelo Castelo Branco, ligou em março de 2001 para Marcelo Rossi e perguntou o que ele achava da idéia de gravar as canções do "rei". "O que eu achava? Eu sonhava", contou o padre. "Mas nunca achei que o Roberto fosse permitir. Por isso fiquei na minha, aquilo para mim não era realidade". Castelo Branco entrou em contato com a produção de Roberto. Dudu Braga, o filho do "Rei', e cinco meses depois o negócio estava fechado. Com a condição de que a renda do CD, como aconteceu com os outros três do padre, fosse direcionada para obras sociais. "Meu pai jamais deixaria de aceitar essa proposta. Parece maravilhoso, mas também era muito previsível. Porque meu pai é religioso e gosta do padre Marcelo", diz Dudu Braga, que também é amigo de Rossi (PADRE CANTA EMOÇÕES DO REI , *Istoé*, 29/10/01).

[60] Diferentemente do "Rei da MPB", padre Zezinho, autor de "Oração pela Família", não cedeu a música para o padre Marcelo Rossi porque Roberto Carlos a pediu primeiro. "Está reservada há três anos. Vou esperar que ele grave. Só depois passo adiante", diz o compositor. Ainda que Roberto desista da canção, padre Marcelo teria de disputá-la com outros 22 artistas, que a aguardavam na fila, incluindo Chitãozinho & Xororó. Composta no começo da década de 90, "Oração pela Família" já ganhou versões em seis idiomas. Católicos de pelo menos 40 países a conhecem (ANTENORE, *Folha de São Paulo*, 06/02/2000, p. 1-13). Em dezembro de 1998 padre Marcelo foi acusado de plágio da música "Aeróbica do Senhor", uma das principais canções do seu primeiro disco. Dois compositores de São Paulo acusam a gravadora Polygram de ter se apropriado da canção "Alegria", com o nome de "Aeróbica do Senhor". Os compositores e seu advogado entregaram uma notificação extrajudicial à gravadora no último dia 25. A Polygram teve um prazo de dez dias para responder. Vavá Rodrigues e Haryson Guanaes Lima dizem ter apresentado a canção pela primeira vez em 82, em um acampamento de evangélicos em Goiânia. Depois disso, a música aparece em dois CDs, cantadas por grupos diferentes, mas com os nomes dos autores registrados.Em 95, foi gravada pelos Atletas de Cristo, com o nome "Alegria Está no Coração", e em 96, pelo grupo Vencedores por Cristo, já com o nome "A Alegria", o mesmo utilizado pelo padre Marcelo em seu disco, com o acréscimo, entre parênteses, das palavras "Aeróbica do Senhor". No lugar onde deveria aparecer o nome dos autores, porém, o disco apresenta Marcelo Rossi como autor do arranjo e da adaptação e traz um asterisco que remete à explicação "domínio público" ao final do encarte do CD. Ao final a gravadora Polygram fechou acordo com os dois compositores paulistas. Eles receberiam cerca de R$ 150 mil pelos direitos sobre a canção. O nome dos compositores deveria aparecer nas próximas edições do CD e estes também passaram a receber trimestralmente os direitos sobre a música (MENEZES, *Folha de São Paulo*, 05/12/98, p. 3-8).

Para a gravação de “Paz – Ao vivo”, foi preparada uma superprodução, com apoio de 36 músicos, incluindo seções de cordas e metais, tudo sob a produção e direção artística de Max Pierre da Universal. Para a gravação foram convocadas milhares de fiéis para ajudar o coro, alcançando a estimativa de cinco mil pessoas. Uma equipe de 600 voluntários e 40 profissionais de áudio e vídeo estavam presentes para tornar o CD possível. Nervoso e ansioso, o padre Marcelo pedia a todo o momento que prestassem mais atenção na passagem das músicas pelos telões e na entonação do público. *“Sou exigente mesmo. Vamos repetir mais uma vez este pedaço”*, pedia o padre (CORO COM MAIS DE 5 MIL PARTICIPA DE NOVO CD DE PE. MARCELO. Megaportal Terra, 26 nov. 2001. Disponível em http:/www.terra.com.br/padremarcelo. Acesso em: 25 ago. de 2004).

Além das canções da famosa dupla, “Paz – ao vivo” trazia outro chamariz: o sorteio de uma viagem a Roma na companhia do padre Marcelo, com uma visita ao Vaticano para ver o papa João Paulo II, em audiência cujo acesso é limitado e controlado. No dia 31 de dezembro de 2001, foram sorteadas três pessoas, que levaram também um acompanhante, após a aquisição do CD e preenchimento de uma ficha da promoção que vinha com o encarte. *"Vamos juntos encontrar o santo padre e visitar o berço da cristandade"*, diz o padre Marcelo no texto que explica o sorteio. A audiência com o papa, no caso, ocorria semanalmente no Vaticano e reunia cerca de 500 pessoas, segundo o Vicariato da Comunicação de São Paulo, Eduardo Coelho. Para participar, era preciso credenciamento antecipado. *"É difícil, tem muita procura. Por isso, é um grande prêmio. É como se você visitasse a casa em que seus pais nasceram"*, disse o padre Eduardo. O papa fazia uma saudação inicial e abençoava os presentes, que na saída recebem uma lembrança, normalmente um terço. Não havia contato direto com o papa, como nas audiências reservadas para autoridades, mas a proximidade era maior

do que quando João Paulo II falava à multidão na praça São Pedro (CD DO PADRE MARCELO SORTEIA VISITA AO PAPA, *Folha de São Paulo*, 26/10/2001, p. C4).

Por fim, a divulgação das músicas se dá através da gravação de clipes. Em dezembro de 1999, ele gravou um clipe da música "Sonda-me", do CD "Um presente para Jesus", na praia de Grumari, na zona oeste do Rio de Janeiro. De batina preta, sob um forte sol, o padre foi observado por banhistas, surfistas e mulheres de biquíni. A escolha do cenário não foi gratuita: ele optou por um ambiente alegre e descontraído, lugar da juventude. Um ano depois, Marcelo Rossi produziu um clipe para o especial de fim de ano do *Planeta Xuxa*, da Rede Globo, na Pedra de Guaratiba, Rio de Janeiro. Com direção geral de Marlene Matos e José Mário, o sacerdote interpretou a canção "O Homem", do CD "Paz – Ao vivo", enquanto atores encenavam a comunhão entre Jesus Cristo e os Apóstolos. No campo musical, nota-se como o Padre Marcelo não se diferencia muito de qualquer artista de sucesso.

A análise dos discos gravados pelo padre Marcelo Rossi revela algumas características. Com exceção dos discos "Terço Bizantino" (1997) e "Salmos Temáticos" (1999), a maioria dos CDs foram gravados ao vivo no santuário do Terço Bizantino. A grande maioria das músicas são de autoria de terceiros e de domínio público, incluindo compositores conhecidos pelo grande público ou circunscritos ao universo católico.[61]

Os fiéis, ao ouvirem os discos são, num certo sentido, transportados ao clima vivenciado no santuário durante as missas realizadas pelo padre Marcelo. Desse modo, os discos tornaram-se um importante veículo de divulgação das atividades realizadas por esse sacerdote.

---

[61] Ver tabela em anexo intitulada "Discos gravados pelo Padre Marcelo Rossi".

As músicas são executadas pelo padre, a banda e os fiéis, Entretanto, com algumas exceções, praticamente o padre Marcelo Rossi não executa os cânticos. Ele marca a música, antecipando as frases que são repetidas pelos cantores da sua banda e pelos fiéis, possivelmente auxiliados com a passagem das letras em telões, como ocorreu com a gravação de "Paz – Ao Vivo" (2001). A marcação é feita através dum ritmo falado, uma espécie de pregação. Geralmente o padre limita-se a cantar os refrões e as músicas com ritmos mais acelerados, tais como "Erguei as mãos" e "Festinha para Jesus". Por outro lado, são constantes as improvisações feitas por Marcelo Rossi, através de mensagens, frases de efeito, palavras de incentivo e pedidos de intercessão divina.

As mensagens vêm antes do início de cada faixa. Por exemplo, no disco "Paz – Ao vivo" o padre Marcelo destaca: *"prepare-se, esse Deus maravilhoso está no nosso meio, ele está para nos iluminar, por isso..."* Na introdução da música "Aleluia", comentando a respeito das músicas de Roberto Carlos e Erasmo Carlos, compositores das músicas ali executadas, afirma: *"Ah! Se todos os ateus prestassem atenção nesta letra. Deus existe, é só refletir comigo quando o sol aquece de manhã"*.

As frases de efeito e as palavras ditas na execução das músicas visam intensificar e tornar mais constante a participação do público. Em alguns momentos, a banda suspende a execução e a música praticamente é cantada pelo público. Por exemplo, no disco "Canções para um novo milênio" (2000), padre Marcelo pediu: "erga as mãos, cante!"; "com palmas, bem forte!". Na gravação de "Paz – Ao vivo" (2001), dentre as palavras utilizadas destacam-se: *"quero ouvir vocês"*, *"isso"*, *"força"*, *"e agora"*, *"vista-se no seu manto"*. Em "Celebração da Vida" (1999) algumas frases de impacto foram pronunciadas, tais como: *"Está bom, mas ele merece*

o melhor. Vamos cantar com o coração e com a voz!"; *"Está esquentando, ainda não"*; *"quero ouvir vocês, isso!"*.

Em diversos momentos os fiéis são convidados a adotar alguns comportamentos infantis, como na introdução da música "Rei Davi", no disco "Canções para um novo milênio" (2000), quando padre Marcelo Rossi incentivou a expressão corporal dos presentes afirmando: *"Ei, você quer entrar no reino dos céus? O Jesus falou que só se for como criancinha. Vamos então, crianças..."*. Durante a execução, o padre brincou com os fiéis.

Nos intervalos ou durante a execução das músicas, o padre Marcelo expõe uma mensagem ou orienta os fiéis a algum louvor ou reflexão. Em *Canções para um novo milênio* (2000), ao final da música "Cântico de Maria", o padre convida os presentes a olharem para a imagem de Maria: *"Nossa Senhora, eu sou teu filho. Viva Nossa Senhora!"***.** Num pronunciamento feito na música "Cura-me", do disco *Celebração da Vida* (1999), Rossi grita: *"Eu quero ouvir você agora, cantando, para Jesus, que você está aqui para louvar, você está aqui para adorar o Senhor"*.

Além desse sentido de louvor e adoração, as falas do padre enfatizam o poder auxiliador de Deus, ou seja, da ajuda espiritual. Isso pode ser observado em "Deus do Impossível", no disco *Paz – Ao vivo* (2001), quando Marcelo Rossi destacou: *"Nada é impossível ao que crê. Você que anda desanimado. Você que perdeu o rumo. Escute!"*. Esse tom de ajuda espiritual se evidencia também na execução da música "Fico Feliz", quando o padre indaga: *"Ei, você acordou de mau humor? Está chateado? O mundo parece que caiu sobre sua cabeça. Você tem que cantar conosco, juntos"*.

Além das mensagens, padre Marcelo também invoca junto a Deus, Jesus, o Espírito Santo, Nossa Senhora, anjos e santos em nome dos fiéis. Os pedidos mais constantes enfocam temas como emprego, renovação espiritual, proteção e cura diante

de problemas como doenças, depressão e solidão. Novamente evidencia-se a semelhança entre as práticas rossianas e as pentecostais, oriunda da disputa pelos bens de salvação no campo religioso. A nova configuração desse campo instituiu que as religiões que fazem "sucesso" são aquelas que se adaptam às necessidades e desejos de um público alvo. A religiosidade institucionalizada tradicionalmente sofre hoje um profundo esvaziamento, pois cada vez mais os indivíduos se afastam das instituições que, até há pouco tempo, gerenciavam hegemonicamente a distribuição dos *bens de salvação*, como a Igreja Católica. [62] Até pouco tempo, as *empresas de salvação* funcionavam atreladas à tradição, que transmitia os valores e as práticas religiosas. A dinâmica do campo exige cada vez mais uma *capitulação cognitiva*, um diálogo com a modernidade. Isto não significa necessariamente a incorporação dos princípios e valores seculares, principalmente devido ao temor da *descaracterização identitária* e das ameaças sobre a tradição. Na busca pela plausibilidade, as instituições religiosas buscam um meio-termo entre o tradicionalismo e a modernidade, tendo pelas pontas o sectarismo e a dissolução secularizante sempre importunando (BERGER, 1996). Cada vez mais, o desafio de cada denominação religiosa é como se tornar plausível, que tenha sentido para o fiel na resposta que preparou para as indagações transcendentais que atormentam a humanidade há milênios. Nessa perspectiva, os *neopentecostais* e o catolicismo proposto pelo padre Marcelo Rossi se assemelham, conseguem apresentar uma religião "interessante".

[62] Além desses fatores, Antônio Flávio Pierucci ressalta que a diminuição do rebanho católico está relacionada ao pontificado de João Paulo II. O autor questiona até que ponto foi salutar frear a igreja progressista, ferir de morte a esquerda católica e sufocar a "igreja popular" dos anos 70 (PIERUCCI, 2002: 07).

10 – O "Carnaval de Jesus": dançando pelo Senhor

Entre as inovações trazidas pelo pe. Marcelo Rossi está o "Carnaval de Jesus", realizado a partir de 1999 durante o período carnavalesco. Após a missa realizada no santuário do Terço Bizantino, entre 1999 e 2003, o padre Marcelo e dom Fernando saíram às ruas, avenidas, praça ou estacionamento de *shopping*, em Santo Amaro, sobre um trio elétrico cantando marchinhas, acompanhados por milhares de foliões, como pôde ser constatado na tabela referente aos grandes eventos.[63] Nesses, ambulantes venderam inúmeros produtos e alugaram cadeiras, centenas de policiais garantiram a segurança e a Companhia de Engenharia de Tráfego (CET) organizou o trânsito e o estacionamento.

Aparentemente, o "Carnaval de Jesus" não apresenta nenhuma diferença do carnaval tradicionalmente comemorado na Bahia ou em Pernambuco. Entretanto, neste carnaval não há mulheres nuas, bebidas e violência, segundo seus organizadores. Há freiras dançando e cantando em trajes rígidos, *fiéis-foliões,* na grande maioria mulheres, portam camisetas da Virgem e nas cabeças faixas saudando Jesus. O trio elétrico ou carro de som passou a ser batizado de "trio elétrico de Jesus". Ao contrário da *axé music* ou do *frevo*, os participantes são embalados pela chamada *boa fé music*, termo criado pelos humoristas do *Casseta & Planeta* e, de certo modo, adotado pelo pe. Marcelo. Mas o que seria a *boa fé music.* Trata-se da adaptação de centenas de canções religiosas em ritmo de marchinha de carnaval, tais como "Glória, Glória, Aleluia", "Segura na Mão de Deus", "Deixa a Luz do Céu Entrar", "Feliz com Jesus", entre outras, assim como os sucessos gravados pelo padre Marcelo. Em 1999, no intervalo de uma música e outra, Rossi gritava à "maior escola de samba do mundo do

[63] No primeiro ano, o evento ocorreu na avenida Engenheiro Eusébio Estevaux; em 2000 pela avenida Eng. Alberto de Zagotis: em 2001, no estacionamento do Shopping Interlagos; em 2002, próximo ao Terço Bizantino; em 2003, na praça Acapulco.

Senhor": *"Ah! Eu sou de Cristo. Para se divertir não é preciso beber ou se drogar. A alegria verdadeira vem de Jesus"* (PADRE MARCELO *Folha de São Paulo*, 15/02/1999, p. 4-2). Há aqui um esforço em dar um novo sentido ao carnaval. Alguns depoimentos de fiéis-foliões ilustram a busca pela ressemantização do carnaval. De acordo com os fiéis, ele transformou-o numa *"festa de Deus"*, num evento respeitoso: *"Me cansei das sem-vergonhices, das festas de tirar a roupa. Era uma festa assim que eu sonhava*", destaca a estudante Marcela Sarria Viana, então com 16 anos e que estava debutando nos carnavais (BIANCARELLI, *Folha de São Paulo*, 08/03/2000, p. 3-4).

Durante o "carnaval comum", ocorrem extravagâncias, a inversão de valores. O carnaval é uma ocasião em que a vida diária deixa de ser operativa e, por causa disso, um momento extraordinário é inventado. Nesse período, pode se deixar de viver a vida como fardo e castigo. É uma oportunidade de fazer tudo ao contrário: viver e ter uma experiência do excesso de prazer. Há uma sensação de igualdade social, algo fora da realidade, uma reviravolta positiva (catástrofe), estímulo à diversidade, invenção e a troca de posições numa sociedade marcada pela hierarquia (DA MATTA, 1986: 65-78). O "Carnaval de Jesus" é pólo oposto à festa pagã. O carnaval proposto por Marcelo Rossi pode ser lido, então, como uma inversão simbólica dos rituais da tradicional festa de Momo. Há um religioso cantando num trio e uma grande massa composta de leigos que consumem os bens simbólicos produzidos exclusivamente por um especialista. No "Carnaval de Jesus" o ator social principal é um padre e não o citado rei. Além disso, não é permitida a inversão de valores e posições. Atrás do "trio elétrico de Jesus" só não vai quem não tem fé, que não é católico praticante, quem não respeita as normas morais da Igreja. Por outro lado, ela permite aos fiéis-foliões brincarem o carnaval sem sair da sua religião.

Isso pode ser observado na atitude tomada em relação à transmissão e divulgação do evento em 2000. De acordo com o pe. Marcelo apenas a *Rádio América* iria fazê-lo, pois a ampla divulgação poderia atrair não-cristãos: *"Poderiam vir pessoas que eu não quero"*. Ainda segundo o padre, como não havia costume de ver o carnaval como "festa religiosa", era preciso que apenas os verdadeiros cristãos, aqui entendidos como "praticantes" e não "formais", estivessem no evento, pois estes compreendem que não se tratava de uma "carnaval comum" (IZIDORO, *Folha de São Paulo*, 02/03/2000, p. 3-6). A ação do padre é apoiada por d. Fernando. Em 2001, sobre um caminhão-altar, ele lembrou a importância que o carnaval tinha antigamente para as famílias. *"Era uma época em que a família se preparava para o tempo da Quaresma"*, disse o bispo durante a missa (SASAKI, *Jornal da Tarde*, 28/02/ 2001).

Em lugar do "carnaval devasso", um "carnaval devoto". Percebe-se o esforço de distinguir os dois carnavais e oferecer uma alternativa aos católicos. Está em jogo o conflito lazer profano e catolicismo. Na ótica de padre Marcelo, a *festa de Momo* afasta progressivamente os fiéis dos "bens de salvação" ofertados pelos pastores católicos. Num momento de afirmação diante das novas "empresas de salvação", sobretudo as igrejas neopentecostais, o padre Rossi busca resguardar o controle sobre seu rebanho, impedindo seu afastamento dos espaços e das atividades religiosas. Busca-se ressaltar a identidade cristã a partir do ascetismo, ou seja, de uma renúncia a este mundo, uma espécie de morte quotidiana, que proporcionaria vida no além (FOUCAULT, 1995: 231-249). Este *gerenciamento moral* da sociedade pelo padre Marcelo associa-se à necessidade de um *mercado* apto a consumir os novos "bens simbólicos". Suas ações ambicionam combater a cultura da Modernidade, especificamente seus divertimentos, e instituir um *habitus* com um mínimo de

competência para sentir a necessidade de consumo dos produtos ofertados pela *burocracia religiosa*.

11 – A revista *Terço Bizantino*: difundindo a Palavra do Senhor

No dia 1º de abril de 2001, o padre Marcelo Rossi lança a revista *Terço Bizantino*. Esse periódico bimestral é publicado pela *Novo Rumo*, editora de Curitiba-PR. Cada número possui em média 28 páginas, distribuídas em sessões regulares e especiais. Vários produtos são ofertados na revista – desde livros e garrafas com água benta em forma de Nossa Senhora Aparecida, até remédios – englobando empresas confessionais e laicas. Num primeiro tipo, destacam-se as editoras (*Novo Rumo*), as livrarias (*Nossa Senhora de Fátima*), uma assessoria de comunicação (*Videologia*) e uma fábrica de arte sacra (*Arte Trezento Fiorentina*). O segundo tipo é representado pelo laboratório farmacêutico *Zurita*, que anuncia diversos remédios (*Acnase, Novarrutina, Prinachol e Broncofenil*). Há uma visível predominância de produtos ligados ao padre Marcelo, tais como livros de sua autoria e da sua mãe (Wilma Rossi), a linha *Pe. Marcelinho* destinada ao público infantil (marca texto, quebra-cabeça, livros de colorir, jogo da memória, CD, livros de histórias), seus filmes (*Maria, Mãe do Filho de Deus* e *Irmãos de Fé*), CDs e sua página na *Internet*. Além dos produtos, *Terço Bizantino* centra sua imagens na figura do padre Marcelo e do bispo Dom Fernando – que aparecem em destaque na capa e no corpo da revista – e na divulgação dos programas midiáticos.

Entre as inúmeras estratégias utilizadas para atrair os fiéis estão as promoções. Sorteia-se, por exemplo, *"Um convite para assistir à missa de Dom Fernando e Padre Marcelo no altar do santuário Terço Bizantino"* (*TERÇO BIZANTINO,* n. 2, 2001) e produtos religiosos (*TERÇO BIZANTINO*, n. 3, 2001). Os leitores também são

conclamados a adquirir a assinatura da revista a partir de apelos que ressaltam sua importância evangelizadora. Por fim, brindes (tais como adesivos e cartões), cupons para orações – *"Oração pelos Descendentes"*, *"Oração de São Miguel Arcanjo"* e *"Oração pela Família* – e pedidos de graças são ofertados.

A revista se apresenta como um instrumento de evangelização, como uma opção de informação aos fiéis católicos e também de "ajuda espiritual". Em relação ao primeiro, observa-se a preocupação com a formação de um católico praticante, bem informado, obediente à doutrina da Igreja. Isso pode ser constatado num artigo publicado no bimestre abril/maio de 2005 intitulado "Consagrados na Obediência", de autoria de Maria Emmir Nogueira, o autor destaca a "obediência incondicional" como requisito fundamental para se "viver a perfeita caridade de Cristo" (NOGUEIRA in TERÇO BIZANTINO, n. 23, 2005: 14-15).[64] Essa orientação evidencia-se nas matérias de caráter evangelizador, tais como *Mensagem de Dom Fernando*, *Santo do Mês*, *Estudo Bíblico*, *Vida Cristã*, *Pe. Marcelinho, Espaço Jovem, Meditando com o Terço Bizantino* e *Conversando com o Pe. Marcelo.*

Evidencia-se uma ênfase na obediência à Igreja como sinal de catolicidade, principalmente levando em conta que, cada vez mais, os católicos fazem uma religião em que escolhem ao gosto pessoal. No estudo realizado pelo CERIS, já mencionado, constata-se a tendência pluralista do catolicismo brasileiro: *Jesus e seus ensinamentos* aparece em primeiro lugar (37%), seguido da crença que confirma o catolicismo institucional – *Jesus Cristo, Maria e nos ensinamentos da Igreja Católica* (36%). A

[64] As atitudes apontadas pela autora são: 1) ter a certeza e incondicional intenção de fazer a vontade de Deus – "reta intenção"; 2) santo abandono nas mãos de Deus através das minhas autoridades; 3) total sinceridade da parte de quem obedecer nas suas intenções, motivações, circunstâncias, sem nenhum desejo de manipular a autoridade para a minha vontade; 4) despojamento interior a respeito da decisão seja ela qual for; 5) disposição real e concreta de todas as práticas sem recursos de enganos próprios ou adaptações à ordem dada: 6) ter a consciência de que a tua autoridade pode correr o risco de cometer num erro humano, mas que não será um erro divino (NOGUEIRA in TERÇO BIZANTINO, n. 23, 2005: 14-15).

figura de Jesus é uma referência central na religiosidade dos segmentos entrevistados. Outro aspecto que configura esse quadro genérico é a presença de 15% dos entrevistados que crêem *em Deus ou em uma Força Superior, sem pertença religiosa*. Essa religiosidade individualizada também traduz a perda da influência do catolicismo. Nesse grupo, se encontra uma representação de crer, que expressa uma busca religiosa à margem das instituições religiosas. Cogita-se que exista, entre os indivíduos desse grupo, uma articulação de um sistema de crenças que reúna distintas tradições religiosas. Nesse caso, as fronteiras tradicionais entre os sistemas religiosos, normalmente garantidas por uma doutrina, pela tradição ou ritual, passam a ser organizadas pelos indivíduos. Nesse processo de desinstitucionalização religiosa, abre-se a possibilidade de troca de valores culturais entre diferentes universos valorativos e reinventa-se o sincretismo brasileiro (MARTINS in: CERIS, 2002: 62-63).

As características levantadas revelam a diversidade interna de representação do catolicismo e a constatação de que algumas dessas modalidades são mais expressivas. A primeira delas refere-se ao catolicismo institucional, forma que, pelos resultados encontrados, aponta maior adesão dos próprios católicos, que expressam crer nos fundamentos elementares de sua fé, através da crença em *Jesus Cristo, Maria e nos ensinamentos da Igreja Católica*. Ela é a forma mais expressiva de todas a demais, porque, em relação à totalidade dos católicos entrevistados, reflete a preferência de 52%. O restante distribui-se em outras representações. Nesse subuniverso, a primeira forma de religiosidade é o *catolicismo minimalista*[65]. Entre os católicos constata-se que se trata da segunda maior expressão, assinalada em 31% dos entrevistados. A terceira representação diz respeito à crença em *Deus ou em uma Força Superior*. Ela traduz a

[65] Nesta tipologia a maior parte dos elementos constituintes da tradição católica, como a devoção a Maria e os ensinamentos doutrinários da Igreja são abandonados, e o fiel preserva a identificação católica por meio de Jesus e seus ensinamentos.

identidade católica apenas como identificação social ou cultural. Dos católicos entrevistados, 12% ainda mantêm uma ligação com o catolicismo tradicional, enquanto representam a identidade de todo brasileiro, como aqueles que conservam sua identidade católica por tradição familiar, freqüentando a Igreja somente para os ritos de passagem ou alguma missa. A quarta modalidade identifica um pequeno grupo de indivíduos que são simultaneamente católicos e espíritas. Esse grupo perfaz 3% de católicos, que indicam a crença em *Jesus como Espírito de Luz e na Reencarnação dos mortos*. Conclui-se que, de um lado, o catolicismo institucional se mantém influente em pouco mais da metade dos próprios católicos. De outro, a parte restante expressa uma diversificação exemplificada pelas seguintes modalidades: *catolicismo minimalista*, *catolicismo tradicional* e *catolicismo afro-brasileiro* (MARTINS in: CERIS, 2002: 65-67).

A motivação religiosa destacada entre os católicos volta-se, de maneira geral, para uma validação de natureza individual, indicada pela ênfase dos que crêem porque vivem uma experiência religiosa e realizam uma busca existencial pela religião. Essas duas categorias retratam motivações de caráter individual, pois ora o católico está em busca de uma resposta interior, ora sente-se motivado pela percepção de *proximidade de Deus em sua vida*. As demais motivações também são mencionadas, entre elas, o reconhecimento da *tradição* como fonte de sentido e o encontro de uma verdade religiosa. Com a possibilidade de apresentação de outra motivação que justificasse sua crença religiosa, percebeu-se que ocorre uma ampliação do rol das motivações entre os católicos. De um lado, existe a predominância de católicos que validam suas motivações por razões individuais, conforme satisfação emocional ou percepção particular da relação com Deus. De outro, há também católicos que justificam suas

crenças pela tradição da instituição ou porque encontram nela uma expressão de verdade religiosa (MARTINS in: CERIS, 2002: 81-83).[66]

Dentre as matérias evangelizadores aqui elencadas, algumas podem ser destacadas. A seção *Instante de Reflexão* enfoca temas relacionados aos sacramentos, como a unção dos enfermos (TERÇO BIZANTINO, n. 2, 2001: 14-15) e o crisma (idem, n. 3, 2001: 12-13), assim como dúvidas sobre a "ira de Deus", salmos, Apocalipse, significado do sábado e a comunicação entre Deus e "Seu Povo" (idem, n. 10, 2003: 16-17).

Essa propaganda dos Sacramentos pelo padre Marcelo é uma resposta à baixa freqüência dos fiéis. De acordo com a pesquisa do CERIS, os católicos valorizam os sacramentos do *Batismo* e da *Confissão*, demonstrando afinidade com o aspecto sacramental da Igreja Católica e, de certa forma, com modos tradicionais de vinculação religiosa. Há diferenças importantes nos níveis de valorização. Enquanto o *Batismo* é visto como *fundamental* para 50,8% dos católicos, a *Confissão* é fundamental para 28,6% e é importante para 30,1%. Entretanto, 28,8% de católicos não vêem importância na *Confissão*, índice bem acima dos que não valorizam o *Batismo*, 18,4%. (FERNANDES in: CERIS, 2002: 124-126). A defasagem apontada pela pesquisa revela que a valorização do *Batismo* em detrimento da *Confissão* ressalta o caráter formal de parcela do catolicismo brasileiro. O primeiro significa, na leitura oficial, a "porta da vida no Espírito e a porta que abre o acesso aos demais sacramentos". Por meio desse sacramento, ocorre a "libertação do pecado", a "regeneração como filhos

[66] São apresentadas duas conclusões em relação às *crenças e motivações*: 1) o catolicismo que reúne os aspectos fundamentais da doutrina católica sofre concorrência de outras formas, 2) por meio das motivações que sustentam essas representações, são perceptíveis duas vertentes de orientação simultâneas - a primeira traduz a importância da instituição, que é reconhecida como fonte de significação ética e portadora de valores tradicionais e de uma verdade religiosa, e a segunda orientação expressa a radicalidade da cultura do indivíduo e sua relação com a religião (MARTINS in: CERIS, 2002: 81-83).

de Deus" e a incorporação do indivíduo a Igreja e "feito parte de sua missão". A Confissão faz parte do sacramento da penitência. É uma obrigação regular de todos os fiéis. (CATECISMO, 2001: 340; 401). Nessa perspectiva, o sacramento valorizado pelos fiéis é aquele que significa entrada formal ao catolicismo, os sacramentos da iniciação cristã, como o Batismo. Aqueles que denotam freqüência regular são pouco valorizados, tais como C*onfissão*, *Eucaristia*, *Penitência* e *Reconciliação*.

Conversando com o Pe. Marcelo responde, baseando-se sempre no pensamento oficial da hierarquia católica, a questões selecionadas dos leitores. A seção tem como objetivo *"esclarecer suas dúvidas sobre os temas relacionados à Igreja Católica"* (ROSSI in: TERÇO BIZANTINO, n. 2, 2001: 06). As questões respondidas pelo padre Marcelo enfocam temas como: cremação, o que se faz no céu?, a exclusividade da hóstia no recebimento da Eucaristia, a morte prematura de crianças, traição de Judas e falta de incentivo dos padres à leitura da Bíblia (Idem); adultério, doação de órgãos, ressurreição, irmãos de Jesus, contrição, suicídio e diferenças entre alma e espírito (ROSSI in: TERÇO BIZANTINO, n. 3, 2001: 06-07); evolução das espécies, gerações, "coração ferido", criaturas de Deus e valor da oração (ROSSI in: TERÇO BIZANTINO, n. 9, 2002-2003: 12-13); abertura do coração a Deus, problemas espirituais, Evangelhos Apócrifos (ROSSI in: TERÇO BIZANTINO, n. 10, 2003:12-13); principados e potestades, leitura da Bíblia, carismas e Renovação Carismática Católica (ROSSI in: TERÇO BIZANTINO, n. 16, 2004: 16-17).

Em *Mensagem de Dom Fernando*, o bispo explica temas como significado das orações aos antepassados (FIGUEIREDO in: TERÇO BIZANTINO, n. 2, 2001: 05), a proteção dos anjos (FIGUEIREDO in: TERÇO BIZANTINO, n. 3, 2001: 05), o significado da Quaresma (FIGUEIREDO in: TERÇO BIZANTINO, n. 10, 2003: 05) e do Natal (FIGUEIREDO in: TERÇO BIZANTINO, n. 9, 2002-2003: 05), a obediência

de Maria (FIGUEIREDO in: TERÇO BIZANTINO, n. 14, 2003: 08), a Eucaristia (FIGUEIREDO in: TERÇO BIZANTINO, n. 20, 2004: 05) e a importância da solidariedade e da penitência durante a Quaresma (FIGUEIREDO in: TERÇO BIZANTINO, n. 22, 2005: 06).

Os leitores infantis são contemplados com as histórias em quadrinhos do Pe. Marcelinho. Sua estréia ocorreu na edição de outubro/novembro de 2001 como *"Homenagem ao Dia das Crianças"*. A entrada do personagem inicialmente se deu através duma história em quadrinhos, seguida de uma linha de produtos religiosos destinada exclusivamente à evangelização das crianças, incluindo brinquedos, livros e CD. Através de uma linguagem acessível a esse público, as histórias, assim como os produtos, possuem grande ênfase nas cores e focalizam atividades lúdicas.

O enredo dos quadrinhos focaliza um espaço urbano típico da sociedade brasileira. Aparecem crianças jogando futebol, felizes, obedientes em relação aos ensinamentos religiosos e ávidos pelo consumo de produtos, neste caso, um par de tênis. Em alguns momentos, é possível se fazer uma comparação entre o texto e as imagens (desenhos e cores) com os gibis destinados ao público infantil, como os quadrinhos de Maurício de Souza (Mônica, Cebolinha) ou da Disney (Mickey Mouse, Pato Donald).

Os temas retratados nos quadrinhos do Pe. Marcelinho têm diversos sentidos. O primeiro é o evangelizador, observado nos episódios que retratam a "criação perfeita de Deus" (*TERÇO BIZANTINO,* n. 3, 2001: 26-27), o significado do Natal (*TERÇO BIZANTINO,* n. 9, 2003: 26-27), o Batismo (*TERÇO BIZANTINO,* n. 10, 2003: 26-27), as representações de Nossa Senhora (*TERÇO BIZANTINO,* n. 14, 2003: 26-27; n. 20, 2004: 24-27), a criação do presépio (*TERÇO BIZANTINO,* n. 21, 2004: 26-27). Em segundo lugar, as histórias apresentadas focam temas educativos, tais como educação

no trânsito (*TERÇO BIZANTINO,* n. 23, 2005: 26-27) e os males da auto-medicação (*TERÇO BIZANTINO,* n. 22, 2005: 26-27). Por fim, observa-se também o uso dos quadrinhos como veículo de divulgação das ações do padre, como no episódio que retrata a ida dos personagens ao filme "Maria, Mãe do filho de Deus" (*TERÇO BIZANTINO,* n.14, 2003: 26-27) e ao santuário do Terço Bizantino (*TERÇO BIZANTINO,* n. 16, 2004: 30-31).

Além do personagem alusivo ao padre Marcelo Rossi, estão presentes o frei Nando, personagem referente a Dom Fernando Figueiredo. Verifica-se uma estrutura comum nos episódios analisados: os temas são introduzidos a partir de dúvidas lançadas pelas crianças ao pe. Marcelinho e ao frei Nando. Sempre quem traz a palavra final é o frei, evitando leituras "equivocadas" por parte das crianças quanto aos valores e ensinamentos oficiais da Igreja Católica. Por exemplo, no episódio intitulado "Nossas Senhoras?", um grupo de crianças pergunta a frei Nando quantas Nossas Senhoras existem. Juntamente com pe. Marcelinho, o frei destaca que existem muitas "representações", mas apenas uma Nossa Senhora. Diante dessa afirmativa, são apresentadas possíveis dúvidas entre as crianças, rapidamente "corrigidas" pelos "religiosos". Ainda nesse episódio, o pe. Marcelinho convida as crianças a assistirem o filme "Maria, a Mãe do filho de Deus". Ao chegar ao cinema, as falas dos personagens destacam o "tamanho da fila" e a "boa acolhida ao final". Em destaque, no último quadro aparece o pe. Marcelinho segurando um cartaz que convida os leitores: "E você? Vai perder este filme?" (*TERÇO BIZANTINO*, n. 14, 2003: 24-27).

Num episódio em que os personagens participam duma missa no santuário do Terço Bizantino, a preocupação com a evangelização se evidencia. Os protagonistas explicam o funcionamento do local e destacam o trabalho dos "voluntários" – frei Nando ressalta que "eles estão trabalhando para Jesus". Durante a missa, as falas das

crianças evidenciam algo de diferente na celebração, quando uma delas destaca "a gente se sente feliz aqui dentro". O frei reitera: "participar das missas e vir à Casa de Deus é sempre uma festa". Pe. Marcelinho responde: "mais que isso (...) é a melhor festa que já fui" (*TERÇO BIZANTINO*, n. 16, 2004: 30-31).

A "homenagem ao Dia das Crianças" traz uma evidente mensagem, pois os textos e as imagens não enfocam apenas o quotidiano infantil. A conotação aqui apresentada estabelece um comportamento padrão às crianças: obediência e respeito aos conselhos dos adultos, sobretudo se este é um frade.

Nessa criação, destaca-se a adaptação feita quanto ao padre Marcelo Rossi, que adquire um novo corpo e nome. Em termos litúrgicos, é questionável o título de padre atribuído a uma criança. Entretanto, neste caso ele significa aproximação e, ao mesmo tempo, distinção. Marcelo Rossi torna-se, assim como o "Seninha" (personagem infantil alusivo ao falecido piloto Airton Senna), um agente que adapta sua linguagem, vestimentas e práticas. Do mesmo modo, a permanência do distintivo "padre" remete à importância de Marcelo Rossi como agente religioso que possui atribuições distintas das demais crianças. Ele não é uma simples criança, mas um "sacerdote infantilizado".

Como já foi dito, o segundo aspecto que se destaca na revista *Terço Bizantino* é proporcionar auxílio e conforto espiritual aos fiéis. Isso pode ser constatado nas inúmeras orações, mensagens e bênçãos colocados a disposição dos leitores nas seguintes seções: *Instante de Reflexão*, *Orações Semanais*, *Orações Especiais*, *Mensagens Especiais* e *Bênção do Pe. Marcelo*. Há, inclusive, no tocante às orações, preocupação em ofertá-las a partir de temas específicos, como pode ser constatado nas *Orações Semanais*: "oração pela cura das gerações", "oração para momentos de angústia", "oração do enfermo", "oração dos desempregados", "oração de cura", "oração dos namorados" (TERÇO BIZANTINO, n. 1, 2001: 16-17). Nesse aspecto, há

uma preocupação constante em demonstrar a eficácia da fé, como pode ser observado nas dezenas de *Consagrações* e *Testemunho de Fé* publicadas na revista.

Terço Bizantino também fornece aos fiéis informações ligadas à saúde. Na seção *Espiritualidade e Saúde* um médico – Fernando Luxei – traz informações sobre problemas de saúde. Em diversas passagens ele demonstra seu vínculo católico, não distinguindo bem-estar físico e bem-estar espiritual. Por exemplo, no artigo "Médico de Corpo, Médico de Alma", Luxei enfatiza os males causados ao corpo pelo mal-estar espiritual causado pela "raiva, inveja e vaidade" (LUCCHESE in: TERÇO BIZANTINO, n. 2, 2001: 18). Esta mesma associação está presente num texto sobre doenças ligadas ao coração, quando se destaca que "a melhor forma de obter a paz de espírito é rezar" (LUCCHESE in: TERÇO BIZANTINO, n. 3, 2001: 28). Em outros números, o médico explica a intoxicação (LUCCHESE in: TERÇO BIZANTINO, n. 10, 2003: 07); presbiopia, catarata, diabetes, glaucoma e degeneração inocular (LUCCHESE in: TERÇO BIZANTINO, n. 16, 2004: 20-21). No bimestre dezembro/janeiro entre 2004 e 2005 respectivamente, outro médico escreve na revista. "Corpore Sano" de autoria de Rogério Fraga esclarece dúvidas sobre a vacinação de idosos contra a gripe (FRAGA n: TERÇO BIZANTINO, n. 21, 2004-2005: 08-09).

12 – Os filmes: dramatizando o Senhor e a Senhora

Quando esteve no programa *Vitrine*, da TV Cultura, em dezembro de 2002, Marcelo Rossi deixou algo suspenso no ar:

> *"Já entramos em tudo, Internet, rádio, TV. Faltava só um lugar, que é um sonho há três anos. E tem um diretor, que eu não posso te falar agora, que há três anos ele quer fazer algo religioso (...). Um filme religioso"* (Entrevista concedida ao Programa Vitrine, ao jornalista Marcelo Taz, da TV Cultura, exibido em 18/12/2002).

Pelo exposto, via-se que a próxima investida do padre seria no cinema. Numa outra entrevista, Rossi destacou que um funcionário da *Universal* havia lhe dito *"Padre, só falta o cinema"*. Ao conversar com o então presidente da gravadora, Marcelo Castelo Branco, a proposta não vingou, pois a gravadora não tinha estrutura para filmagem no Brasil. Diante desse impasse, o religioso fechou contrato com a Sony e sua subsidiária, a *Columbia Pictures*. Juntamente com a nova gravadora, Marcelo Rossi pretendia produzir um longa-metragem sobre religião e evangelização no Brasil. E de fato, ele veio em 2003. O título é bastante sugestivo para um padre formado na Renovação Carismática: *Maria, Mãe do Filho de Deus*.

A produção é de *Diler Trindade* – que tem em sua cartela os filmes de Xuxa e Renato Aragão e busca a fixação de um cinema de grande público no Brasil – e dirigido por Moacy Góes. Foi orçada em R$ 6 milhões, contou com 63 atores, figurino de 400 peças e chegou a envolver 500 profissionais num dia de filmagem. A produtora realizou megaoperação mercadológica antes de apresentar o projeto ao padre. Passou dois anos estudando o filão de filmes com temas espirituais e formando grupos de discussão com católicos, especialmente carismáticos. As filmagens envolveram locações em dunas a 500 quilômetros de Natal e tiveram o apoio do Governo do Estado do Rio Grande do Norte, de prefeituras e do Exército (MARTHE e VALLADARES, *Veja*, 2003: 96-103).

A distribuição pela Columbia movimentou R$ 1,8 milhões e o lançamento teve megaoperação de *marketing*. A ofensiva incluía lançamento em dez capitais com o padre, além de sua participação em programas de TV. Tendo como co-produtor a Globo Filmes, o longa foi divulgado em programas como "Xuxa no Mundo da Imaginação" e a "Turma do Didi". A Rede Vida exibia o trailer quatro vezes ao dia.

Além disso, a distribuidora negociou com o México e a Espanha a venda do filme, dublado pelo próprio padre (MARTHE e VALLADARES, *Veja*, 2003: 96-103).

Assim como as demais atividades artísticas, o padre não recebeu cachê. O contrato foi firmado entre a Columbia e o Terço Bizantino e previa que 50% do lucro obtido com a bilheteria seria destinado às obras sociais do Santuário. A partir de 10 de outubro de 2003, começou a ser exibido nas salas de cinema, alcançando a sétima maior bilheteria do cinema nacional desde 1995. Em menos de um ano, o filme se transformou num DVD, estrategicamente lançado no Dia das Mães, que também bateu recordes de vendas.

O filme focaliza duas épocas distintas e, ao mesmo tempo, aproximadas pela esforço para tornar os episódios bíblicos relativos a Jesus e Maria como plausíveis no quotidiano dos fiéis. O primeiro momento se passa num pequeno no Brasil contemporâneo. Maria Auxiliadora (Giovana Antonelli) deixa com o padre sua filha de sete anos (Ana Beatriz Cisneiros), enquanto vai ao hospital saber se a garota sofre ou não de grave doença. Para distrair a pequena, Marcelo Rossi lhe conta a história de Maria. A saga de Jesus é narrada de forma didática através da imaginação da criança. Nesse segundo momento, a mãe (Antonelli) de Joana é Maria e Jesus (Luigi Baricelli) é o mesmo moço que lhe dera um bombom no caminho da Igreja. Nas cenas com a menina, Marcelo Rossi interpreta a si mesmo e faz a narração. Na história bíblica ele encena o anjo Gabriel.

Embora distintos no tempo e no espaço, o filme intercala os dois momentos. Ao mesmo tempo em que conta a história à criança, mantém seus afazeres de vigários, presta auxílio espiritual numa cadeia e numa enfermaria de um hospital e recebe as visitas de seus pais e de Dom Fernando Gomes. As dores das duas Marias em relação ao sofrimento de seus filhos sãos aproximadas. Ambas são constituídas como modelos

ideais de obediência, fé e dedicação aos filhos. *Maria, Mãe do Filho de Deus* termina com o retorno de Maria trazendo o resultado do exame de saúde da sua filha. Emocionada, a mãe informa ao padre a cura de Joana, graça atribuída por ambos a Nossa Senhora. Ao final, Marcelo Rossi agradece a Deus pela graça concedida.

A incursão do padre Marcelo pelas telas não parou com o primeiro filme. Em 2004 é produzido o segundo longa, intitulado *Irmãos de Fé*. A produção e a direção são as mesmas do filme anterior, com um custo estimado em R$ 6,6 milhões, recursos advindos da lei de incentivos fiscais. Conta a vida do apóstolo Paulo de Tarso, judeu convertido ao cristianismo. Mostra cenas em que Saulo (depois Paulo de Tarso) persegue, aprisiona, tortura e assassina cristãos, sua conversão ao cristianismo e seus esforços evangelizadores.

A aproximação entre as histórias bíblicas e o quotidiano brasileiro é utilizada como estratégia de plausibilidade, como feito em *Maria, Mãe do Filho de Deus.* Novamente a intenção é enfatizar a importância da "ajuda espiritual" na solução de problemas. Se no primeiro filme a intercessão divina concebeu a cura a uma menina com suspeita de doença grave, em *Irmãos de Fé* a religião foi fundamental no resgate de um jovem infrator. O filme é iniciado com cenas de violência em São Paulo, quando dois menores fazem um seqüestro relâmpago de um casal da terceira idade. Após a prisão de Paulo, um dos menores, sua irmã vai ao encontro do padre Marcelo no santuário do Terço Bizantino. Após acolhimento, ambos se dirigem a uma unidade da FEBEM para visitar o menor preso. Padre Marcelo presenteia o menino com uma Bíblia. Após resistência, o jovem inicia a leitura do livro, especificamente da história da conversão de Paulo de Tarso. Aos poucos, essa história é narrada através de intercalações com a contemporaneidade. As duas histórias se cruzam. Padre Marcelo converterá o garoto Paulo, interno da Febem, assim como Jesus o fez com Paulo.

A produção cinematográfica do padre Marcelo Rossi não se diferencia das demais estratégias e bens simbólicos ofertados aos fiéis. Nos dois filmes até então produzidos é notável o propósito de mostrar a plausibilidade das histórias bíblicas. As realidades dessas histórias ambiciona atualizar o mundo cristão fazendo com que tais realidades apareçam como óbvias e que sucessivas gerações de indivíduos sejam socializados de tal modo que esse mundo seja real para eles (BERGER,1985). Maria, Mãe do Filho de Deus e Irmão de Fé se inserem num conjunto de práticas e rituais de legitimação específicos que mantêm a fé acima e além de sua sustentação básica por um meio social (BERGER, 1996).

Capítulo 3
Inovação e Tradição no pensamento do padre Marcelo Rossi

"A religião pode ser uma pedra lançada na terra; mas deve ser uma pedra palpável, e alguém deve lançá-la" (GEERTZ, 2004: 16-17).

É comum ver-se o padre Marcelo como um "padre moderno", que "renovou" o catolicismo brasileiro atual. Este capítulo tem como objetivo apontar uma certa tensão nos discursos e nas práticas do pe. Rossi. Busca-se mostrar até que ponto ele dialoga ou rejeita o "mundo". Como em seu agir convivem *modernidade* e *Tradição*.[67]

1 – Um Catolicismo secularizado

As práticas rossianas são marcadas pela aceitação da *modernidade*, aquilo que o próprio padre denomina "abertura" da Igreja para o mundo. Esta "abertura" é marcada pela preocupação com a eficácia das práticas religiosas, atribuindo grande importância aos "gostos" e "vontades" dos fiéis. É uma visão pragmática, sobre dois temas centrais: o uso dos meios de comunicação e a necessidade de mudanças litúrgicas mais adequadas.

Em relação ao primeiro tema, percebe- se nos discursos do padre Marcelo uma associação entre religião e mercado midiático, como ele afirmou em entrevista *"testo, canto e vejo a reação dos fiéis"* (*Folha de São Paulo*, 06/02/2000, p. 1-13). Tal fala demonstra uma forte preocupação com a eficácia das estratégias evangelizadoras,

[67] No sentido religioso, a tradição seria um conjunto de crenças, práticas e formas de organização institucional transmitidas de geração a geração por uma religião. Na concepção católica, a Tradição tem como ponto de partida as "verdades" transmitidas pelo ensinamento de Cristo ou reveladas pelo Espírito Santo aos apóstolos e seus sucessores, o papa e os bispos. Ela é confirmada pelos padres da Igreja, os concílios e os dogmas promulgados pelo magistério. A síntese dos pensamentos da Igreja está contida no Catecismo Católico[67], que traz os ensinamentos da doutrina, vida e culto. De acordo com a postura oficial do clero, este documento perpetua e transmite a todas as gerações "tudo o que ele é, tudo o que crê". Nele é reforçado que a tradição vem dos apóstolos e transmite o que estes receberam do ensinamento e do exemplo de Jesus Cristo (CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA, 1999: 34-35).

sobretudo buscando assegurar o retorno dos fiéis, assegurar a hegemonia do campo religioso. Nota-se a perspectiva pragmática. Padre Marcelo "testa" como qualquer vendedor de mercadoria. Nesse caso, ele se apresenta como um "empresário", mas não um mero empresário, aquele de bens de salvação. Num certo sentido, os bens simbólicos ofertados, antes impostos pela autoridade, têm que ser "vendidos" a uma clientela que não está mais obrigada a "comprar". O catolicismo proposto por Marcelo Rossi tornou-se uma "agência de mercado". O padre tem de se organizar de forma a conquistar uma população em competição com outros grupos que têm o mesmo propósito. Imediatamente tornou-se importante a questão da produção de "resultados". (BERGER, 1985).

Do mesmo modo, quando indagado sobre sua participação em diversos programas, novamente o viéis pragmático se evidencia: *"vou a todo programa, a todo lugar"* (*Folha de São Paulo*, 06/02/2000, p. 1-13). Este sentido mercadológico fica explícito num comentário quando comentou sobre a possibilidade de gravação de uma série de TV na Europa: *"percebemos que há mercado"* (*Contigo!*, 22/01/2004, p. 34-39). Nota-se como o padre Marcelo se enquadra no mercado como qualquer "vendedor". Dificilmente um sacerdote convencional falaria assim.

O mesmo sentido mercadológico é observado numa entrevista concedida em dezembro de 1998 sobre o sucesso das suas músicas, especialmente *Erguei as mãos*:

> *"Uma discoteca de São Paulo, que não vou revelar o nome, colocou uma das músicas do meu CD, todos aplaudiram e dançaram ao som de "Erguei as mãos". As aulas de aeróbica estão sendo feitas com a música dos animaizinhos. Estamos entrando aonde nunca imaginamos com a palavra de Deus" (Noroeste News*, 09/12/1998).

Nesta fala do padre Marcelo fica evidente a adaptação ao mundo. Os bens simbólicos ofertados pelo padre Rossi não devem estar restritos aos espaços tradicionais, como os templos religiosos. Suas músicas devem atingir locais onde, na ótica do clero, o pecado está presente, tais como as "casas noturnas". Na concorrência com as outras empresas da salvação há um reconhecimento de um objeto de luta em comum: ganhar adeptos ou perecer. Nesse sentido, este agente denota conhecimento das regras do jogo, do sentido do campo. Considerando a diminuição do seu rebanho, padre Marcelo combate o avanço de outras "empresas de salvação", que poderiam atrair o rebanho de fiéis, base de sua sustentação material. Para isto vale tudo ou quase tudo.

Padre Marcelo enfatiza o poder da mídia como instrumento de evangelização. Sua definição de comunicação, inclusive, revela "abertura" ao mundo: *"é simples, através da repetição. São coisas rápidas, para a sociedade de hoje. Flashs. Mas você vai na necessidade da pessoa, vai no coração da pessoa"* (SÁ, *Folha de São Paulo*, 28/10/96. p. 1-1).

Tal discurso evidencia a tentativa de "atualização" do catolicismo. Vários signos discursivos apontam a busca da plausibilidade da comunicação proposta pelo padre Marcelo. Primeiramente, destacam-se dois aspectos: "simplicidade" e "repetição". Tais discursos devotam um interesse explícito em atingir o grande público. Postula-se uma comunicação em linguagem acessível à maioria da população que, no passado, tinha dificuldades em se identificar com os discursos "distantes" dos padres tradicionais, assim como com os discursos "intelectualizados" dos adeptos da *Teologia da Libertação*. Agora Marcelo Rossi propõe uma comunicação que incorpora elementos do *marketing*, principalmente a repetição.

Padre Marcelo considera sua presença nos meios de comunicação como um "jogo de xadrez". Isso inclui estratégias de aparição e retirada: ***"****tudo foi muito consciente. Não esqueça que eu jogo xadrez. Chega um momento em que penso: está na hora de recuar a peça (...) Estou falando com católicos afastados da Igreja"* (*Contigo!*, 21/12/1999).

Está evidente que o uso da mídia como instrumento de evangelização é estrategicamente pensado: ***"****eu não estou sentado, estou atendendo um pedido do Papa, eu não fico esperando as pessoas chegarem. Através dos meios de comunicação eu estou dizendo: 'Acorda, sem Deus você não é nada'. Essa é a minha função****"*** (*Noroeste News*, 09/12/1998).

Através deste trecho, observa-se que a evangelização proposta pelo padre Marcelo tem um caráter ofensivo. Isso está explícito quando afirma "não estou sentando" e "não fico esperando". Aqui está evidente que há uma disputa pelos fiéis. Noutro trecho de discurso isso pode ser confirmado:

> *"Querendo ou não, você atinge a todo mundo. Estou trazendo as pessoas para a Igreja e não para mim. Não sou artista, ator ou cantor. Sou um sacerdote em busca de seu rebanho (...). Olha que beleza é a mídia! E sabendo usá-la... Eu não preciso sair da minha Arquidiocese para atingir e "acordar" todo mundo. O sucesso vem com o meu rebanho voltando à Igreja, e se este foi o caminho escolhido para trazê-lo de volta, eu aceito..."* (*Revista Fé e Luz*, 12/1999).

Esta preocupação com a recepção da "nova evangelização" associa-se a outro aspecto presente em seus discursos: um tipo de fiel específico. Para isto é necessária uma evangelização que não negligencie seus receptores. Quando fala, por exemplo, do jovem e da criança, Marcelo Rossi deixa clara sua opção:

> *"Acredito que o meu objetivo é a criança e o jovem. Porque eles são o futuro da Igreja e do Brasil. Fiz este ano o "Carnaval de Jesus". Acabei a Missa, e durante 1 hora e 12 minutos os jovens pularam pra Jesus. Eu disse pra eles: "Vocês terão muito mais alegria do que os outros jovens que estão pulando o carnaval lá fora, sujeitos a drogas e bebidas alcoólicas" (Revista Coleção Glória ao Senhor*, 01/04/1999).

Observa-se que o padre Marcelo está ciente de que o avanço da secularização atinge principalmente a camada jovem. Dessa forma, suas propostas de evangelização buscam atingir essa parcela da população, assim como fazer com que os fiéis católicos retornem à freqüência aos sacramentos com a música: **"***e que instrumento maravilhoso! A prova está aí, você está vendo o retorno das pessoas à religião através da música"* (*Época*, 1/03/1999).

A importância atribuída ao mercado levou o padre Marcelo a algumas mudanças em relação aos contratos. Novamente o sentido pragmático se evidencia no discurso do

padre quando justifica sua transferência da gravadora *Universal* para a *Sony*. Segundo o religioso, essa mudança ***"****abriu as portas para eu poder realizar esse filme [Maria, Mãe do Filho de Deus], então, trata-se de uma providência divina"* (*O Fuxico*, 22/05/ 2003)**.** A assinatura do contrato com a rádio Globo também foi marcada com certo entusiasmo do padre Rossi: *"na Rádio América eu falava para 200 mil pessoas por dia em São Paulo. Na Globo, entro em Belo Horizonte, São Paulo e Rio de Janeiro. Diariamente, são 1,6 milhão de ouvintes..."* (*Istoé*, 07/04/2004, p. 07-11).

A preocupação pragmática no discurso rossiano está presente no sentido atribuído à religião pelos fiéis. Segundo Marcelo Rossi, cabe ao padre estar atento ao interesse do laicato:

> *"... acho que o movimento da Teologia da Libertação se voltou demais para o social e se esqueceu do espiritual (...). Toda ideologia afasta pessoas. A maior queda no número de católicos aconteceu após essa ideologização (...). Agora imagine ir à Igreja em busca de conforto espiritual e ouvir o padre falar de política ..." (Istoé, 07/04/2004, p. 07-11).*

Em relação às mudanças operadas na liturgia, novamente a ênfase recai sobre a necessidade de retorno dos fiéis ao catolicismo, como afirmou em 1998: *"eu completo quatro anos de sacerdócio agora. Eu tenho recebido muitos testemunhos de pessoas que voltaram para suas paróquias. Isso é o fruto do meu trabalho."* (*Noroeste News*. 09/12/1998). Para isto, conforme ele destaca, foi preciso "atingir", "abrir o caminho", "desbravar" (*Revista Fé e Luz***,** dez./1999).

Justificando o uso das coreografias, destaca-se no seu discurso o termo "necessidade", ele diz: *"percebi a necessidade de levar as pessoas a terem esse prazer de estar na Missa"* . Além desse sentido, está presente também nesta fala um esforço de plausibilidade. O termo "prazer" demonstra a busca por transformar a prática religiosa em algo sedutor, prazeroso, termo tão complexo na teologia cristã. Essa

posição contrapõe-se à tradição católica, na qual as obrigações religiosas, como a freqüência regular à missa, são vistas como obrigações, como um fardo. Noutro trecho há uma associação entre alegria e religião, outra faceta importante no discurso e nas práticas do padre Marcelo: *"Para mim, Deus é alegria (...). É preciso dar esperança, fazer o fiel conhecer Cristo".* (*Istoé*, 07/04/2004, p. 07-11).

2 – Um Catolicismo tradicional

A visão do padre Marcelo Rossi é marcada pela afirmação da Tradição Católica. Essa afirmação se concretiza a partir de três temas gerais: "fé" incondicional, obediência à hierarquia e condenação de alguns valores da modernidade.

No livro *Eu sou feliz por ser católico*, lançado em 2000, Marcelo Rossi comenta e transcreve alguns textos "primitivos" da história da Igreja Católica. De acordo com Dom Fernando, prefaciador da obra, a intenção do padre é transmitir, de "modo simples", trechos de documentos que marcaram essa história. O livro é apresentado como um "instrumento de evangelização" àqueles fiéis que estão retornando à freqüência regular ao catolicismo Os temas escolhidos obedecem claramente à opção de formar um fiel católico obediente e praticante. O texto em geral tem um tom didático. Padre Marcelo apresenta alguns comentários gerais relativos aos temas e transcreve algumas passagens dos textos antigos. *Eu sou feliz por ser católico* está estruturado em sete capítulos, bibliografia, apêndice e cronograma das atividades exercidas pelo padre Marcelo (ROSSI, 2000: 07).

> Nos comentários o padre Marcelo ressalta a defesa da "fé incondicional" a partir de dois temas: Eucaristia e Maria. Quanto ao primeiro, Rossi o destaca como centro da vida cristã. Como esclarece, sua proposta é "deixar para você alguns escritos históricos que dão claro testemunho da real presença do Senhor no sacramento do altar". Do mesmo modo, o leitor é alertado para o fato de que, desde os primeiros séculos da Igreja, não se encontra "nenhum texto que duvide da real presença de Cristo na Eucaristia" (ROSSI, 2000: 09).
>
> No tocante ao culto a Maria, padre Marcelo destaca os títulos atribuídos a Maria nos textos antigos: "cheia de graça", "serva do Senhor", "mãe de meu Senhor" e "Bem-aventurada". A seleção exalta o exemplo de Maria como fiel "respeitada e honrada", sua concepção virgem, obediência, santidade e aparições. Ao exaltar o exemplo de *Virgem*, alinha-se à doutrina oficial da Igreja Católica, que a considera *"modelo de fé e da caridade"*, como aquela que cooperou *"na obra do Salvador para a restauração da vida sobrenatural das almas"* (CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA, 1999: 273).

Outro componente da visão de Rossi é a relação com a hierarquia. Em diversas passagens, Rossi deixa evidente sua subordinação ao Vaticano. Em *Eu Sou Feliz por Ser Católico*, Marcelo Rossi reforça o "Primado da Igreja Católica" e destaca a vontade de Cristo em relação à continuidade e escolha de seus ministros. Confirma a ordem hierárquica da Igreja através dos textos:

> *"... desde o início, a Igreja se organiza e se estrutura hierarquicamente. À frente dela são ordenados os Bispos, os Presbíteros e Diáconos, com funções próprias em vista da sua edificação e da consolidação da unidade"* (ROSSI, 2000: 42).

Essa preocupação com a hierarquia e a unidade aparece ainda no mesmo ano, numa entrevista: *"não sou carismático (...). Sou padre da Igreja Católica Apostólica Romana"*. Sua obediência à hierarquia pode ser observada em outras passagens: *"sigo a orientação da Igreja." ; "e eu amo essa Igreja."* (*Folha de São Paulo*, 06/02/2000, p. 1-13). Dois aspectos podem ser destacados nesta fala. Primeiramente, embora seja um padre formado no seio da Renovação Carismática Católica (RCC), padre Marcelo não se apresenta como um sacerdote carismático. Atentem para a ênfase no pertencimento à Igreja Católica e à sua hierarquia. Isso está evidenciado no uso do termo *"orientação"*. Vejam que o padre não se apresenta como heterodoxo. Ele se define, assim, como um fiel seguidor de Roma. O padre Rossi não quer fundar um novo catolicismo, mas torná-lo mais atual. Essa negação evidencia o temor de algumas autoridades eclesiásticas de que a ampliação dos carismáticos ocasione sua sobreposição ao catolicismo. Alguns membros do episcopado temem que a Renovação se torne um movimento cismático, o que abalaria a estrutura católica. Assim, padre Marcelo ressalta sua subordinação direta ao Vaticano e não à RCC. No capítulo intitulado "O Primado de Pedro", Marcelo Rossi apresenta trechos de textos antigos do

cristianismo que comprovam o "primado de Roma". Comentando o texto de São Jerônimo, no ano 396, ao Papa Dâmaso, o padre escreve:

> *"... o primado que os bispos de Roma desde o século I exerceram na Igreja é legítimo, pois não se faz senão continuar o primado de Pedro, primado que este Apóstolo recebeu diretamente de Cristo"* (ROSSI, 2000: 60).

Esta afirmação da romanidade pelo padre Marcelo se relaciona com a política adotada pelo Vaticano, sobretudo a partir do pontificado de João Paulo II. Há cada vez mais um catolicismo centricista que deslegitima os níveis inferiores – as conferências episcopais nacionais e os próprios bispos – , levando, em alguns casos, os fiéis a ouvirem diretamente mais o Papa do que seu bispo. Essa tendência traz, inclusive, inúmeras tensões ecumênicas, principalmente quando foca três campos: a "Nova Evangelização"; a intransigência doutrinal e ética sobre questões como ordenação das mulheres, contracepção e sua maneira de valorizar o ponto de vista cristão em sociedade secularizada e pluralista como a européia; o funcionamento monárquico e autoritário (WILLAIME in: LUNEAU e MICHEL, 199: 176).

De certa forma, esta tensão ecumênica também está presente no discurso do padre Marcelo, como em março de 2000, em que deixou explícito o fiel ideal de que deveria participar do "Carnaval de Jesus":

> *"Poderiam vir pessoas que eu não quero. Como o Carnaval não está acostumado a ser uma festa religiosa, preferi fechar com uma rádio que eu sei que é católica e que eu vou saber para quem estarei falando. Se eu abro para falar com todo mundo, eu vou falar com pessoas que não têm idéia, que vão achar que é um Carnaval comum."* (*Folha de São Paulo*, 02/03/2000, p. 3-6).

A obediência do padre Marcelo ao Vaticano aparece quando ele discute temas "polêmicos", tais como sexualidade, celibato, homossexualismo e contracepção. A sexualidade e, conseqüentemente, a "imoralidade" dos tempos atuais têm sido assuntos recorrentes nos discursos de Rossi. Opinando sobre tais tópicos, fica muito evidente o

reforço da Tradição e a negação do mundo contemporâneo. O mesmo ocorre quando o sacerdote foca as relações conjugais na sociedade de hoje. Assim, o padre condena as típicas relações "descartáveis" da contemporaneidade, num evidente esforço de gerenciamento da vida dos fiéis:

> *"Hoje você usa de alguém, assim como um copo descartável. Querem fazer isso com o homem e a mulher, sermos descartáveis e isso não somos. Então, quando eu realizo um casamento, eu falo principalmente que do casamento para frente tem que ter amor e respeito, que é o amor que Deus propôs. O dia que você perde o respeito, o amor acaba" (Noroeste News.* 09/12/1998*).*

A fala do padre ecoa a voz oficial do Vaticano Questiona-se o feitio "descartável" das relações entre os sexos. A expressão "não somos" no discurso do padre deve ser entendido como não devemos ser. Esta condenação ressalta o significado do casamento na *Tradição*. Segundo esta, apesar das inúmeras variações, o casamento não é uma instituição simplesmente humana, mas divina. Ele seria um meio de salvação na medida em que se constitui num sacramento da aliança de Cristo com a Igreja. Este seria, na visão de Marcelo Rossi, "o amor que Deus propôs". Na perspectiva da *Tradição*, em lugar das relações "descartáveis", deve haver "amor indissolúvel", com "fidelidade", "doação recíproca definitiva" e "destinada à fecundidade" (CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA, 1999).

O amor livre é outro tema do padre Rossi. O assunto emerge no seu discurso quando fala do uso da camisinha. Diz o sacerdote: *"...a Igreja não pode ser imediatista. Ela não pode legitimar a camisinha porque assim estaria incentivando o amor livre" (Chiques & Famosos*, 08/10/1999**).** "Amor livre", dentro desta visão, é o avesso do ideário católico, que liga sexo ao amor, "amor-compromisso" no casamento, no âmbito de relações sancionadas pela Igreja. Esse tipo de amor, condenado pelo padre Marcelo, vai de encontro à necessidade da presença de um ministro eclesiástico

para dar acolhimento. Na visão do prelado, a "união livre" é uma "ofensa à dignidade do casamento", principalmente porque implica intimidade sexual, que, na ótica do clero, deve ocorrer exclusivamente no casamento. Fora dele é "pecado grave" e exclui seus praticantes da comunidade eclesial. Na perspectiva do padre, a união carnal só é moralmente legítima quando se instaura numa "comunidade de vida definitiva" entre o homem e a mulher. O amor humano não tolera a "experiência", não permite relações "imediatistas" e "descartáveis" (CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA, 1999: 439-449; 619).

Ainda em relação ao casamento, a conformidade do padre Rossi como a Tradição fica evidente quando ele foca o "casamento homossexual". Padre Marcelo declara: *"Para a Igreja, casamento é entre homem e mulher."* (*Istoé*, n. 1800, 07/04/2004, p. 07-11). Reforça-se a idéia do casamento católico, visando à procriação. Na sua perspectiva, *"tem de lidar, conversar com carinho, respeitar o homossexual, mas legalizar..."* (*Caras*, 04/12/1998). O padre não o considera *"coisa de Deus"*, nem *"normal"*. Essa postura leva-o à drástica oposição quanto à presença de "efeminados" no clero: **"***Quando eu era seminarista, conheci vários efeminados. Se eu fosse o reitor, diria: 'olha, meu irmão, desculpa, mas isso aqui não é uma missão para você" (Folha de São Paulo*, 16/04/2004). De fato, essa sugestão do padre Marcelo foi posta em prática recentemente pelo Papa Bento XVI. Numa clara tentativa de dar à sociedade uma resposta diante dos casos de pedofilia entre os sacerdotes católicos, foi editada uma orientação aos reitores e coordenadores dos seminários para que extinguissem os candidatos ao sacerdócio que possuem "tendências homossexuais".

Para Rossi é possível "salvar" o homossexual do pecado através de duas soluções. A primeira seria "mudar" tal estado de espírito". A segunda seria dar ao

homossexual uma atenção especial. As posturas rossianas não diferem das posturas oficiais da hierarquia. Conforme o *Catecismo da Igreja Católica*, os homossexuais devem ser acolhidos com respeito, compaixão e delicadeza. Evitar-se-á todo sinal de discriminação injusta. Todavia, "em caso algum os homossexuais podem ser aprovados". Esses são chamados à castidade pelas virtudes do autodomínio com o apoio de uma "amizade desinteressada", pela oração e pela graça sacramental. Podem e devem se aproximar, gradual e resolutamente da "perfeição cristã" (CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA, 1999: 610-611).

A postura rossiana frente ao homossexualismo segue literalmente a proposta do Vaticano. O documento considera a sua prática "atos desordenados" e contrários à "lei natural" (procriação). Essa postura vincula-se à perspectiva do catolicismo quanto ao corpo, considerado microscopicamente pecaminoso, tanto como receptáculo da tentação quanto como provocador dela. Desse modo, ocorrerá, na Tradição católica, a sexualização de todos os pecados e do corpo inteiro, que significa a preocupação com todas as formas de concupiscência, visto ser esta a manifestação da fraqueza da carne. A vigilância volta-se para a percepção, captura e controle de tudo quanto desperte prazer. Nessa perspectiva, o sexo está funcionalmente vinculado à procriação. Embora ele esteja essencialmente atado ao pecado, todas as atividades sexuais que não tenham finalidade procriadora são consideradas ainda mais pecaminosas, colocadas sob a categoria da concupiscência, da luxúria e como pecados mortais (CHAUÍ, 1984).

A busca da "perfeição cristã" evidencia-se no discurso do padre Marcelo quando foca outro tema ligado à sexualidade: o celibato. Como afirma o padre Rossi, ***"****tudo o que vemos é um mundo erotizado, que coloca o sexo em primeiro lugar. Não é assim. Sou celibatário, vivo o celibato e creio nele."* (*Folha de São Paulo, 06/02/2000, p. 1-*

13). O padre aponta, inclusive, algumas soluções para se manter casto: *"quando recebo cartas de amor – e olha são muitas – começo a ler e logo rasgo. Se estou assistindo a TV e vejo uma cena de sexo, mudo de canal"* (*Folha de São Paulo*, 16/04/2004).

Nessa perspectiva, o celibato dos padres se apresenta como um contraponto virtuoso aos desmandos eróticos do mundo. Marcelo Rossi toma a castidade como "integração correta da sexualidade na pessoa", a unidade interior do homem em seu ser corporal e espiritual. De acordo com o catecismo, a virtude da castidade comporta a integridade da pessoa e a integração da doação. A pessoa casta mantém a integridade das forças vitais e do amor depositadas nela. Comporta uma aprendizagem do domínio de si, que é uma pedagogia da liberdade humana. Aquele que quer permanecer fiel às promessas do Batismo e resistir às tentações empenhar-se-á em usar os meios: o conhecimento de si, a prática de uma ascese adaptada às situações em que se encontra, a obediência dos mandamentos divinos, a prática das virtudes morais e a fidelidade à oração. Esse domínio é um trabalho a longo prazo. Nunca deve ser considerado definitivamente adquirido. A castidade representa uma tarefa eminentemente pessoal e é uma virtude moral. É também um dom de Deus, uma graça, um fruto da obra espiritual. Aquele que a pratica torna-se para o próximo uma testemunha da fidelidade e da ternura de Deus. A castidade é promessa de imortalidade (CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA, 1999: 606-607).

As posturas adotadas pelo pe. Marcelo Rossi em relação à sexualidade estão diretamente vinculadas à função estabelecida pela Tradição ao sexo: procriação. Embora ele esteja essencialmente atado ao pecado, todas as atividades sexuais que não tenham finalidade procriadora são consideradas ainda mais pecaminosas, colocadas sob a categoria da concupiscência, da luxúria e como pecados mortais. Nessa

perspectiva valoriza-se uma pedagogia disciplinar, que incentiva, estimula a prática da continência (moderação) e da abstinência (supressão) sexuais (CHAUÍ, 1984: 87).

Por fim, o discurso do Padre Marcelo Rossi revela uma tensão com o mundo quando explicita sua opinião sobre a associação entre política e religião a partir dos moldes da Teologia da Libertação. Durante a Ditadura Militar no Brasil (1964-1985), a Igreja Católica surgiu aos olhos da sociedade civil e dos próprios militares como o adversário principal do *estado autoritário*. Vários movimentos sociais em defesa dos direitos humanos ou de sindicatos de trabalhadores ou camponeses encontraram abrigo nessa Igreja. Através da voz dos bispos, criticavam-se, de uma maneira cada vez mais direta e explícita, as violações de direitos humanos e a ausência de democracia. Mas não era só isso: denunciava-se também o método de desenvolvimento imposto pelos militares, seu programa de "modernização" em sua totalidade, considerando-o desumano, injusto e baseado na opressão social e econômica dos pobres. O papel político dos sacerdotes católicos se tornou tão visível, que Nelson Rodrigues formulou um novo tipo: o "padre de passeata" (apud. CASTRO, 1997: 144).

Cada vez mais o diálogo com a modernidade era reforçado. A Igreja Católica redefiniu sua orientação naquilo que afetava o dia-a-dia do católico, não somente em termos ritualísticos e da doutrina espiritual, mas sobretudo no que se diz respeito à maneira como o cristão deva se colocar no mundo profano. Dessa postura emergiram as Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), com um duplo movimento: o de militância católica de esquerda e o da própria Igreja que procurava atualizar-se no mundo. As CEBs significaram uma mudança efetiva na prática pastoral, com inequívoca abertura para as questões sociais, gerando inclusive mecanismos de formação de militância

político-partidária, em que ficou selado o compromisso da "opção preferencial pelos pobres" (PRANDI, 1998: 97-98).

Esta *Igreja dos Pobres* teve grandes aspirações. O objetivo último era exercer influência sobre os indivíduos e a sociedade por meio do processo de conscientização. Foi apresentada uma interpretação diferente da Bíblia e das doutrinas do catolicismo. A nova forma de organizar os leigos em comunidades de base e a interpretação renovada do evangelho eram maneiras de realizar uma transformação social e política da Igreja e da sociedade. A idéia principal do projeto da *Igreja dos pobres* era de despertar a consciência política. A retórica da Teologia da Libertação dava ênfase ao conhecimento e à racionalidade como ferramentas necessárias para se formar uma idéia do progresso social e da responsabilidade individual no projeto de criação do *Reino de Deus* na Terra (THEIJE, 2002: 72-76).[68]

Padre Marcelo Rossi posiciona-se de forma contrária a esse modelo de catolicismo. Seus discursos estão marcados por inúmeras críticas às posturas dos padres ligados à Teologia da Libertação. No seio das suas discordâncias está a distinção entre o plano espiritual e o plano político. Suas falas, em diversos momentos, apontam aquilo que Marcelo Rossi considera como "problemas" e "limites" das práticas da *Igreja dos Pobres*, tais como: "radicalismo", "falta de equilíbrio", ênfase no

[68] O raciocínio compreendia a idéia de que, para se edificar o *Reino de Deus* na Terra, os católicos deveriam começar a trabalhar em seu próprio ambiente cotidiano. Os pobres deveriam assumir a vanguarda desse movimento, pois são leais a Deus por sua unidade e fraternidade. As bases teológicas foram formuladas na *Teologia da Libertação*, que se diferencia em três pontos da teologia do catolicismo tradicional. Em primeiro lugar, a teologia não pode ser separada dos contextos socioeconômico e político. Segundo, esta teologia sustenta a premissa de que Deus faz "uma opção preferencial pelos pobres". Por fim, ela é marcada pela idéia de que a salvação deve ser encontrada nesta vida: não é um prêmio a ser obtido após a morte. Os teólogos consideravam as comunidades de base como o meio mais adequado para criar um contexto em que os católicos pobres pudessem desenvolver uma consciência da situação política e social de seu país e traduzi-la numa adequada ação política e social. A consciência social era o caminho da salvação. A religião era vista como uma fonte de mudança cultural, social e política. Inspirados em leituras críticas da Bíblia em relação à estrutura social, os pobres seriam emancipados para se filiarem aos partidos políticos e aos sindicatos, para exigirem serviços e infra-estrutura dos governos locais, fazendo assim a sua parte na criação de uma sociedade justa "aqui e agora" (THEIJE, 2002: 23-24).

social em detrimento do espiritual, o uso da comunicação para "denunciar" e não "informar", o "partidarismo político', o sentido "acusatório" das pregações. Numa entrevista à *Folha de São Paulo* em 2000, quando foi indagado sobre a Teologia da Libertação, padre Marcelo destacou:

> *"É uma bênção. Só que o grande perigo é que esqueceram a oração. (...) Lembro-me de um irmão amigo, estudávamos juntos. Ficou de tal modo preocupado com o social que largou o sacerdócio. Eu sou padre. (...) Com 19, 20 anos, um período muito difícil por causa da morte de meu primo, fui buscar algo na igreja. Até hoje me lembro. Fui à igreja em Santana (zona norte de São Paulo), assistir a uma missa dominical. O padre _não interessa o nome, porque ele ainda está vivo_ falou de política. Quase falou em que partido eu deveria votar. Aquilo para mim foi uma agressão. Deixa explicar por quê. Já naquela época, comecei a estudar história da igreja. E fui me apaixonando por santo Irineu, santo Agostinho, santo Ambrósio. Pô, cheguei à missa, e o padre, em vez de citar esses exemplos, começou a comentar o panorama político. Não que seja contra, mas tudo tem hora. Mexeu comigo. Aí, voltei para valer à Renovação". (Folha de São Paulo*, 06/02/2000. p. 1-12).

Diversos signos discursivos podem ser analisados nesse discurso do padre Marcelo. Primeiramente, há uma discordância quanto à ênfase na pregação religiosa. Na Teologia da Libertação, os pobres foram conclamados ao engajamento social, à ação política e à busca de conhecimento científico para entrar no jogo político moderno (STEIL, 1998: 63-65). Na visão desse catolicismo, sob nítida influência do marxismo, o pecado é social e se chama capitalismo. No lugar do tradicional opositor sobrenatural ("o velho diabo"), esse catolicismo coloca a classe social concreta: o mal é a burguesia e seu sistema econômico de exploração. O pecado é a exploração do homem pelo homem, e a medida do pecado tem nome: *a mais-valia marxista* (PRANDI,1998: 100).

Padre Marcelo Rossi adota uma leitura contrária a esta associação entre política e religião. Ao contrário da Teologia da Libertação, ele reforça a idéia tradicional católica de pecado. Na tradição católica o pecado é considerado um abuso da liberdade que

Deus dá às pessoas. De acordo com o catecismo católico, o homem, tentado pelo Diabo, deixou morrer em seu coração a confiança em seu Criador e, abusando de sua liberdade, desobedeceu a seus mandamentos. O homem optou por si mesmo contra Deus, contrariando as exigências de seu estado de criatura. Com a instauração do pecado, a harmonia da criação visível tornou-se para o homem estranha e hostil. Por causa do homem, a criação está submetida "à servidão da corrupção" (CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA, 1999: 110-113). Nessa ótica, corroborada no discurso do padre Marcelo, a injustiça e a violência são atribuídas a "homens injustos", que não tiveram seus "corações tocados" pela religião. O pecado aqui é invidividual e moral, ao invés de social, conforme defendem os adeptos da Teologia da Libertação. Nesse aspecto, há uma vinculação direta entre o discurso do padre Marcelo e a concepção de pecado proposta pela Renovação Carismática. Tanto no campo da intimidade, quanto na esfera da vida pública. Seu programa defende e apresenta uma moralidade tradicional centrada na família, na sexualidade e nos costumes estreitos da vida quotidiana.

O segundo sentido que pode ser observado nessa fala do padre Marcelo Rossi é a preocupação com a eficácia do modelo católico. Novamente o sentido pragmático emerge no seu discurso, pois ele critica a Teologia da Libertação pelo "afastamento das pessoas", como pode ser observado num outro trecho da citada entrevista quando fala da sua experiência numa comunidade pobre:

> *"...há alguns anos, atendia à população da favela do Buraco Quente, que era uma das mais violentas de São Paulo.(...) Trabalhei dois anos e meio nessa favela. Folha - Ia todos os dias? Padre Marcelo - Todo final de semana. Eu celebrava lá. Tínhamos uma creche. O padre anterior não fazia na creche um trabalho de missa. Ele fazia um trabalho social muito importante, de assistência. Quando cheguei, comecei a celebrar a palavra, levava a eucaristia. As pessoas se aproximavam e diziam: 'Que bom! Até então, nós vínhamos, pegávamos comida, deixávamos nossos filhos, mas íamos à igreja evangélica aqui do lado'. Não tenho nada contra as igrejas*

> *evangélicas, mas eram católicos e, no domingo, iam ao culto evangélico. Se você quer dar consciência política às pessoas, tudo bem, mas em outra hora, não na hora da missa." (Istoé*, 07/04/2004, p. 07-11).

Há nesta fala a discordância quanto ao papel do sacerdócio atribuído pela *Teologia da Libertação* e aquilo que o padre Marcelo considera adequado. No trecho anterior, padre Marcelo destaca a ênfase do amigo pelo social em detrimento do espiritual, que o levou a abandonar o sacerdócio. Novamente o sentido pragmático está evidente. Há uma forte preocupação com a fuga dos fiéis e, nesse sentido, Rossi atribui outro papel à religião: conforto espiritual. Isso está evidente no seu depoimento quando aponta sua decepção ao assistir a uma missa dominical num momento em que precisava de "conforto". Esse discurso demonstra também sua vinculação à Renovação Carismática. As críticas do padre Marcelo à ênfase no espiritual vinculam-se à perspectiva da Renovação, que apresenta um mundo encantado, com curas e milagres. Os carismáticos, incluindo o padre Rossi, estão distantes do catolicismo "desencantado" e racionalizado proposto por alguns setores eclesiásticos pelo *aggiornamento* do Concílio Vaticano II. A RCC trouxe algo que já se encontrava no *catolicismo popular* e em outras religiões – males de todos os tipos são levados aos templos pentecostais, aos terreiros afro-brasileiros, aos centros católicos de peregrinação, aos centros kardecistas, às igrejas orientais. Agora, a cura de todos os males está num maior alcance dos católicos, que não precisam mais abandonar a religião "em que se nasceu".

Num outro momento, a insuficiência da Teologia da Libertação quanto à evasão dos fiéis é destacada, dessa vez devido ao discurso racionalizante:

> *"O discurso social dela abriu as portas para que os evangélicos avançassem. Eles tem um discurso pouco litúrgico e totalmente*

> *social. E quando a teologia se torna uma ideologia, é um perigo. O PT nasceu dessa igreja." (Folha de São Paulo,* 16/04/2004*).*

O que padre Marcelo Rossi aqui condena e à aposta da Teologia da Libertação na secularização, aproximando-se de diversos modos da modernidade. Os setores progressistas católicos acreditavam que a secularização ocorreria sem a fuga da observância religiosa, uma vez que a religião se adaptaria à razão secular. Para um mundo secularizado, propõe-se um catolicismo despido de misticismo e irracionalidade.

Os padres da *Teologia da Libertação* também são criticados pela forma como incorporam o cotidiano:

> *"Também acho importante que um sacerdote se vista bem. Na época da Teologia da Libertação, você ia a uma festa e era fácil reconhecer o padre: era sempre o mais malvestido. Não gosto disso." (Istoé*, 07/04/2004, p. 07-11).

Aqui a vestimenta torna-se expressão de segregação do mundo, de renúncia e de abnegação, de vida dedicada completamente ao serviço de Deus. O Concílio Vaticano II (1962-1965) implicou a emergência de um novo habitus sacerdotal, despojado das vestes sagradas, das insígnias dos privilégios e de poder sobre a sociedade civil. Porém, o pontificado de João Paulo II implicou o esvaziamento da retórica politizada que contagiava expressivo número de teólogos e setores da hierarquia e recolocou em pauta problemas tingidos de forte teor moral, como aborto, homossexualismo, camisinha, clonagem. A Igreja de João Paulo II chama a atenção pelo esforço de se diferenciar, de impor sinais de resistência e inclinações hoje em voga na sociedade, do uso de preservativos ao futebol aos domingos. Daí não causar estranheza que o processo de formação dos seus novos quadros volte a enfatizar signos de separação do seminarista em relação ao mundo. Como destaca Luiz Roberto Benedetti, professor da PUC-Campinas, a "característica mais importante" da formação dos seminaristas hoje

é o isolamento do mundo dos homens, trabalho, política, negócios e sexualidade. Cada vez mais o seminarista é isolado do mundo para ver se pode ser padre. Há enquadramento, controle, monitoração e, sobretudo, a dependência, provocada pelo afastamento do mundo do trabalho. Na visão de Benedetti, o perfil de formação dos padres é uma extensão do que ele conceitualizou de "o novo clero", cuja "novidade" é ser, na verdade, muito similar ao predominante antes do Vaticano 2º. Este clero é "clerical". Faz questão de afirmar seu poder de produtor e administrador dos bens de salvação (monopólio da gestão do sagrado). Busca o que distingue, o que separa, o que é exclusivo. Afirma-se não pela capacidade de diálogo, de confronto com o mundo, mas sim por aquilo que só o padre pode fazer porque só ele tem o poder "legitimamente conferido" (A CLERICALIZAÇÃO DO CLERO E O AUMENTO DAS VOCAÇÕES, *Folha de São Paulo*, 11/04/ 2004, p. 06).

A preocupação de Marcelo Rossi demonstra esforço de segregar o clero do "mundo profano". O padre "bem vestido" implica o fim da mistura clero/povo, exprimindo a lógica da distinção entre sacerdotes e leigos. Em todo campo social, os traços distintivos mais prestigiosos são aqueles que simbolizam mais claramente a posição diferencial dos agentes na sua estrutura. Por exemplo, a roupa, a linguagem, "as maneiras", o bom gosto e a cultura. Entre esses signos distintivos, estão as roupas e os enfeites, em virtude de seu elevado rendimento simbólico, que, ao lado da linguagem e da cultura, melhor realizam a função de sociação e dissociação[69]

[69]"Os sistemas simbólicos derivam sua estrutura, o que é tão evidente no caso da religião, da aplicação sistemática de um único e mesmo princípio de divisão e, assim, só podem organizar o mundo natural e social recortando nele classes antagônicas, como pelo fato de que engendram o sentido e o consenso em torno do sentido por meio da lógica da inclusão e da exclusão, estão propensos por sua própria estrutura a servir simultaneamente as funções de inclusão e exclusão, de associação e dissociação, de integração e distinção." (BOURDIEU, 1998a: 30.)

A partir desse breve esboço analítico, vê-se que no discurso do padre Marcelo Rossi convivem elementos da modernidade e da Tradição, aquilo que Peter Berger denomina de capitulação cognitiva. O Pe. Marcelo Rossi pratica uma espécie de rendição parcial tanto à Tradição, quanto à modernidade. Ele aceita, com reservas o espírito da época. De certa forma, essa tensão que atravessa o discurso do padre Marcelo Rossi foi apontada por Weber na sua discussão sobre o avanço da secularização. De um lado, o padre Marcelo Rossi se esforça por fazer da Tradição algo "relevante" ao homem moderno. Assim, seu catolicismo secularizado tem que fazer esforços consideráveis para demonstrar que o rótulo religioso, modificado de acordo com o espírito da época, tem qualquer coisa de especial a oferecer. Entretanto, quando discute questões morais, como aquelas ligadas à sexualidade, evidencia-se no seu discurso uma rejeição do mundo.

Como já foi dito, no discurso do padre Marcelo a modernidade é aceita com poucas reservas. O discurso de Rossi é marcado por uma acomodação limitada, controlada, posição que envolve um processo de regateio com o pensamento moderno. No plano da liturgia e da pregação, rende-se à modernidade. No plano da moral, reafirma os valores da tradição católica.

Dessa forma, o discurso do pe. Marcelo Rossi evidencia *capitulação seletiva* da modernidade. Seu discurso não se fecha totalmente à tradição. De um lado, seu discurso é contrário a um catolicismo de sofrimento, apresenta uma religião alegre e prazerosa, que valoriza a experiência subjetiva e pessoal, a eficácia e a adaptação aos fiéis (consumidores), e se insere relativamente na cultura e na sociedade atual. Por outro lado, reforça a tradição quando enfoca temas como disciplina e sexualidade. Nesse aspecto, seu discurso é marcado por um acentuado clericalismo, dogmatismo e

absolutismo moral. Podemos dizer que o padre Marcelo Rossi acende uma vela a Deus (tradição) e outra ao diabo (modernidade).

Em diversas passagens, seu discurso nega o mundo e reforça a autoridade e magistério da Igreja Católica. Seguindo uma orientação conservadora, apenas a Igreja é capaz de interpretar "autenticamente" a Palavra de Deus a partir da autoridade conferida aos bispos em comunhão com o papa, o bispo de Roma. Nessa ótica, o magistério da Igreja é empenhado principalmente quando define dogmas, que devem ter uma "adesão irrevogável da fé" pelos cristãos (CATECISMO, 1999: 36).

A lei de Deus confiada, à Igreja, é ensinada aos fiéis como caminho da vida e da verdade. Os fiéis têm o dever de observar as constituições e os decretos promulgados pela legítima autoridade da Igreja. Mesmo que sejam disciplinares, tais determinações exigem a docilidade na caridade. Na obra de ensinar e explicar a moral cristã, a Igreja necessita do devotamento dos pastores, da ciência dos teólogos, da contribuição de todos os cristãos e dos homens de boa vontade (CATECISMO, 1999: 536).

No discurso do padre Marcelo, o mundo é marcado pelo pecado, tendo a Igreja um papel fundamental de reação "ao caos provocado pelo pecado". A Igreja está na história, mas, ao mesmo tempo, a transcende. Na tradição católica, o pecado é considerado um abuso da liberdade que Deus dá às pessoas. Com a instauração do pecado, a harmonia da criação visível tornou-se para o homem estranha e hostil. Por causa do homem, a criação está submetida "à servidão da corrupção" (CATECISMO, 1999: 218-221).

Capítulo 4

Padre Marcelo Rossi e os outros

1 – Padre Marcelo Rossi e os padres cantores

A presença de sacerdotes na mídia vem de longa data. Os primeiros astros do rádio e da TV foram religiosos, como foi demonstrado por Hugo Assman ao analisar os *televangelistas* norte-americanos e brasileiros. ASSMAN demonstra que a presença católica na mídia, apesar da escassez de recursos humanos, técnicos e financeiros, acompanha a evolução dos meios de comunicação. As celebrações religiosas no rádio e na televisão já fazem parte da programação há décadas (ASSMAN, 1985).

Além das celebrações litúrgicas, os primeiras *artistas do altar* no catolicismo brasileiro se destacaram pela música. Essa religião está repleta de padres cantores. Inúmeros sacerdotes há décadas utilizam a música como instrumento de evangelização. Entre os mais conhecidos, existe um grupo composto de padres com longa experiência sacerdotal e um segundo composto por recém-ordenados.

No primeiro se destacam *Jonas Abib*, *Zezinho* (José Fernandes de Oliveira) e *Antônio Maria*. As canções do padre Jonas Abib são interpretadas nas celebrações carismáticas, sendo "Juras de Amor" a mais conhecida. Ordenado em 1964, fundador da *Comunidade Canção Nova*, até 2001 havia gravado treze discos através de uma gravadora independente (SOUZA, 2001: 71-72).

Padre Zezinho ordenou-se em 1966. No ano seguinte já pregava em ritmo de música. Tem mais de 280 obras lançadas, entre discos, vídeos e livros religiosos e já vendeu mais de oito milhões de discos. Desde 1969 ele está no rádio. Inicialmente com os programas *"Um olhar sobre a cidade"*, *"A hora e a vez da família"* e *"Tempo e*

Contratempo", os três na *Rádio 9 de Julho* até seu fechamento pela Ditadura Militar em 1974. Zezinho continuou na *Rádio América* até 1978, saindo para a *Rádio Aparecida*, onde permanece. Seu programa de rádio é transmitido em mais de cinqüenta emissoras. O maior sucesso do padre Zezinho é *Oração pela Família.* Somente depois de muitos anos permitiu a Roberto Carlos fazer uma releitura da sua canção. Seus últimos lançamentos foram o CD-ROM *Cantando a Fé* e uma página especial na *Internet* (O REINO DOS PADRES POP*, Veja, 10/11/1999).*

Sacerdote desde 1976, Antônio Maria tornou-se conhecido dos católicos ao fazer *shows* em cidades e paróquias, cantando em diversos locais, como postos de combústível e trios elétricos. Nos últimos anos, vem se tornando bastante conhecido através da televisão, apresentando-se em *shows* de evangelização e programas de rádio e TV, recebendo, inclusive, o título de *"Padre do Ratinho"*. Costuma participar de programas em diversas emissoras, sempre levando uma imagem da *Virgem Maria*, a "Mãe Peregrina". Além das suas canções, também interpreta músicas de artistas famosos, como da dupla *Chitãozinho & Xororó* e de Roberto Carlos. Sua aproximação com este último foi um dos pontos decisivos da sua projeção midiática, dando-lhe um outro título *"Padre do Roberto Carlos*" (O REINO DOS PADRES POP*, Veja,* 10/11/1999).

No segundo grupo, destacam-se os padres *Marcelo Rossi*, *Joãozinho* (João Carlos Almeida), *Zeca* (José Luís Jasen de Melo Neto), *Jorjão* (Jorge Luís Neves Pereira), *Paulo Bosco*, *Wallace e Wellington*, assim como a *Irmã Inez*. Ordenado em 1993, o padre *Joãozinho* é bastante conhecido pelos carismáticos. Inspirado em padre *Zezinho*, privilegia a música como forma de propagação da mensagem da fé. É crítico do que considera "musicalidade comercial". Apesar de atuar em rádio e TV, não tem espaço na *grande mídia*, limita-se ao âmbito carismático. Possivelmente, a influência

do padre Zezinho é notória, que diz evitar os meios de comunicação de massa (SOUZA, 2001: 75-76).

O padre *Zeca* foi ordenado em 1995 e dirige a paróquia da *Ressurreição*, em *Copacabana*, Rio de Janeiro. Em 1997, motivado pela visita do papa ao Brasil, organizou com jovens de sua paróquia um evento festivo diferente: um *showmissa* na praia. Em 28 de setembro de 1997, aconteceu o *1º Encontro Jovem Católico Gospel Deus é Dez*, no *Posto 10* da praia de *Ipanema* (SOUZA, 2001: 77-78). Dentre seus discos destaca-se *Deus é Dez*, gravado ao vivo na mesma praia e lançado no início de 1999. Em 14 de novembro do mesmo ano, lançou o álbum *Digo Sim a Deus* (O REINO DOS PADRES POP*, Veja,* 10/11/1999).

Padre *Jorjão*, companheiro do padre *Zeca* na *Arquidiocese do Rio de Janeiro*, foi ordenado em 1992. Costuma cantar e dançar, rodeado de jovens, inclusive nas praias. Até 2001 não tinha gravado nenhum CD. Juntamente com o padre *Zeca*, apresenta o programa *"Deus é Dez"* de rádio, transmitido para dezenas de cidades brasileiras.

O padre brasiliense *Paulo Bosco* ordenou-se em 1995 e conquistou a simpatia dos fiéis com seus cultos musicais. *"Ele foi uma bênção de Deus na nossa igreja*", diz a dona-de-casa *Arlete Redondo* (49 anos), uma das quinhentas pessoas que freqüentam o culto dominical da Igreja Nossa Senhora do Rosário, no Lago Sul, em Brasília. O padre Paulo evangeliza os fiéis de Brasília criando letras religiosas para clássicos do rock. Criou uma versão religiosa para o clássico "The wall", da banda *Pink Floyd*. Criou o bordão *"Sou um DDD: Doidão de Deus"*. O cardeal-arcebispo de Brasília, dom José Freire Falcão, atesta a seriedade do sacerdote, designando-o como responsável pela juventude da cidade (PEREIRA, *Época*, 25 dez. 2000).

Na cidade de Niterói, no Estado do Rio de Janeiro, atua a dupla de padres carismáticos *Wallace e Wellington*. Os irmãos rezam em conjunto para um rebanho que chega a 2.500 pessoas em missas ao ar livre. Nascidos numa família católica, freqüentaram na adolescência um grupo de oração da *Renovação Carismática*. Juntos, e ao mesmo tempo, resolveram abraçar o sacerdócio. Os irmãos deixaram o seminário em 1998 e tomaram rumos diferentes. Wellington trabalhava em paróquias, e Wallace continuava no Seminário São José, em Niterói, do qual é diretor espiritual. Ao serem convidados para rezar uma missa juntos, resolveram partir para celebrações em dupla pelo Brasil, gravando um CD intitulado *Espelho* de Deus, com músicas em ritmo de *reggae*, *rock* e *country*. Toda primeira segunda-feira do mês, a dupla reza missa ao ar livre no pátio da Igreja de São Lourenço, em Niterói (PEREIRA, *Época*, 25 dez. 2000).

Freira da *Comunidade da Copiosa Redenção*, Irmã Inez mora em Ponta Grossa, no Paraná. Seu trabalho é voltado para a recuperação de adolescentes viciados em drogas. Como notou que o *rap* é apreciado pelos garotos de rua, compôs e gravou *O Rap da Copiosa,* contra as drogas. A obra da freira ainda inclui *rock* e *reggae*. Ela costuma fazer *shows* pelo interior do Paraná, fazendo parte da banda ex-drogados recuperados na Copiosa Redenção (O REINO DOS PADRES POP*, Veja,* 10/11/1999).

Além da distância cronológica entre os nomes elencados, há traços distintivos entre esses religiosos. É possível distingui-los em dois estilos. O primeiro seria composto por padres que adotam uma postura mais fechada ao mundo, principalmente a inovações. Neste caso, o padre Zezinho é exemplar. Em 1966 quando se ordenou, iniciou suas atividades pastorais na Paróquia de São Judas Tadeu, no bairro paulistano do Jabaquara. Ficaram aos seus cuidados cerca de quatorze mil jovens, com os quais ele passou a trabalhar com teatro, música, grupo de reflexão e jornadas. Já nos primeiros anos, a música foi usada pelo padre Zezinho nas missas e nos encontros,

levando-o em pouco tempo a gravar seu primeiro disco, *Shalom*, em 1970. No início da década de 1980, ampliou seu público, começou a dar *show* pelo Brasil – juntamente com a banda *Cantores de Deus* – com muita música e dança. Suas músicas possuem cunho social, místico e pastoral. Padre Zezinho buscou aproximar a juventude da Igreja por meio de uma linguagem acessível, atual, direta e alegre, causando, inclusive, espanto e indignação de alguns setores conservadores da Igreja Católica. Organizou grupos de reflexão, deu início a movimentos de ampla repercussão e dedicou-se a adaptar o Cursilho para os jovens por meio de minijornadas e encontros (Pe. ZEZINHO, 1999: 23-50).

Aparentemente não há nenhuma diferença das ações de padre Zezinho dos demais padres citados, como Marcelo Rossi e Zeca. Todos possuem na sua trajetória o uso dos meios de comunicação, principalmente a música, o rádio e a televisão. Entretanto, padres como Zezinho e Joãozinho, apesar da adaptação em relação a linguagem, à incorporação dos meios de comunicação como instrumentos de evangelização, seguem um direcionamento tradicional, não se abrem para muitas adaptações "mundanas", como a adoção de ritmos como *rock*, *rap*, *axé-music*, entre outros. Ambos freqüentam primordialmente a mídia católica, não aceitam o assédio e a pressão da *grande mídia*. Seus estilos incorporam um tom mais tradicional em relação à liturgia. Eles não possuem o "padrão global" exigido pelas grandes emissoras, pois sua linguagem está mais próxima do altar do que dos programas de auditório, como destacou o próprio Zezinho numa fala em que insinua o controle da mídia sobre o padre Marcelo Rossi, seu concorrente no subcampo católico:

> *"Não sou contra os grandes aviões. Só acho que avião pequeno também chega. As grandes companhias de música e os grandes canais de televisão são para mim como enormes e poderosas aeronaves que poderiam me levar até Hong Kong ou à lua. Mas eu*

> *prefiro comprar um bilhete e dizer até onde quero ir"* (Pe. ZEZINHO, 1999: 61).

O segundo grupo é composto por padres que emergem na década de 1990, com exceção do padre Antônio Maria. Eles demonstram maior diálogo com o mundo, com a modernidade. Há nesta tipologia uma grande preocupação com os "gostos" e "vontades" dos fiéis, com a eficácia das suas estratégias e a recepção dos *bens simbólicos* ofertados. A importância da eficácia leva-os a adotar estratégias de *marketing* e produção com mais ênfase que os demais. Por exemplo, o empresário Manoel Poladian aparece nos créditos de *Acenda Uma Vela*, primeiro CD do padre *José Eduardo Balikian*. Ao fazer um *show* no Amapá em 2000, ele foi visto através da TV pelo empresário Poladian, que em seguida ligou e acertou um contrato de gravação com o sacerdote. O nome do álbum, o mesmo da canção que abre o trabalho, é *Acenda Uma Vela*. Muitos arranjos levam a assinatura de Cristóvão Bastos, que tem canções com *Chico Buarque* e muitas horas de *shows* e gravações ao lado de *Nana Caymmi*. Jurim Moreira, baterista, esteve nas bandas de *Roberto Carlos*, *Gal Costa* e *Hermeto Pascoal*. A produção e gravação são de responsabilidade da empresa de Poladian e a distribuição é feita pela *Abril Music*, acostumada a vender muito e a distribuir álbuns que garantam bons retornos nas lojas (MARIA, *Jornal da Tarde*, 13/12/2002).[70]

---

[70] O exemplo do padre Marcelo Rossi não inspira apenas os jovens sacerdotes. Ordenado em 1955, o padre Abelardo Bezerra de Moura, pároco da Igreja Nossa Senhora das Graças, no Recife, estreou no sacerdócio rezando em latim e de costas para os paroquianos. Com mais de 70 anos de idade, é o discípulo mais idoso de Rossi. Espalhou fotos do religioso paulista na casa paroquial. Aprendeu suas músicas e coreografias. Todas as segundas-feiras, o padre Abelardo comanda a celebração mais concorrida da cidade, de cura e libertação. Teve até de mandar construir um galpão com telhado de zinco, ao lado da igreja, para receber as três mil pessoas que disputam um lugar no evento. *"A Igreja perdeu muito tempo com estruturas antiquadas, distantes do povo"*, lamenta-se (APELO DOS HOLOFOTES, *Época*, 25 dez. 2000).

Esse novo agente religioso não freqüenta apenas as emissoras confessadamente católicas. Busca como vimos, programas das emissoras laicas, como "Domingão do Faustão" e "Planeta Xuxa", da Globo; "Domingo Legal" e "Programa da Hebe", do SBT. Além da explícita estratégia de divulgação, a opção por tais programas de auditório está relacionada aos interesses, estilo e estética entre ambos, como afirmou padre Antônio Maria em entrevista:

> *"... eu preciso não só ficar cantando na sala da minha casa (...), eu preciso cantar no terreno do vizinho também, se eu quero evangelizar...os que já estão evangelizados não precisa, e eu faço isso conscientemente, embora às vezes receba até crítica (...), porque há milhões e milhões de pessoas que não assistem a Rede Vida, que não assistem à Canção Nova (...) assiste o Ratinho e no momento em que eu vou ao Ratinho são milhões"*. (MARIA, Pe. Antônio. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. Estância-SE, 29 maio. 2004).

A freqüência aos programas televisivos de amplitude nacional transformou tais padres em "personalidades" construídas a distância, extrapolando os âmbitos paroquial ou diocesano. Tais sacerdotes possuem uma "aura" sustentada pela distância com os fiéis. Em algumas circunstâncias excepcionais, a distância pode ser vencida através dos incômodos pedidos de "autógrafos". Por exemplo, numa apresentação no município de Estância, Sergipe, em abril de 2004, o padre Antônio Maria foi constantemente assediado pelos fiéis. Sua entrada no ginásio foi marcada pelo tumulto de pessoas que buscavam tocá-lo. Durante sua estada na festa, dezenas de "fiéis-fãs" tiraram fotografias junto ao "padre famoso". Aqui a barreira televisiva estava temporariamente suspensa, como afirmou o citado sacerdote:

> *"... uma pessoa que aparece uma vez na televisão já fica celebridade, né, seja por que for, e de um certo modo aquela fantasia que o povo tem da celebridade mesmo, eu estive com fulano, eu tirei uma foto com fulano, isso eu sei porque eu também era assim, não é (...) claro que olham para o padre Antonio Maria, em primeiro lugar como aquele que canta, aquele que aparece na televisão, aquele que é amigo do Roberto Carlos (...) ou é o padre*

> *do Ratinho..."* (MARIA, Pe. Antônio. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. Estância-SE, 29 maio. 2004).

Essa televisibilidade alcançada está diretamente relacionada com a configuração de um novo estilo sacerdotal no catolicismo brasileiro. O comunicador distante passou a ser substituído por uma figura similar ao "animador de auditório". O clérigo passou a adotar a simpatia do *showman* dos programas de televisão. Para estar presente na programação, ele deve estar seguro do "padrão global", dominar seu auditório e ser encarado pelo público como o guardião de forças que regulam e dão sentido à vida. O agente religioso ideal nessa perspectiva é aquele que se integra com os consumidores, numa espécie de "Aeróbica do Senhor".

O padre Marcelo Rossi ilustra esse tipo de agente. Há poucos anos era impensável que um padre se tornasse uma *vedete da mídia* e alcançasse tamanha popularidade. Suas músicas, vendidas em larga escala em CDs e sua "aeróbica" combinam com o ritmo desses "shows". Seus títulos e refrãos são conhecidos. Sua coreografia é fácil porque já foi muito vista pela televisão. À alegria das músicas e à animação dos gestos soma-se a novidade de ter um sacerdote católico na programação (NOVAES, 2001: 62-63). Mas não um mero sacerdote e alguém que consegue falar numa linguagem "acessível", "próxima" dos fiéis.

O novo especialista religioso costuma trajar *clergyman*, menciona freqüentemente fidelidade à hierarquia da igreja, bem como à sua doutrina. Especificamente em relação ao Pe. Marcelo Rossi, por exemplo, alguns membros do clero afirmam que não se trata de um "bom pregador" e sim de um "bom comunicador". Ele possui habilidades que o qualificam como um forte "empresário" no concorrido mercado brasileiro de bens de salvação: comunica-se bem, através de gestos, frases curtas e de efeito; em sua mensagem, costuma tratar das emoções íntimas

da relação do fiel com Deus; dirige-se com freqüência à família, falando como um "bom moço e bom filho", promove eventos de massa e alternativos, comumente noticiados (SOUZA, 2001: 77; 100).

Pelo que se vê, esses padres se inserem numa lógica do campo religioso atual, que estimula a experimentação, levando-os a um diálogo com a modernidade. O sentido do campo leva os agentes a um modo de pensamento específico, a práticas compatíveis, próximas, maleáveis e suscetíveis de serem convertidas em práticas ajustadas, reestruturadas. Cada vez mais, diante da concorrência acirrada neste campo, a realidade do mundo cristão depende da presença de estruturas sociais nas quais essa realidade apareça como óbvia e em que sucessivas gerações de indivíduos sejam socializados de tal modo, que esse mundo será real para ele. Nesse aspecto, há uma adequação entre as práticas adotadas por padres como Marcelo Rossi e a modernidade. De certo modo, esses padres estão fortemente vinculados ao processo de abertura à modernidade reforçado pelo Concílio Vaticano II, a propagação e acirramento do pluralismo religioso e ao intensivo de uso dos meios de comunicação por parte das instituições religiosas.

Três exemplos ilustram tal afirmativa. Em entrevista, padre Antônio Maria destacou que no seu programa na rádio católica *9 de julho* (São Paulo) há um bloco chamado “tocando a vida melhor”. Nessa seção são tocadas “músicas do mundo” – “que eu também sou do mundo”, como destacou. Ainda de acordo com o entrevistado, são músicas que falam de “amor”, “paixão, como as de Roberto Carlos por exemplo” (MARIA, Pe. Antônio. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. Estância-SE, 29 maio. 2004).

Em 2001 a banda *Ministério Chama Viva*, liderada pela madre Maria José, já havia tocado no programa da Hebe Camargo e iria aos de Jô Soares e Faustão. O grupo

estudava proposta de três gravadoras para lançar o CD de estréia. De hábitos, crucifixos e tocando *rock*, elas afirmavam que a música de Deus contra-ataca os "hits demoníacos". As 17 freiras da banda *Ministério Chama Viva*, jovens com idades entre 18 e 30 anos, começaram a soltar suas vozes nas dependências do *Convento Espírito Santo*, um antigo hospital reformado no bairro do *Brooklin*, São Paulo, onde vivem irmãs carmelitas. As freiras diziam que o sucesso iniciado na mídia foi bem-vindo por um único motivo: elas podiam falar de Deus para mais e mais pessoas. No repertório estão composições conhecidas dos adeptos da *Renovação Carismática*. Enquanto umas tocam, e outras cantam, há ainda as que dançam vestidas com túnicas transparentes sobre seus hábitos. Madre Maria destacava que foi a forma que encontraram para transmitir alegria. O assédio de repórteres era tanto, que a religiosa tinha começado a adiar a participação do grupo em alguns programas de tevê. *"Preciso preservar as meninas. Muita exposição na mídia satura e, por isso, pedi um tempo para alguns programas"* (MARIA, *Jornal da Tarde*, 06/05/2001).

Em 2 de abril de 2002, o Padre Zeca lançou o seu quarto disco, intitulado “Quero Paz”, do qual consta uma versão *pop* da “Oração de São Francisco”. Este CD foi lançado num local que, anos atrás, seria considerado “inusitado”: uma boate do Rio de Janeiro. Segundo a *Associação Deus é Dez*, criada pelo padre, para o evento eram esperadas cerca de 1,5 mil pessoas no *Studio 54*, casa noturna da Barra da Tijuca. Alguns chamaram tal prática como a “Boate de Jesus” (PADRE ZECA LANÇA DISCO EM BOATE, *Jornal da Tarde*, 03/04/2002).

A partir desses três exemplos, percebe-se que esses novos agentes possuem o sentido do campo religioso contemporâneo, que exige mais ação, experimentação e adaptação aos meios de comunicação, numa tentativa de tornar o catolicismo plausível. Padres como Marcelo Rossi e Zeca, por exemplo, souberam dialogar “eficazmente”

com os comunicadores, investigar os "sinais dos tempos", apresentar uma linguagem "compreensível", "aberta", de fácil assimilação e preocupada com os receptores. De certa forma, suas estratégias foram eficazes, pois na disputa com as demais *empresas de salvação*, o catolicismo tornou-se midiaticamente mais visível. Como sugeriam os documentos eclesiásticos, eles se tornaram comunicadores "profissionais", "eficazes", "homens de TV".

O trabalho religioso realizado por esses agentes é capaz de responder a uma categoria particular de necessidades próprias de certos grupos sociais. Nesse sentido, tais padres conseguiram uma façanha bastante comemorada pela hierarquia católica: atrair o segmento jovem, que há décadas estava afastado. Isso pode ser constatado, por exemplo, no grande apoio concedido aos *padres estrelas* pelo antigo cardeal do Rio de Janeiro, Dom Eugênio Sales, um dos líderes católicos mais próximos do Vaticano. Na celebração intitulada *Em nome do pai*, realizada em 12 de outubro de 1998 no *Maracanã,* foram reunidos os padres-cantores Marcelo Rossi, Zeca, Jorjão, Zezinho e Antônio Maria. No final da programação, uma missa campal foi celebrada pelo cardeal-arcebispo dom Eugênio Sales.

A partir do que foi observado nos documentos oficiais da Igreja Católica relativos à modernidade, o pluralismo religioso e o uso dos meios de comunicação – focados no capítulo anterior – foram preocupações constantes. Inúmeras discussões levaram esta Igreja a ações mais eficazes diante da concorrência com as outras instituições religiosas, como afirmou o padre Antônio Maria:

> *"... então, hoje, se a gente não correr no mesmo ritmo, com novas expressões, com novo ardor também claro, com nossos métodos claro, se a gente não evangelizar pela Internet a gente está perdido, não é, mas ainda tem padre, tem bispo que acha que...entendeu...é no domingo aquele sermão já salvou todo mundo, e não é, então a gente tem que fazer das tripas coração (...)não, e outra coisa temos que tornar a religião atraente, sabe, esse negócio de que tudo é*

> *pecado, de que Deus castiga...antigamente era assim (...) então meu filho, criar a religião atraente, coisa nossa, coisa do nosso mundo, que o jovem possa louvar a Deus, levantando seus braços, dançando, por que não dançar, não é? Ser alegre, ser feliz por ser de Deus, atrair, senão a gente perde o barco"*. (MARIA, Pe. Antônio. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. Estância-SE, 29 maio. 2004).

Desse modo, aos poucos se configurou a formação deste novo *estilo sacerdotal*. Estabeleceu-se uma gramática gerativa que instituiu a necessidade de abertura à modernidade como traço decisivo. Tornou-se cada vez mais necessária a constituição de um corpo de sacerdotes homogêneo, capaz de assegurar o domínio da gestão dos bens simbólicos de salvação à Igreja Católica. Para a definição desse novo estilo, foi importante a constituição de um corpo de profissionais burocraticamente organizado em relação aos meios de comunicação social.

Diante disso, as autoridades eclesiásticas instituíram práticas sacerdotais marcadas pelo domínio das técnicas, expressões, linguagem e conhecimento dos meios de comunicação. Além do domínio da Teologia, cabe ao futuro sacerdote dominar o microfone, a escrita e a câmera. Aos poucos, as disciplinas de comunicação foram inseridas nos seminários, assim como organizados eventos, diálogos com os profissionais de comunicação, entre outras medidas. Desde o final da década de 1960 até os primeiros anos do século XXI, os documentos indicam tal preocupação. Até este último período, essa formação estava deficiente, pois persistia nos documentos a preocupação dos bispos com os comunicadores católicos, que continuam usando *inadequadamente* os meios de comunicação.

A instituição das habilidades comunicacionais do clero católico brasileiro pode ser observada a partir de três fatos. Primeiramente os três encontros de 70 horas/aula, realizado pelo Setor de Comunicação da CNBB e organizado pelos Seminários e Institutos do Brasil (OSIB), em 1985, 1986 e 1992, para formar professores de

comunicação nos seminários. Dois outros encontros aconteceram em 1992 (Brasília) e em 1994 (São Paulo). Nesse último, discuti-se a adaptação do currículo de comunicação às exigências do documento da Congregação para a Educação Católica (Orientações para a formação dos futuros sacerdotes acerca dos meios de comunicação). Além desses citados, é importante mencionar também o que foi destinado aos bispos brasileiros em 1970, no Rio de Janeiro, com a participação de expressivos nomes de produtores de novela e publicidade na época (CNBB, 1994b: 23-25).

O segundo fato é a elaboração e aprovação pela CNBB e pela *Organização dos Seminários e Institutos do Brasil*, em 1994, de um currículo disciplinar que seria ministrado no semestre com 4 horas/aula semanais ou dois semestres de 2 horas/aula semanais, aos alunos de Teologia. Esse documento deixa explícito que seu objetivo geral é "adaptar" as respostas pastorais da Comunicação, levando a hierarquia e os agentes de pastoral a "conhecer, compreender e experimentar" a realidade da Comunicação Social. Além desse objetivo geral, são apresentados onze específicos. Entre essas, há uma ênfase na necessidade de que o aluno domine a história, a linguagem, a técnica, a ideologia, o conhecimento, a técnica, a função, a relação entre os meios de comunicação com a opinião pública e a Igreja (*Currículo*.In: CNBB, 1994, 184-185).

Por fim, há os esforços do Instituto Brasileiro de Marketing Católico (IBMC) na formação de padres que saibam se comunicar, segmentar os discursos para os diferentes públicos que freqüentam a Igreja. De acordo com Antônio Miguel Kater Filho, os seminaristas também precisam receber uma formação menos racional e mais emocional (KATER FILHO, *Veja*, 09 jun. 1999).

O Padre Marcelo Rossi é possivelmente o mais conhecido entre esses padres. Como profetizou o padre João Carlos Almeida, diretor do *Instituto Teológico Sagrado Coração de Jesus*, em Taubaté, no interior paulista: *"em três ou quatro anos vamos ter um Marcelo Rossi em cada igreja"* (PEREIRA, *Época*, 25 dez. 2000).

2 – Padre Marcelo Rossi e as correntes do clero brasileiro

> *"... a Igreja Católica, neste final de século, parece substituir figuras emblemáticas das décadas de 60 e 70, como Dom Helder Câmara e Dom Paulo Evaristo Arns, que se perfilavam nas lutas políticas e sociais do país e disputaram seus espaços religiosos na mídia, por novas figuras emergentes que disputam seu espaço religioso em programas como os do Faustão, Xuxa, Gugu Liberato e Hebe Camargo. É possível que se esteja diante de novos paradigmas ou novos paradoxos..." (CARRANZA, 2000: 298).*

Cardeais, bispos e teólogos estão fascinados com a capacidade do padre Marcelo Rossi de atrair multidões. Depois de uma década em que os neopentecostais desfalcaram o rebanho católico, parte do clero sente-se, de certa forma, aliviada por presenciar uma cena que começava a ficar rara: igrejas superlotadas.

Por outro lado, reações diversas eclodiram dos membros da Igreja Católica. Apesar da necessidade de diálogo com a Modernidade, aprendizado relativo ao uso "eficiente" dos meios de comunicação e dinamismo frente ao avanço do pluralismo – as práticas rossianas dividem a Igreja. Entre religiosos mais conservadores, há certa reserva quanto ao excesso de entusiasmo físico que se observa nas missas do padre Marcelo Rossi e de muitos outros sacerdotes: *"De modo geral, as missas à maneira antiga são maçantes. Mas as mudanças não podem ser exageradas e superficiais, como as que vemos nas missas-espetáculos"*, criticava dom Décio Zandonade, bispo auxiliar de Belo Horizonte (KLINTOWITZ, 1999). Porém, outro membro da ala

conservadora também faz leitura favorável das práticas dos padres-estrelas. É o caso do Cardeal-Arcebispo Emérito do Rio de Janeiro, dom Eugênio Sales:

> *"Não é meu estilo ficar pulando, mas havia ali muitos jovens. Acho que eles eram a maioria no estádio. O pessoal mais velho não gosta muito desse tipo de coisa, reclama das novidades. Se não atrair jovens, a Igreja fica velha"* (TAHAN et alli, 1999: 30).

Nessa declaração evidencia-se que dom Eugênio Sales aprova práticas pastorais "eficazes" que se diz incapaz de empregar. Isso revela um sentido pragmático. Diante do avanço das outras religiões, da crise de plausibilidade do catolicismo, o Arcebispo discorda, até certo ponto, das novas práticas adotadas por sacerdotes como padre Marcelo e padre Zeca. Mas elas são eficazes para atrair um grande número de fiéis, principalmente de uma faixa etária que décadas atrás não se sentia atraída pelo catolicismo: a juventude. Sua flexibilidade pode novamente ser exemplificada quando aprovou o slogan *Deus É 10*, do padre Zeca (1997): *"Eu não escolhi a frase, mas sancionei"***.** Por fim, quando consultado pelo mesmo padre sobre as seleções das músicas de um dos seus *cds,* o papel de censor foi recusado: *"Respondi que ele não precisava me consultar. Dei-lhe carta branca. São riscos que é preciso correr, porque sem eles não se cresce. Só sou duro com quem não corresponde a minha confiança***"** (TAHAN et alii, 1999: 31).

Esse sentido pragmático da hierarquia aplica-se aos novos sentidos do campo religioso contemporâneo. Cada vez mais a competição acirra-se com as outras empresas de salvação pela construção e imposição duma violência simbólica. Nessa perspectiva, as estratégias e bens simbólicos oferecidos são relevantes e legítimos se resultam em aumento de fiéis. A diminuição do rebanho católico, como demonstram as pesquisas quantitativas, sinalizam a perda da hegemonia no campo religioso, o que

poderia lhes acarretar uma condição minoritária na sustentação material e na visibilidade diante das outras empresas concorrentes.

Isso não significa necessariamente uma rendição completa ao mundo. Também em dezembro de 1998, dom Eugênio havia partido para a ofensiva depois que alguns padres expuseram suas idéias em entrevistas ao jornal *O Dia*. O padre Francisco Marques Filho, responsável por duas paróquias em *Realengo*, revelou que gostava de freqüentar a vida noturna e usar roupas de grife. Logo foi transferido para uma igreja em outro bairro, onde atuaria como auxiliar. *"A punição não está relacionada ao modo como ele reza a missa. Ele foi punido pelo exagero de suas declarações"*, afirmou dom Estêvão Bittencourt, naquele momento um dos principais teólogos da Arquidiocese do Rio de Janeiro. No mesmo período, o vigário-geral e moderador da Cúria local, dom Augusto Zini Filho, divulgou uma nota repudiando o estilo de vida e o modo de se expressar desses padres. *"A roupa de grife não condiz com a opção de vida despojada de um padre"*, diz a nota. As medidas atingiram o mais famoso dos padres do Rio de Janeiro, o padre Zeca. Ele não sofreu punição, mas parou de conceder entrevistas. A mesma postura de recusa à censura de dom Eugênio Sales se verificou com os padres ligados à *Igreja dos Pobres*. Dois anos atrás, dom Eugênio usou sua coluna em jornais de todo o país para chamar de indisciplinados os clérigos que apoiavam as invasões de fazendas do *Movimento dos Trabalhadores Sem Terra* (MST). Aqui a forma de diálogo com o mundo foi questionada décadas anteriores pelo mesmo cardeal (KLINKE, 1998).

A maioria dos membros do clero católico concorda que padre Marcelo trouxe um novo impulso ao catolicismo, principalmente o aumento de fiéis praticantes, das vocações sacerdotais – sobretudo na sua diocese –, da atração exercida sobre os jovens. Entretanto, três aspectos se tornaram motivos de opiniões divergentes: não-

preocupação com as transformações sociais, excessiva exposição na mídia e "desrespeito" à liturgia católica.

Em relação ao social, as críticas vieram com mais ênfase dos religiosos ligados à *Igreja dos Pobres*[71] – frei Betto, d. Mauro Morelli, d. Eusébio Sheid, d. Pedro Casaldáliga, Leonardo Boff e padre José Comblin – e moderados, como d. Fernando Serafim Gomes. Em novembro de 1998, o dominicano frei Betto publicou na *Folha de São Paulo* uma carta endereçada a Marcelo Rossi. Nesta, o autor considerava-o positivo no que concerne ao reavivamento espiritual, ao consolo dos aflitos, à cura dos enfermos, ao reencontro da fé. Entretanto, a carta faz críticas à pastoral rossiana, que obedece a uma "fórmula de sucesso": muita emoção, pouca razão, com privilégio do espiritual em detrimento do social, que leva ao subjetivismo, ao conservadorismo. Ao final, propõe a Marcelo Rossi que traga seu rebanho para as obras de justiça social (FREI BETTO, 1998, p. 4-1).[72]

---

[71] A *Igreja dos Pobres* significa uma certa concepção de catolicismo que emerge no Brasil sobretudo a partir da década de 1960. O objetivo último era exercer influência sobre os indivíduos e a sociedade por meio do processo de conscientização. Foi apresentada uma interpretação diferente da Bíblia e das doutrinas do catolicismo. A nova forma de organizar os leigos em comunidades de base e a interpretação renovada do evangelho eram maneiras de realizar uma transformação social e política da Igreja e da sociedade. A idéia principal do projeto da *Igreja dos pobres* era de despertar a consciência política. Os liberacionistas aplicaram esta expressão à sua abordagem, que promovia a leitura da Bíblia "da perspectiva daqueles que a lêem". A retórica do catolicismo liberacionista dava ênfase ao conhecimento e à racionalidade como ferramentas necessárias para se formar uma idéia do progresso social e da responsabilidade individual no projeto de criação do *Reino de Deus* na Terra (THEIJE, 2002: 72-76).

[72] Esta carta causou diversas reações, principalmente dos leitores da folha que enviaram cartas à redação, como pode ser observado nesses exemplos: "Mesmo não sendo católico, não pude deixar de distinguir no eloqüente discurso de frei Betto, dirigido ao padre Marcelo Rossi, a acuidade e serenidade peculiares àqueles que abraçam a causa da verdade." *Marcelo Antunes Batista* (Mogi das Cruzes, SP). "Querido frei Betto: fique tranqüilo e pode continuar seu trabalho com as minorias sem aparecer na mídia (muito louvável, até). Graças a Deus apareceu um sacerdote chamado Marcelo Rossi, que veio colocar minha igreja no seu devido lugar. O padre pop star já está fazendo, em poucos meses, o que você, d. Paulo Evaristo Arns e d. Pedro Casaldáliga, juntos, não fizeram em anos." *Ricardo Nassif Hussni* (PAINEL DO LEITOR, 1998, p. 1-3). "Caro frei Betto, parece que você está com dor-de-cotovelo, com ciúmes do sucesso do padre Marcelo."Antonio Gordinho (São Paulo, SP). "Incomodo-me cada vez que vejo a mídia televisiva travando batalhas por índices de audiência, por ver que valores sociais estão sendo cada vez mais desprezados. Soma-se a tantos outros apelos a presença do padre Marcelo Rossi nos programas dominicais. Como pode um representante da igreja, ícone maior de fé mundial, sujeitar-se à exposição comercial?" Balduino Ferreira Leite (Lorena, SP). "Pegou mal a pretensa lição de trabalho e humildade que frei Betto explicitou em seu artigo de 20/11. Se estivesse

Ainda em 1998, o secretário-geral da CNBB, dom Raymundo Damasceno, considerava "positivo" o fato de o padre Marcelo Rossi atrair fiéis, todavia dizia que a fé devia *"ser traduzida em compromisso social"* e não só como *"a expressão emocional, superficial do momento"*: *"Ele tem um talento, mas não é modelo para todos os padres"*, afirmava Damasceno (CNBB, 1998: 1-1).

Dom Marcelo Cavalheira – Arcebispo Emérito de João Pessoa – situa o padre Marcelo na grande atmosfera da Igreja hoje, sobretudo aqui no Brasil, onde surgem muitos grupos carismáticos, que interessam muito ao jovem de hoje. O Arcebispo diferencia a época atual das décadas atrás, quando participava da Ação Católica, buscando inserir a massa na luta pela mudança social (CAVALHEIRA, Dom Marcelo. *Entrevista concedida a Péricles Andrade.* Recife-PE, 25 ago. 2004).

Em 1998 D. Marcelo Cavalheira, então vice-presidente da CNBB, pediu "compromisso social" ao falar dos fiéis do padre Marcelo Rossi. Questionado sobre a forma como o padre Marcelo conduzia a missa dançando, a que chama de "aeróbica do Senhor", Cavalheira afirmou que é preciso "se comprometer com empobrecidos":

> *"...ele se exprime por meio de ritos muito palpitantes, muito vibrantes. É um fenômeno bom, pois muitos fiéis têm retornado (à igreja). Mas, para que não fique superficial, esses fiéis terão de se comprometer com os empobrecidos e com o aprofundamento da catequese"* (BISPO CRITICA, *Folha de São Paulo*, 28/11/98, p. 1-1).

---

preocupado em aconselhar de verdade o padre Marcelo Rossi, deveria usar o caminho ético de uma carta pessoal endereçada àquele que ele deixou bem claro temer como concorrente. Se frei Betto não gosta da mídia como afirma no infeliz artigo, sua atitude revela o contrário." Osmar Baroni (Uberaba, MG). "É lamentável o perfil que a Igreja Católica vem adotando durante as missas nestes últimos anos. Longe do que eram antigamente, as cerimônias atuais deixam a desejar em conteúdo e sobram nas apelações artísticas." Guilherme Devitte (Curitiba, PR). "Será que quem gosta de aparecer é mesmo o padre Marcelo? Creio que é quem, vivendo numa democracia, vive elogiando e visitando um ditador chamado Fidel Castro e uma ditadura chamada Cuba." Paulo Toni Jr. (Santana do Parnaíba, SP). "Preocupa-me o discurso ingênuo do padre Marcelo, mas preocupa-me ainda mais a ingenuidade do próprio padre, que se sujeita a aparições televisivas ao velho estilo dança do passarinho. Que idiotização é essa?" Glória Alves Cruz (São Paulo, SP). (*Folha de São Paulo*, 1998, p. 1-3).

Em entrevista de 2004, Dom Marcelo destaca que o padre Marcelo já vem atuando na área social, com um trabalho "assistencialista", levando cestas de alimentos aos pobres. Ele acredita que isto levará o padre a uma "evolução". Irá perceber que *"não basta apenas fazer show, mas é preciso também trabalhar, olhar para que toda essa massa marginalizada seja integrada no processo da vida e da sociedade"* (CAVALHEIRA, Dom Marcelo. *Entrevista concedida a Péricles Andrade.* Recife-PE, 25 ago. 2004).

Tal opinião é também defendida pelo então secretário-geral da CNBB, dom Raymundo Damasceno. Ele definia como "positivo" o fato de padre Marcelo Rossi estar atraindo fiéis à igreja. Entretanto, ressaltava a importância de um "compromisso social" do catolicismo e criticava o "excesso de emoção" durante as celebrações. *"agora parece que a sociedade, não é só a igreja, está dando importância demasiada aos sentimentos, à emoção. A TV vive um pouco disso, de despertar a emoção, o sentimento das pessoas"* (ZORZAN, 1998: 1-15).

O teólogo Leonardo Boff também tem suas críticas aos modos de Marcelo Rossi. Segundo ele, esses padres apresentam um discurso "vago e opaco":

> *"Aparecem no Gugu, Faustão, na revista Caras, porque são a expressão do que o mercado deseja. Junto com a jovialidade deveria vir um compromisso com os mais fracos. Porém, se eles levarem seu carisma para a solidariedade com os oprimidos poderão sofrer punições"* (KLINKE, 1998).

Numa entrevista de 2002, Boff critica a ênfase dos carismáticos na "emoção" e a entrada no "mercado de entretenimento". Novamente o enfoque caiu sobre o padre Marcelo, que para o teólogo apresenta um cristianismo "superficial" e "anêmico", *"feito de alegria e parcos apelos à justiça e à transformação social. Vira um entusiasmo de bobo alegre"* (BOFF, 2000: 47-49).

O padre Márcio Anatoli, coordenador da *Pastoral Universitária da Diocese de São Paulo*, ligado à *Teologia da Libertação*, por sua vez, critica a *Renovação Carismática* e o padre Marcelo por "reunir ovelhas e entregá-las ao lobo, que é da ideologia do mercado (VENCESLAU, 2000: 22).

Dom Mauro Morelli, bispo de Duque de Caxias, na Baixada Fluminense, articulador do *Fórum Brasileiro de Segurança Alimentar*, taxou Marcelo Rossi de "imaturo", se disse chocado com suas declarações. De acordo como o bispo, a Igreja vivia no Brasil mais preocupada em dar mais "consolação" do que "cidadania". *"Nós estamos vivendo movimentos de massa, com conteúdos, com expressões, com propostas que a mim não me convencem"*. D. Mauro se referia ao evento "Em Nome do Pai", realizado no Maracanã em 12 de outubro de 1999. O bispo faz referência aos métodos de trabalho de alguns padres "ainda bastante jovens" e "imaturos", como o padre Marcelo. O bispo de Duque de Caxias mostrou-se chocado com as declarações do padre Rossi dizendo que procurava mudar a imagem do padre, visto como efeminado, mulherengo e alcoólatra. Dom Mauro questionava a imagem que Rossi estava passando: a de um "padre que canta". Nesse aspecto, reconhecia a grande atração que Marcelo Rossi exercia sobre a massa, assim como os limites da *Teologia da Libertação* nesse aspecto. Por outro lado, ele via todo o fenômeno como uma reação à difusão das "seitas", que transformou a Renovação Carismática como instrumento de conquista (BERABA, 1999: 1-8).

As discordâncias em relação ao padre Marcelo também foram evidenciadas no 10º Encontro Intereclesial, que reuniu as comunidades de base (CEBs) de todo o Brasil em Ilhéus (Bahia). Marcelo Rossi foi "esconjurado" por sua "nova liturgia". Segundo representantes das CEBs, a rápida ascensão do padre Marcelo explicava-se porque ele faz concessões à mídia e suas músicas não têm compromissos com questões sociais.

"O neoliberalismo precisava ter seu sacerdote e o encontrou", comentou o cantor e compositor Zé Vicente, que faz sucesso no meio das CEBs (CEBs, 2000).

Uma parcela do clero destaca que o padre Marcelo exagera no exibicionismo, valorizando mais a forma que o conteúdo. *"Esperava uma missa mais engajada, com uma missão, pregando por um milênio melhor, com mais trabalho e menos violência"*, comenta d. Paulo Evaristo Arns **(**ALVES e COSTA, 2000). O padre José Comblin considera Marcelo Rossi como um fenômeno do século XXI. Sua mensagem responde à psicologia de uma imensa massa de pessoas, não muito diferente dos pentecostais, com técnicas bastante semelhantes. Numa sociedade "preocupada" e "angustiada", é necessário algo que se lhes dê "alegria", que se "liberte um tempo de toda esta miséria da vida de cada dia". Diante da pobreza das massas e de um sistema paroquial católico que não oferece nada aos populares, da inexistência de uma pastoral católica, de uma liturgia e catequese para as massas, Marcelo Rossi aparece como uma padre que toca essa camada da população. Entretanto, Comblin considera-o como um fenômeno "que não vai muito longe", que recebe apoio de alguns setores conservadores porque não "questiona nada." (COMBLIN, Pe. José. *Entrevista concedida a Péricles Andrade.* Recife-PE, 26 ago. 2004).

Padre Marcelo Rossi também encontra opositores entre os moderados, como o Arcebispo do Rio de Janeiro, dom Eusébio Oscar Scheid. Em relação ao padre Marcelo Rossi, dom Eusébio diz: *"eu não seria do estilo dele. Ele tem o carisma de mover as massas"*. Entretanto, destacou: *"não acho bom igreja que tenha proselitismo, que tenta pescar no terreiro alheio. Não é uma atitude muito condizente com o Evangelho"* (ABSALÃO, *Jornal do Brasil*).

Em relação à exposição na mídia, muitos religiosos demonstram preocupação com o uso da imagem de Marcelo Rossi pelas emissoras. Novamente a carta de frei

Betto é exemplar. O frade demonstrava temor com um "padre pop star", "ibopizado", sendo usado para dar audiência, vender CDs e terços, camisetas e quinquilharias. Frei Betto alertava padre Marcelo para o perigo do "tombo" e da mercantilização da fé: *"Essa mídia não quer o Evangelho. Quer uma isca que atraia maior audiência. Mais audiência significa ampliar a veiculação de clipes publicitários, formar consumidores e não cidadãos. Muito menos cristãos"* (FREI BETTO, 1998: . 4-1).

Dom Serafim Fernandes de Araújo, cardeal-arcebispo de Belo Horizonte, também temia a exposição na mídia do padre Rossi: *"só tenho um medo: que essa mesma mídia que o joga lá em cima, daqui a pouquinho vai jogá-lo lá em baixo. Estão levando porque ele é mídia, é ibope. Então, o dia que der vontade de jogar lá em baixo, vão jogar"* (PEIXOTO, 1998: 1-16).

Padre Zezinho considera que Marcelo Rossi se submeteu aos caprichos da mídia. O padre, que já gravou 67 discos e vendeu oito milhões de cópias, ressalta que para pregar a palavra de Deus não é preciso tanta visibilidade, se tornar um "superstar", ser colocado no pedestal pela Globo e SBT (LUIZ FRANCISCO, 2000: A8). Em 1998, por exemplo, o padre Marcelo reconhecia na reportagem da revista *Istoé* que seus compromissos com a Igreja estavam todos atrasados, coisas como batizados e crismas. De fato, naqueles últimos meses as preocupações dele eram muitas. Numa missa no dia 10 de dezembro de 1998, ele não abençoou com a água benta uma área próxima ao altar, reservada aos seus próprios convidados. Alegou que não poderia molhar o lugar naquele dia, porque à noite seria gravada a missa de Natal que seria transmitida pelo SBT, num dos programas de Gugu Liberato.

Em relação à exposição do padre Rossi na mídia, há também quem o defenda. Em 2000 Dom Eugênio Sales afirmava num tom peremptório: *"Quanto mais ele*

aparecer na mídia para pregar Jesus Cristo, melhor será para a causa do evangelho" (ALVES e COSTA, 2000).

Ainda em relação à mídia, há outra faceta do padre Marcelo que incomoda alguns membros da Igreja. No entender de alguns, ele se tornou maior do que a instituição que representa, como afirmou Frei Betto:

> *"Toda projeção na mídia é em cima da figura dele e não na de Jesus. Assim, ele não dá o passo seguinte. Não basta atrair gente para o templo. Não faz sentido um católico que curte o padre Marcelo, mas não vive nem divulga o Evangelho"* (KLINKE, *Istoé*, 16/12/98).

A mesma crítica vem do padre José Oscar Beozzo, ex-coordenador geral do *Centro Ecumênico de Serviços à Evangelização e Educação Popular* (CESEP) e membro do *Centro de Estudos de História da Igreja da América Latina* (CEHILA). Segundo Beozzo, um padre tradicionalmente deve estar na paróquia, diante do povo "dele" em reuniões, no sermão, às vezes na rádio da cidade. Diferentemente, Marcelo Rossi tem grande audiência, tornou-se uma figura nacional, um padre de todo o país. Ele tem mais visibilidade do que um bispo ou um presidente da CNBB. Então essa é uma situação nova dentro da Igreja que não afeta apenas os outros padres, mas principalmente dos bispos por causa da sobreposição (BEOZZO, Pe. Oscar. *Entrevista concedida a Péricles Andrade.* Recife-PE, 24 ago. 2004).

Nessa fala do padre Beozzo, estão subentendidos dois aspectos. Primeiro, há uma preocupação quanto aos limites das ações do padre Marcelo. Ele começa a interferir nas unidades eclesiásticas dos demais padres. Não se limita a atuar apenas na sua paróquia, mas evangeliza fiéis por todo o Brasil. De certo modo, apresenta-se como um concorrente aos demais padres. Em segundo lugar, sua sobreposição leva-o a uma condição acima dos seus superiores, ou seja, os bispos.

Quanto à liturgia, as críticas a Marcelo Rossi atingem dois sentidos. Primeiramente a instituição do modelo rossiano como exclusivo, como único caminho eficaz para a Igreja Católica evangelizar. Neste aspecto, Dom Serafim de Araújo, embora ressalte a "grande contribuição" de Marcelo Rossi, por encontrar uma "linguagem que vai mais ao coração do povo". Lembra, no entanto, que há muitos anos os padres católicos faziam o mesmo trabalho, de forma diferente e que há anos têm conseguido evitar a saída de fiéis da igreja.

> *"Nós temos um trabalho feito de corpo-a-corpo e o Marcelo vem com outro jeito. Agora, eu não sei se ele é eficiente nesse trabalho de corpo-a-corpo que nós estamos fazendo. Esse entusiasmo do padre Marcelo pode existir hoje e amanhã não existir mais"* (PEIXOTO, 1998: 1-16).

Tal posição é também do Dom Raymundo Damasceno. Ele reconhece a grande capacidade de Marcelo Rossi de reunir massa de gente para rezar e cantar. Porém, este não seria o único caminho para evangelizar. O resultado não pode ser medido pela aglomeração de pessoas, mas "pelos frutos que perduram e permanecem". A televisão, o rádio e o jornal são ótimos. mas não os únicos. *"Cada um tem uma metodologia diferente"*, diz Dom Damaceno. Ele ressaltou ainda que, nas celebrações litúrgicas, é importante distinguir a "celebração eucarística" de missa. A segunda tem normas que a orientam em toda a igreja e em todo o mundo. Já nos encontros de oração, não há regras (ZORZAN, 1998: 1-15).

Crítica contundente a Marcelo Rossi vem do padre Manzatto, diretor da *Faculdade de Teologia Assunção*: *"várias pessoas querem se transformar em novos padres Marcelos, mas aí percebem que o principal trabalho da Igreja não é fazer barulho e cantar"*. Ainda de acordo com o padre, tal glamourização do sacerdócio, e a

subseqüente decepção, estão entre os fatores que levam aos relativamente altos índices de desistências (20% a 30%) de seminaristas (AS DESILUSÕES, 2004: 07-08).

A própria CNBB criticou a ênfase dos grandes conglomerados da mídia nacional à cobertura do *"espetáculo emocional do novo catolicismo"*. Na opinião dos bispos, esse interesse da mídia "não é gratuito" e pode estar a serviço do esquecimento *"dos grandes problemas nacionais"*. Na opinião da CNBB, a mídia teria cometido o mesmo erro, nos anos 60 e 70, período do regime militar, ao ser "omissa" na divulgação do trabalho da Igreja Católica, que *"se empenhava em falar como a voz dos sem-voz"*. Nos anos 90, dizem os bispos, a mídia estaria "exaltando o que lhe convém" para a "manutenção do pensamento hegemônico". Na visão da CNBB, as manifestações "emocionais" aparecem na mídia, de forma equivocada, como a essência do trabalho da Igreja Católica. A CNBB admitia, no entanto, que as manifestações de massa dos católicos, puxadas pelo movimento Renovação Carismática, provocam *"evidente inquietação entre especialistas em religião e pastoral sobre esses novos fenômenos"* (CNBB, 1999: 1-10).

O segundo aspecto criticado na liturgia rossiana é seu caráter de *show*. Assim, dom Pedro Casaldáliga, bispo de São Félix do Araguaia (MT), vê no padre Marcelo um fenômeno "passageiro", que perderá sua influência com o tempo. O bispo vê no padre um fenômeno de massa. Perguntado sobre sua capacidade de atrair fiéis para a igreja, diz: *"o povo também está sendo atraído pelo Ratinho, pelo Leão e pela Xuxa. E eles não são muito adequados"*. E acrescenta: *"uma coisa é um cantor, um ator. Outra é um padre-cantor ou um padre-ator* (*Folha de São Paulo*, 13/12/98. p. 1-15).

Diante das primeiras críticas, em dezembro de 1998, o padre Marcelo decide não dar mais entrevista naquele ano. A decisão veio ao encontro das orientações do Vaticano encaminhadas a alguns bispos do Brasil para que controlassem os padres que

tinham dado mais valor à mídia do que à sacristia. Dom Fernando foi um dos que receberam essas orientações e prontamente recomendou ao padre Marcelo que "*parasse de dar entrevistas logo que encerrasse os compromissos com a Polygram"*. No dia 10 de dezembro, Marcelo Rossi entregaria um disquete com respostas a todas as perguntas que interessavam aos jornalistas (KLINKE, *Istoé*, 16/12/98).

As inúmeras reações levaram também à idéia de reorientação do padre Marcelo Rossi. O arcebispo de São Paulo, dom Cláudio Hummes, dizia que o religioso tinha feito *"grande trabalho positivo"*. O cardeal entendia que padre Marcelo deveria ter seu trabalho "orientado e avaliado constantemente" pelo seu bispo, dom Fernando Figueiredo. O arcebispo não enxergava na atuação do religioso o perigo de exposição excessiva ou mesmo de mercantilismo, *"é uma forma de comunicação nova"* (*Folha de São Paulo*, 06/02/2000, p. 1-13).

Entretanto, no ano seguinte (1999) cristaliza-se, com mais ênfase na CNBB, a preocupação com a reorientação de *padres popstars*. A entidade discute a possibilidade de convocá-los para uma reunião ou um encontro em Brasília. O objetivo era estimular os sacerdotes, principalmente da ala carismática, a adotar discurso contra as injustiças sociais e alertá-los para o respeito à liturgia católica durantes os *showmissas*. Para a CNBB, esses padres cantores devem se preocupar também com as mudanças sociais, não só com atos assistencialistas e a expressão eufórica da fé. Antes mesmo desta convocação, alguns padres foram punidos. Isso ocorreu em Salvador com Marcus Lázaro Mendes Dias, afastado pela sua congregação por ter criado bloco de Carnaval em 1999. Neste mesmo ano, ele iria lançar um CD com um novo gênero, o "axé-gospel" (CNBB, 1999: 1-6).

A relação de Marcelo Rossi com a CNBB continuou tensa. Em 2000 a entidade teria vetado sua participação na celebração dos 500 anos da evangelização católica no

Brasil, em Porto Seguro, Bahia. Dom Marcelo Cavalheira, então vice-presidente da Confederação, afirmou que a celebração estava *"aberta à participação de todas as pessoas"*, sem *"privilegiar nenhum grupo"*. Quanto à participação de Marcelo Rossi, afirmou: *"queremos prescindir dessas tendências polêmicas"* (*Folha de São Paulo*, 26/02/2000. p. 1-10).

A idéia de convocação dividiu os próprios membros da CNBB. Nesse mesmo período, o bispo de Santo Amaro, dom Fernando Figueiredo, mentor de padre Marcelo, afirmava que desconhecia essa proposta de reunião da CNBB, mas que a iniciativa permitiria a *"união de esforços para um trabalho conjunto"*. Entretanto, ele discordava de alguns pontos. Segundo o bispo, os eventos realizados no Santuário do Terço Bizantino, além de respeitarem a liturgia católica, já possuíam conteúdo social: *"também buscamos essa dimensão social. Tanto é que muitas obras sociais estão sendo realizadas graças a esse trabalho"*. O bispo também disse acreditar que a convocação para o encontro não refletia uma preocupação da CNBB em relação ao desempenho dos padres cantores. *"Para cada um desses padres há um bispo acompanhando o trabalho e que está ali justamente para buscar as expressões mais correspondentes à liturgia e à vida da igreja, com todas as suas dimensões, seja a teológica, a religiosa ou a social"* (*Folha de São Paulo*, 07/11/1999. p. 1-6.).

Padre Zezinho também defende a intervenção da CNBB na participação de padres na mídia. Segundo ele, a cúpula da igreja deve começar a se preocupar com o fenômeno de mídia gerado pelo padre Marcelo Rossi. *"É preciso criar um projeto para que não passe dos limites. É errado um padre subir no mesmo palco para cantar com Reginaldo Rossi, por exemplo"*, disse.[73] No entanto, o padre Zezinho defendeu o padre

[73] O padre Antônio Aparecido Pereira, editor do semanário da Arquidiocese de São Paulo, *O São Paulo*, concorda em muitos aspectos com o padre Marcelo Rossi. Entretanto, ele precisa ser mais bem

Marcelo alegando que ele conseguiu abrir espaço para a igreja na televisão (*Folha de São Paulo*, 05/02/2000. p. 1-12).

Vê-se que as críticas feitas ao padre Marcelo Rossi centram-se nos seus "ritmos vibrantes", sua "superficialidade", "excesso emotivo", ênfase sobre a "forma" em detrimento do "conteúdo", associação da fé ao mercado de entretenimentos e ao neoliberalismo, ao seu proselitismo, ao caráter alienante da sua liturgia. Aqui está em jogo a disputa pela hegemonia do campo católico entre dois estilos sacerdotais que estão, de certo modo, vinculados a duas concepções religiosas que fizeram leituras diferentes dos "sinais dos tempos": a *Igreja dos Pobres* e a *Renovação Carismática*. As críticas apresentadas por religiosos como frei Betto, padre Comblin, dom Cavalheira, dentre outros, relativos ao enfoque emotivo-espiritual do padre Rossi, à ênfase na "forma" em detrimento do "conteúdo", podem ser compreendidos como uma crítica direta dos adeptos ou simpatizantes da *Teologia da Libertação*. Esse modelo busca instituir um catolicismo despido de misticismo e irracionalidade. A ênfase da leitura do Evangelho recai naquilo que afeta o quotidiano do católico, principalmente em relação as injustiças sociais, vistas como o verdadeiro pecado moderno. A religião nessa ótica assume um papel transformador, conscientizador e libertador. O *Reino de Deus* deve ser edificado na terra. Diferentemente da *Teologia da Salvação* do catolicismo tradicional, a *Teologia da Libertação* não separa a religião dos contextos sócio-econômico e político, assim como sustenta a "opção preferencial pelos pobres" e as lutas sociais como caminho de salvação. A *Renovação Carismática*, da qual emergiu o padre Marcelo, defende a renovação espiritual e moral como veículo

---

assessorado. Alguns programas em que ele se apresenta mostram cenas "incompatíveis com a evangelização". Destacou ainda que em 1999 os padres cantores teriam se encontrado informalmente para discutir conteúdo e direcionamento de seu trabalho, e justamente o padre Marcelo não compareceu devido a cláusulas de seu contrato com a sua gravadora (VENCESLAU, 2000: 22).

de salvação. A ênfase recai sobre o indivíduo, ao contrário da *Igreja dos Pobres*. O mundo também é reencantado, com as curas e milagres advindas dos dons do Espírito Santo. Por fim, em relação aos problemas sociais, os carismáticos optam pela participação partidária para defesa de seus princípios (como a condenação da liberação do aborto) e retomam a tradicional concepção católica de caridade e assistencialismo, modelo constantemente questionado por aqueles ligados à *Igreja dos Pobres*.

A recepção ao padre Marcelo revela a dinâmica do campo católico brasileiro. Elas remetem às disputas entre os segmentos eclesiásticos pela definição do sacerdote. Como todo espaço social, esse campo é definido pela exclusão mútua ou distinção das posições que os constituem. Seus agentes sociais encontram-se em lugares distintos e distintivos, marcados pela maneira de estar no mundo, sendo suas ações e pensamentos afetados, construídos e adquiridos no curso de uma experiência social situada e datada (BOURDIEU, 2001).[74]

Dessa forma, as opiniões favoráveis ou divergentes relativas ao padre Marcelo Rossi estão relacionadas à concorrência entre diferentes estilos sacerdotais. Isto envolve divergências quanto à liturgia (racionalizada ou emocionalizada; tradicional ou inovadora), a maneira de se vestir, falar, a ênfase sobre o social ou espiritual, as inovações e diálogo com o mundo, entre outros traços distintivos.

As posições perante as práticas do padre Marcelo revelam uma disputa entre dois estilos de ser católico. As falas apresentam duas definições distintas do catolicismo. Como diria Bourdieu, é uma luta simbólica por definição de um *ethos*: o

[74] Em função de sua posição na estrutura da distribuição do capital de autoridade, as instâncias, indivíduos ou instituições lançam mão do capital na concorrência pelo monopólio da gestão dos bens de salvação e do exercício legítimo do poder, enquanto podem modificar as representações e as práticas, inculcando-lhes um *habitus*. A estrutura das relações objetivas entre as instâncias que ocupam posições diferentes nas relações de produção, reprodução e distribuição de bens religiosos tende a reproduzir a estrutura das relações de força entre os grupos, embora sob a forma transfigurada e disfarçada de um campo de relações de força entre instâncias em lutas pela manutenção ou pela subversão da ordem simbólica (BOURDIEU, 1998a: 57-70).

modo “correto” de ser católico. Décadas atrás, os padres se dividiram em dois estilos principais. Ou eram conservadores, tradicionalistas, ou se inclinavam menos pela doutrina e mais para as questões sociais, de preferência casando teologia e pensamento de esquerda. Esses *padres progressistas* disputavam com a *ala conservadora* a hegemonia na Igreja brasileira. Nos últimos anos da década passada, um novo tipo de agente emergiu nessa disputa, recebendo, inclusive, apoio dos conservadores: *as estrelas da fé*, principalmente os adeptos da *Renovação Carismática*. Esse terceiro grupo possui como traço distintivo a defesa da tarefa espiritual sobre a tarefa social, que a missa tem que modernizar-se e tornar-se mais viva, talvez até próxima dos evangélicos para deixar de afastar os fiéis.

A disputa agora se dá com mais ênfase entre os adeptos da *Teologia da Libertação*, os “*padres de passeatas’*, e os adeptos da *Renovação Carismática*, tais como alguns “artistas da fé”. Com isso, as atitudes, as formas de praticá-las, opiniões, a maneira de expressão e o consumo daqueles religiosos formados na *Igreja Progressista*, tais como dom Casaldáliga e frei Betto, se diferenciam daqueles cuja formação está associada à *Renovação,* como o próprio padre Marcelo e dom Fernando Figueiredo, como pode ser vislumbrado no quadro a seguir:

Traços distintivos entre padres brasileiros	
Progressistas	**Estrelas da fé**
Padre "intelectual"	Padre de sucesso
Formação teológica aprofundada	Formação com ênfase em "habilidades artísticas".
Ênfase no social	Ênfase no espiritual, na cura, no corpo, na conversão.
Opção preferencial pelos pobres	Católico praticante
Católico militante de esquerda	Cenáculos, comunidades, encontros, meios de comunicação.
Movimentos sociais	Religião reencantada.
Religião desencantada/racionalizada	Pobreza: caridade e assistencialismo.
Religião desencantada/intelectualizada	Salvação individual: reforço moral.
Pobreza: libertação e luta.	
Salvação coletiva: lutas sociais.	

Se o padre Rossi fosse adepto da *Teologia da Libertação*, poderia ser apenas um anônimo, vivendo na periferia de São Paulo, fazendo sermões e ensinando a comunidade local a lutar pelos seus direitos. Mas, como ele, alguns padres da *Renovação Carismática* preferem arrebanhar fiéis em escalas muito maiores, de preferência através da mídia. Na sua perspectiva, as missas precisam de um "sopro de vida nova". Ele tem horror a sermões longos, enfadonhos e muito politizados, que "afastam" o fiel da Igreja: *"há um ditado que diz: em cinco minutos é Deus quem está falando, em dez é o homem e em quinze minutos é o diabo"* (JUNQUEIRA, 1998).

Enquanto a *Teologia*, prega a leitura "crítica" do Evangelho e faz dele uma arma contra a pobreza, a *Renovação Carismática* prefere a satisfação religiosa pessoal à luta pelas causas sociais. Através das *Comunidades Eclesiais de Base*, a doutrina da *Libertação* organiza minorias em todo o País, serviu de abrigo para os movimentos sindicais e a militância de esquerda. Atualmente Padre Marcelo opta por atrair milhares às suas missas, dançar, cantar, praticar a caridade e assistencialismo.

Todavia, *progressistas* e *artistas da fé* partilham a adesão tácita a uma mesma *doxa* que torna possível a concorrência entre eles e lhes impõe seu limite: a pertença ao catolicismo romano. As reações ao padre Marcelo Rossi manifestam a disputa interna no campo católico brasileiro pela definição de um estilo hegemônico para a prática sacerdotal, o que implica as disputas internas entre dois estilos distintos. Essas diferenças associadas a posições funcionam como constitutivas de sistemas simbólicos. Como destaca Bourdieu, a idéia de separação está no fundamento da própria noção de espaço, conjunto de posições distintas e coexistentes, exteriores umas às outras, definidas umas em relação às outras por sua exterioridade mútua e por relações de proximidade, de vizinhança ou de distanciamento e, também, por relações de ordem, como acima, abaixo e entre (BOURDIEU, l996: 18-19).

Por outro lado, as tentativas de regulamentação dos artistas da fé demonstram que no campo religioso, assim como nos demais, há limites a ações individuais. Desta forma, as instâncias reguladoras, no caso a CNBB, são marcadas por disputas internas pela definição de um estilo ideal de sacerdote católico. Aqueles que extrapolam essa gramática gerativa são considerados fora do campo. Pode-se dizer que Marcelo Rossi estrutura o campo católico, assim como é estruturado pela dinâmica estrutural, pelas condições objetivas. Ele seria, então, um agente e ao mesmo tempo um sujeito. Suas ações não executam e obedecem a regras simplesmente. O padre Marcelo está absorvido pelo jogo como num universo transcendente e capaz de impor incondicionalmente seus objetivos e normas próprios.

3 – Padre Marcelo Rossi e os fans-fiéis

O padre Marcelo Rossi também recebe inúmeras críticas, principalmente de intelectuais e jornalistas. Inúmeras imagens lhe são atribuídas: “astro pop”, “modista”, “galã da fé”, “vendedor da fé”, “animador de auditório”, “coreógrafo”, “ídolo de multidões”, “marketeiro”, “grande artista”, “padre pop”, “padre mais paparicado de São Paulo”, “superstar”, “padre dançarino”, entre outras. Do mesmo modo, suas práticas são associadas e classificadas como “apelativas”, “eufóricas bionicamente”, “animadas” “despolitizadas”, “burguesas”, “atléticas”, “bizantinas”, “de pouco conteúdo”, “*fast-food* religioso” e “fé aeróbica”. Em relação às suas performances, o religioso é considerado como “desenvolto”, “talentoso”, “sapeca”, “desprezível”, “versão *light* da Igreja Universal”, “bom produto”, “cara de anjo”, repleto de “*jingles* vazios”, “enganador”, “mala do ano”, “revolucionário”, “retrógrado”, “despolitizado”, “desmoderno” e “carismático”. Ironicamente, a *Folha de São Paulo* premiou padre Marcelo em 2000 com o troféu "Não Sou Artista e só Fui ao Gugu, Faustão, Serginho Groisman, Olga Bongiovanni, Shoptour e ao 'Pequenas Empresas, Grandes Negócios' Para Levar a Palavra de Deus" (*Folha de São Paulo*, 27/11/2000. p. E7.).[75]

Entretanto, diversas são as opiniões dos fiéis que seguem o padre Marcelo. Muitos fiéis consideram o padre Marcelo como alguém que possui qualidades que outros padres não têm. Seus fiéis fazem enormes esforços para se fazerem presentes ao

[75] Dentre as diversas reações, foi criado um site na Internet que trazia ofensas ao padre e à Igreja Católica. A página estava hospedada em uma empresa dos EUA, no provedor *internettrash* (algo como lixo na rede). O *site*, intitulado *Eu Odeio o Padre Marcelo Rossi*, mostrava uma fotomontagem do padre com orelhas pontudas, um cigarro de maconha na boca e as unhas pintadas de preto. Uma das músicas do padre teve a rotação alterada, passando uma impressão diabólica. Além disso, os visitantes podiam deixar mensagens ofensivas. O delegado titular da Divisão de Informações da Polícia Civil de São Paulo, Mauro Marcelo de Lima e Silva, conseguiu suspender o *site*, mas encontrou dificuldades em localizar o responsável devido à legislação norte-americana. Segundo o delegado, o autor, devido ao vocabulário, deveria ser um adolescente. Em pouco mais de uma semana de existência, a página recebeu mais de 6.000 visitas (POLÍCIA SUSPENDE SITE COM OFENSAS AO PADRE MARCELO, *Folha de São Paulo*, 09/02/1999, p. 1-13.).

Terço Bizantino ou nas demais celebrações. Há uma necessidade evidente de ver o ídolo, romper com a interação midiática, estabelecer uma interação face-a-face, o que implicaria possíveis graças. Vários exemplos ilustram tal afirmativa. Em dezembro de 1998, Terezinha de Jesus Pereira, 38 anos, saiu de Diadema, São Paulo, às 13 horas e chegou ao santuário às 14 horas, graças a uma carona, para a missa que se iniciaria às 21h40min. Ivani de Lima Silva, 23 anos, desempregada, saiu de casa às 12 horas, pegou dois ônibus e passou o dia todo com o café da manhã para estar presente na missa (TREVISAN, *Folha de São Paul*o, 27/12/98, p.1-14). Em outubro de 1999, no Maracanã, Marta Rocha Carneiro, 34 anos, grávida de sete meses foi com o marido e os três filhos ver o pe. Rossi, mas chegou após os portões terem sido fechados (SUPERLOTAÇÃO FRUSTRA FIÉIS "ATRASADOS", *Folha de São Paulo*, 13/10/1999, p. 3-3).

Nesse mesmo evento, após a apresentação do padre Marcelo, fiéis começaram a deixar o estádio, como Maura Furtado, que vinha de Teresópolis, região serrana do Rio de Janeiro: *"Vamos para o ônibus descansar e esperar o restante do grupo. Já vimos o padre Marcelo"* (PADRE MARCELO, 13/10/1999, p. 3-3). Em abril de 2001, Marta Oliveira foi ao estacionamento observar onde deixar seu veículo para a inauguração do novo Terço Bizantino. Meia-noite ela voltou juntamente com sua mãe, uma irmã e uma vizinha. As quatro passaram a noite dentro de um Fiat Uno: "*é que minha mãe é baixinha e tem de ficar perto do altar para ver o padre"* (*Folha de São Paulo*, 8/04/2001).

Por que esta atração? O que Marcelo Rossi traz que leva tantas pessoas a segui-lo? As respostas para tais indagações podem ser buscadas na dinâmica e no sentido do campo religioso brasileiro, discutidos no primeiro capítulo. Mas, além dessas condições objetivas, existe algo exclusivo no padre Marcelo que o transformou num

líder religioso de multidões: seu carisma. As opiniões dos fiéis em relação ao padre demonstram com ele é tratado de uma maneira especial pelos fiéis.

O carisma do padre Marcelo Rossi decorre de dois traços peculiares. Primeiramente, seus atributos religiosos, especificamente: sua ligação com Deus, o Espírito Santo e Jesus. De acordo com os fiéis, ele é uma pessoa "*iluminada*", *"que tem o dom de Deus e do Espírito Santo"*; *"que tem Nossa Senhora ao lado"*; é *"um "enviado, instrumento e representante de Deus diferente dos outros"*; *"um presente de Jesus"*; *"que tem um carisma especial"*; *"um verdadeiro anjo"*.

Essa qualidade constava nos depoimentos sobre o poder de cura, dom constantemente negado pelo próprio, que atribui os milagres ao poder do *Espírito Santo*. Como a maioria dos líderes carismáticos, Marcelo Rossi nega para si qualquer recompensa individualista. Seus fiéis consideram-no um porta-voz através do qual Deus pode falar, um mensageiro ou mediador entre o mundo visível e o invisível. Os testemunhos de suas intercessões miraculosas são constantes. Numa celebração no Morumbi em 1997, por exemplo, padre Marcelo começou com "testemunhas de cura". O radialista Altierez Barbiero, da rádio América, contou que sua filha tinha um nódulo no pescoço. Pediu para o padre rezar por ela. *"Na mesa de operações, depois que ela estava anestesiada, a médica percebeu que o nódulo havia sumido. Disse que foi um milagre"*. Ainda nessa celebração, o padre Marcelo falava, ajoelhado, que sentia que alguém ali *"usava um colete porque tinha problemas entre a quarta e a quinta vértebra da coluna"*. Então, pedia para que essa pessoa batesse palmas. Vários batiam. *"Jesus está trabalhando na sua coluna para curá-lo"*, afirmava. Em entrevista no intervalo do evento, o padre Marcelo explicou como capta as doenças de seus fiéis. *"Às vezes eu sinto a dor da pessoa. Ontem mesmo eu estava na rádio e saí mancando.*

Outras vezes é uma imagem que aparece" (AMARAL, *Folha de São Paulo*, 04/11/97, p. 1-12)

Segundo a dona-de-casa Elza Marinari, *"ele benzeu a minha mão que estava quebrada. Estou muito melhor"* (CHRISTOFOLETTI, *Folha de São Paulo,* 17/02/1999, p. 3-3). Na bênção durante a missa de *Corpus Christi*, celebrada pelo padre Marcelo em junho de 1999 no Terço Bizantino, ficou visível a preocupação dos fiéis: vários deles levantaram objetos para serem bentos, entre eles, muitas carteiras de trabalho (AFONSO, *Folha de São Paulo*, 04/06/1999, p. 3-10). Em algumas celebrações, muitas faixas de incentivo ao padre também foram envergadas, como a assinada pelas fiéis Janice e Zenaide, de Guarulhos. *"Ajude-nos a continuar com essa sua luz divina"*, dizia. A paraibana Maria Nair de Sá, disse que o padre Marcelo tirou seu filho da cadeia:

> *"Ele tinha um pequeno mercadinho com uma boca-de-fumo em frente. Uns homens foram comprar drogas lá, os policiais chegaram e prenderam o meu filho. Fiz um voto para o Divino Espírito Santo e soltaram o meu menino, dias depois. Os outros continuam presos, e eu vim aqui agradecer" (Folha de São Paulo, 11/09/2000).* [76]

Nessa perspectiva, inúmeras pessoas freqüentam o santuário em busca de ajuda espiritual para vencer problemas, como relatou um dos voluntários num depoimento: *"a gente vê os milagres que acontecem durante a missa, porque o maior milagre é a missa. E nós somos apenas um 'pronto-socorro espiritual"* (TERÇO BIZANTINO, n. 16, p. 06), como destacou Wilma Rossi em entrevista ao se referir aos voluntários: **"** *os que mais sofreram, vieram na nossa mão. Ou perderam um filho, ou tiveram um revés*

[76] A babá Jovenina Aparecida dizia ser *"a prova viva de que milagres acontecem"*. Assídua freqüentadora das missas do padre Marcelo, ela afirmou que, graças à bênção dele, sua irmã e seu sobrinho conseguiram escapar da morte. *"Os dois estavam muito doentes, internados no mesmo hospital. Ela teve três derrames, três enfartes e uma trombose, e ele estava com câncer", contou, emocionada "* (GRESPAN, *Folha de São Paulo,* 3/09/2003).

na vida, perderam uma empresa. E eles estão lá, eles estão se jogando no colo de Jesus..." (Idem, p. 12).

Os fiéis buscam no padre Rossi atender a diversas necessidades. De acordo com o depoimento, a vinda ao Terço Bizantino está associada com algumas dificuldades de relacionamento no interior das suas respectivas famílias, como no caso de Isaías:

> *"...minha esposa era muito praticante. Ela acompanhava já o padre Marcelo. E, realmente por um momento difícil da nossa vida, depois de alguns anos de casado, o casamento vinha passando por atribulações e quando nós sentíamos que iria acabar, ela resolveu me trazer para a missa, viemos juntos e eu realmente abracei, senti abraçado por Jesus"* (ISAÍAS, residente no Rio de Janeiro, comerciante, 31 anos. Entrevista concedida a Péricles Andrade. São Paulo, 30 abr. 2005).

Do mesmo modo, problemas conjugais trouxeram João ao santuário. De acordo com seu depoimento, sua vinda às missas ocorreu após a separação dos pais há oito anos atrás (JOÃO, residente em São Paulo, estudante, 18 anos. Entrevista concedida a Péricles Andrade. São Paulo, 30 abr. 2005).

Em alguns casos, a freqüência ao templo está associada a uma perda familiar. Como destacou João Batista, "a dor me trouxe aqui". Atuando como voluntário há meses, sua freqüência regular ao santuário ocorreu após a perda de um filho:

> *"Eu estou aqui porque eu perdi um filho de 20 anos de idade, quer dizer, foi o que me trouxe aqui. Ele sofreu um desastre de carro, só tinha dois filhos, perdi um e estou só com um agora. E... A dor me trouxe aqui ,né. Eu estou aqui servindo o padre Marcelo"* (JOÃO BATISTA, residente em São Paulo, bancário aposentado, 55 anos. Entrevista concedida a Péricles Andrade. São Paulo, 30 abr. 2005.

A solução para problemas financeiros também tem atraído muitos fiéis ao encontro do padre Marcelo. Ana destacou claramente o motivo pelo qual estava fazendo "campanha" no santuário:

> *"Aí eu estou fazendo uma campanha porque a minha casa foi invadida. Eu morava lá no parque São Jorge, mas minha casa foi invadida. Aí eu estou fazendo uma campanha que pra ver se eu*

> *tenho minha casa de volta. Aí, do mês de setembro pra cá, estou vindo todo sábado. É um pedido de graça que eu estou vindo para ver se eu consigo minha casa outra vez de volta. Agora do mês de setembro pra cá, eu estou vindo todo sábado e aqui à noite, hoje à noite, está completando sete semana"s* (ANA, residente em São Paulo, desempregada (empregada doméstica), 49 anos. Entrevista concedida a Péricles Andrade. São Paulo, 30 abr. 2005).

Do mesmo modo, Maria informa que havia recebido um emprego após libertação interior, alcançada ali no *Terço Bizantino*. Segundo a informante, ela também havia conseguido recentemente um aumento de salário (Maria, residente em Osasco-SP, 44 anos. Entrevista concedida a Péricles Andrade. São Paulo, 30 abr. 2005).

Para alguns fiéis, a ajuda buscada está relacionada a problemas de saúde. São inúmeros os depoimentos de graças alcançadas através da interseção do padre Marcelo junto ao Espírito Santo. Novamente o depoimento de Maria ilustra esta afirmativa. Ela destacou que sua "libertação espiritual" ocorreu após inúmeras visitas ao Terço Bizantino, que lhe findaram a depressão e as fortes dores de cabeça, além da cura da convulsão de um sobrinho e de um câncer num cunhado (Maria, residente em Osasco-SP, 44 anos. Entrevista concedida a Péricles Andrade. São Paulo, 30 abr. 2005).

A freqüência ao santuário significa para muitos um alívio físico. Uma das voluntárias destacou em depoimento que sofre de dores na coluna, mas na hora que entra no Terço Bizantino ela se sente *"uma outra pessoa. É uma coisa que a gente não consegue explicar (...). Quando a gente chega aqui, a gente se transforma"* (TERÇO BIZANTINO, n. 16, p. 07).

Pelo que se vê, é imputado ao padre Marcelo grande êxito na intercessão junto a Deus em prol dos seus seguidores, transmitindo seus sentimentos, necessidades, indigências, aflições coletivas e individuais. Essas graças alcançadas, inclusive, se tornaram um instrumento de divulgação das intercessões feitas pelo padre Marcelo Rossi a Jesus no santuário Terço Bizantino ou através dos programas midiáticos.

"Testemunhos de fé" são publicados na revista *Terço Bizantino*. Na edição bimestral de agosto e setembro de 2001, Najara Castro relata graça alcançada "pela intercessão de Nossa Senhora" num sorteio realizado no programa de rádio do padre Marcelo para o Dia dos Namorados. Bernadette Jorge informa libertação de um irmão *"após o momento que estávamos fazendo a oração dos antepassados junto com o padre Marcelo"*. Célia Camargo relata a cura do alcoolismo dum irmão após a novena de Nossa Senhora realizada junto com o padre Marcelo e numa missa carismática (TERÇO BIZANTINO, n. 02, p. 19).

As graças alcançadas têm contribuído para a propagação do carisma do padre, levando muitos fies a conhecê-lo através desse dom. Verônica evidenciou essa fama do padre:

> *"Eu ouvi falar do padre Marcelo por uma pessoa que estava na cama. Teve um problema de hérnia de disco e ela ficou, inclusive minha cliente ela, também sou manicure (...). E eu fui fazer o pé e a mão dela, quando cheguei ela estava na cama e perguntei: nossa! O que aconteceu? Ela falo: estou muito mal, fiquei no hospital, vou ficar por seis meses de cama (...). Mas ela ouvia o padre todos os dias e hoje ela não tem mais nada. Nada! Não precisou operar. A hérnia de disco sumiu, que o médico não acreditou. Foi coisa milagre de Deus mesmo, a fé dela é muito grande e quando ela ficou boa, ela me trouxe no padre Marcelo"* (VERÔNICA, residente em São Paulo, ambulante, 54 anos. Entrevista concedida a Péricles Andrade. São Paulo, 30 abr. 2005).[77]

[77] A mesma entrevistada destacou que sua mãe havia alcançado graça através do padre Marcelo: "*A minha mãe, ela teve... minha mãe é superdoente, muito doente. Hoje ela está ótima. Minha mãe, nossa, recebemos até a visita do médico e o atestado de óbito dela viva, porque minha mãe, ela tem diabete, tem que colocar marca-passo, muito nervosa, fez um 'catete'. E ela, muito nervosa, a diabete sobe, né, problema tal, e no dia que ela, um dia antes que ia operar – ela ia operar na terça-feira – no domingo entrei e fui na missa e... comprei uma rosa pro pessoal que vende rosa com a santinha e fui lá e abençoei e pedi muito pra que Deus na hora do Santíssimo, o padre tava lá, pedi muito para que minha mãe agüentasse uma cirurgia, o marca-passo, que ela agüentasse tudo porque ela entra em coma dormindo por causa da diabete. E graças a Deus, olha... o médico ficou assim muito satisfeito com a cirurgia, não acreditando, falou é muita fé, isso é muita fé (...) Então o médico ficou muito feliz porque a cirurgia do marca-passo que ela teve que colocar foi assim uma coisa muito boa. Então devido a minha fé, eu pedi com fé, tudo o que eu peço, porque não o padre Marcelo, é minha fé, é minhas orações e através dele, que ele é o padre espiritual que me dá esta vontade de seguir a minha religião"* (VERÔNICA, residente em São Paulo, ambulante, 54 anos. Entrevista concedida a Péricles Andrade. São Paulo, 30 abr. 2005.).

A divulgação dessas graças alcançadas reforça o respaldo do seu prestígio, denotando que Marcelo Rossi vive em comunhão singular estreita e íntima com Deus. Sua legitimidade é regularmente reivindicada, justificada e corroborada por atos e feitos miraculosos. O "presente de Jesus", como destaca seus fiéis", comunica e distribui os benefícios da participação na comunhão com o divino, ou seja, o cuidado com os doentes, dos pobres e dos privados de recursos (WACH, 1990, p. 407). Como todo líder carismático, ele precisa então ganhar e manter sua autoridade provocando sua força na vida. Sua missão é constantemente "provada", fazendo que todos que se entreguem fielmente a ele se saiam bem. Se isso não acontecer, ele evidentemente não será o mestre enviado pelos deuses (WEBER, 1982, p. 287).

O carisma do padre Marcelo é também construído a partir das suas inovações litúrgicas. Ele é visto como "opção saudável e alegre aos domingos", "pessoa oxigenada da Igreja", "reavivador do catolicismo", "vítima da mídia"; "animador". Aqui ele é visto como um líder carismático reformador que em tempos de crise do catolicismo foi capaz de combater as ameaças de desintegração.

Como destacam muitos fiéis, sua freqüência regular ao catolicismo decorreu do estilo de missa adotado pelo padre Rossi. Os depoimentos enfatizam a intensa participação, a movimentação do corpo (cantos e coreografias) e a linguagem simples adotada pelo padre Marcelo. Para a grande maioria, as "missas tradicionais" eram muito "monótonas", "cansativas": *"ele [me] trouxe novamente pra dentro da Igreja. Eu estava um pouco afastado. Essa energia dele, esta coisa positiva, de fazer a gente concentrar ali, naquele momento ali, na oração e realização"* (Paulo, residente em Belo Horizonte, representante comercial, 38 anos. Entrevista concedida a Péricles Andrade. São Paulo, 30 abr. 2005). Essa opinião também pode ser observada no depoimento de Mariana:

> *"Eu ia à igreja assim, mas não com freqüência, né. E depois que eu comecei a vir aqui, eu freqüento mais (...) Então, quando eu ia na igreja assim, aquela coisa cansativa, do padre só falando, sermão, sermão, sermão, então não é isso também, só sermão. A gente tem que louvar a Deus. Acho que Deus tem que ser louvado. E eu acho que depois deles e outras igrejas que canta muito tem atraído muito os jovens à igreja" (*MARIANA, residente em Belo Horizonte, representante comercial, 38 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005).

Na perspectiva dos fiéis, diferentemente da missa católica tradicional, a celebração do padre Marcelo é marcada por uma participação leiga intensa. Como afirmou Sofia: *"hoje você participa, porque antes no catolicismo era padre e as pessoas escolhidas lá e você não tinha a participação que você tem hoje"* (SOFIA, residente em Belo Horizonte, dentista, 34 anos. Entrevista concedida a Péricles Andrade. São Paulo, 30 abr. 2005).

A dona-de-casa Elza Marinari, destacou *"quando eu era mocinha, assistia a missas em latim. Não entendia nada. Com o padre Marcelo é uma maravilha"* (CHRISTOFOLETTI, *Folha de São Paulo*, 17/02/1999, p. 3-3); a estudante Carla Fernandes afirma: *"a missa dele sempre é maravilhosa e as músicas religiosas em ritmo de Carnaval são muito animadas"* (SASAKI, *Folha de São Paulo*, 28/02/2001).

Essa participação leiga ocorre de diversas formas. A primeira, e talvez a mais constante, são as músicas e suas respectivas coreografias. Elas aquecem os fiéis e em todas as execuções o padre e a banda lançam frases ou palavras que incentivam o coro e orientam as coreografias religiosas:

> *"A diferença é que aqui, assim, é aberta assim. Você pode cantar, quer dizer, é diferente, quer dizer, em relação a uma missa normal, tradicional. Aqui é muito mais aberto. Você pode cantar. Você pode, sei lá... Você chora, você grita, você bate palmas, quer dizer, é o tal do carismático, quer dizer, realmente prende as pessoas, é isto aí"* (JOÃO BATISTA, residente em São Paulo, bancário aposentado, 55 anos. Entrevista concedida a Péricles Andrade. São Paulo, 30 abr. 2005).

A intensa atividade corporal é destacada como uma forma de extravasar as ansiedades do dia-a-dia: *"quando a gente participa da missa, sai daqui totalmente leve, esquece dos problemas..."* (DAVI, residente em Diadema-SP, técnico em tacógrafo, 31 anos. Entrevista concedida a Péricles Andrade. São Paulo, 30 abr. 2005).

Durante a homilia, o padre também permite a participação dos leigos. Na missa celebrada em 28 de abril, foram focados três temas: o individualismo, o materialismo e a eutanásia. Padre Marcelo constantemente incentivou a fala dos fiéis através de questões lançadas didaticamente à assembléia. Além disso, o padre contou algumas anedotas, levando os presentes à desconcentração e gargalhadas. Isso é visto pelos fiéis como forma clara de compreensão do Evangelho, conforme destacou Fátima:

> *"A palavra dele é diferente. Não é que ele lê o evangelho, como os padres faziam em cima da Bíblia ali, coisas que você não entendia às vezes, entendeu? Ele chega a nos explicar. O que ele lê, o que ele fala a gente entende. Acho que qualquer criança entende"* (FÁTIMA, residente em Juiz de Fora-MG, dona de casa, 50. Entrevista concedida a Péricles Andrade. São Paulo, 30 abr. 2005).

Pelo que se vê, Marcelo Rossi transformou a missa numa atividade prazerosa aos fiéis, algo plausível ao cotidiano deles. Entretanto, é importante salientar que a incorporação das expressões da dança e da música estiveram presentes no catolicismo brasileiro desde os primeiros séculos de colonização no denominado *catolicismo popular*. De certa forma, se nos séculos anteriores os padres romanizados e progressistas condenaram as práticas festivas da religiosidade popular, padre Marcelo Rossi incorpora-as dando-lhes um caráter clerical, tornando a figura do sacerdote como um mestre de cerimônia, similar ao animador de auditório. Ao restituir o sentido festivo, ele também se opõe à celebração "distante" praticada pelo *catolicismo oficial* e à "pregação política", racional, do *catolicismo da Igreja dos Pobres*. Ele traz um novo

sentido plausível às práticas do catolicismo popular, enfatizando a emoção numa linguagem acessível aos fiéis.

São adotados também apelos emotivos. O padre Marcelo demonstra grande capacidade para demonstrar emoções de extremo vigor, provocando empatia com os fiéis. Muitos consideram, inclusive, seu vigor físico como "energia espiritual". Algumas estratégias adotadas indicam o objetivo de aumentar o apelo emocional por meio de uma encenação e coreografia dramática. Sua religiosidade centra-se naquilo que Daniele Herviu-Léger denomina de "emocionalismo comunitário", ou seja, os testemunhos dos convertidos criam um laço muito forte entre a comunidade e o indivíduo, engajamento do corpo na oração, manifestação física da proximidade comunitária e intensidade afetiva das relações entre os membros: beija-se, abraça-se, toma-se pela mão e pelo ombro. Há um reconhecimento da importância do corpo e dos sentidos na vida individual e coletiva, assim como uma desconfiança em relação à formalidade doutrinal e teológica, uma "religião intelectual". Esta corresponde à convicção de que a intelectualização das crenças é inútil (HERVIU-LÉGER, 1997: 34).

Por exemplo, na missa do dia 30 de abril de 2005, as pessoas foram incentivadas a levantar a carteira de trabalho. Num certo momento, Rossi sugeriu que os membros da assembléia conversassem entre si sobre sua condição de trabalho. Durante cerca de cinco minutos, o padre aguardou no altar o diálogo entre os fiéis ali presentes. Uma senhora, bastante emocionada, confidenciou àqueles que estavam próximos que era comerciante e que estava naquela missa buscando uma intercessão pelo filho que viajaria para trabalhar no Japão. Inúmeros objetos foram levantados pelos fiéis. Como era uma data próxima ao 1º de Maio, Dia do Trabalhador, a grande maioria levantou, carteiras de trabalho para serem abençoadas. Além disso, verificaram-se fotografias,

garrafas de água, vestimentas etc. Uma jovem levantava documentos pessoais e fotografias de sua formatura e de familiares. Constatemente emocionada, chorando compulsivamente em alguns momentos, ela era amparada por pessoas próximas. [78]

Esta passagem demonstra como Rossi propôs o novo, o extracotidiano, o inaudito e o arrebatamento emotivo que provocam e constituem aqui a fonte da sua devoção pessoal. As expressões corporais adotadas possuem um simbolismo exuberante. Suas metáforas são regidas por uma retórica mais ou menos convencional, através da qual a personagem carismática procura garantir-se para alimentar a fé de seus fiéis (WEBER, 1997, p. 134).

Por fim, muitos fiéis visitam regularmente o Terço Bizantino para vivenciar a comunidade formada em volta do padre Marcelo, com seguidores regulares e casuais, já retratados no capítulo anterior. O depoimento dado por Davi, técnico em tacografia, 31 anos, residente em Diadema, *Grande São Paulo*, exemplifica a formação de uma comunidade em torno de um líder religioso:

> *"Porque eu me casei aqui, foi feito meu casamento aqui. Minha esposa fez a primeira comunhão aqui, a crisma aqui, então acho que é um lugar que é um local que a gente se identificou muito com a gente (...) É que aqui a gente, eu posso dizer à você, onde a gente mora a gente quase não conversa com ninguém, a gente mora lá há pouco tempo. E a vizinhança é muito diferente (...) E aqui não, a gente tem bastante amigo. As pessoas que a gente conheceu aqui, entendeu, uma pessoa que eu conheci aqui eu convidei para ser meu padrinho de casamento, aceitou e até hoje a gente tem uma amizade.*

[78] Ao enfatizar a expressão corporal, Rossi rompeu de certo modo com algo instituído, conforme afirmou em entrevista: **"***quando fiz Educação Física, vi a necessidade da expressão corporal, comecei a perceber que o corpo fala e você anuncia aquilo que crê. Um rosto pode falar mais do que mil palavras. Usei isso em minhas Missas e deu certo, as pessoas conseguem sentir a verdade de Deus nos olhos de cada irmão. Percebi a necessidade de levar as pessoas a terem esse prazer de estar na Missa. Estava em Cruzeiro e vi que os jovens não se interessavam muito, ninguém queria saber de Igreja. Então, um dia, espalhei que ia fazer uma aeróbica do Senhor. Não era padre ainda, estava no seminário. Como era uma cidade do interior e a notícia se espalha rápido, no domingo seguinte, vocês não imaginam o que tinha de jovens. Até o padre da paróquia achou legal e eu guardei essa idéia. Quando eu estava numa Missa em que não comportava tantas pessoas, estava lotada, usei a aeróbica para segurar os jovens e deixar os outros, mais velhos, saírem sem problemas ao final da Missa. Então, falei que após a Missa iria fazer a aeróbica do Senhor com eles. Acabou a Missa, tirei a estola e comecei: 5 minutos, 10 minutos, meia-hora. Já não agüentava mais e dei chega, mas o pessoal quis mais. Aí 'pegou' e passou a ter em todas as Missas"* (*REVISTA FÉ E LUZ*, dez./1999).

> *Que aqui a gente se idenfica muito assim com as pessoas que vêm de vários lugares. Tem muita gente que vem da Bahia, enfim, do Brasil inteiro. (...) Então, mas a gente se identifica, as pessoas vêm, muito vêm agradecer, muitos vêm pedir. Então é onde se forma uma amizade. Tem pessoas que vêm uma vez por ano, tem pessoas que vêm uma vez por mês, então forma um círculo de amizade muito grande"* (DAVI, residente em Diadema-SP, técnico em tacógrafo, 31 anos. Entrevista concedida a Péricles Andrade. São Paulo, 30 abr. 2005).

Esta tietagem em torno do padre Marcelo possibilita ao seu seguidor se tornar um membro de um grupo ou comunidade, de desenvolver uma rede de relações sociais com outros que compartilham a mesma orientação. É uma comunidade onde os fãs podem se reunir de tempo em tempo, como quando se encontram em concertos ou convenções (THOMPSON, 2002: 193-195).

Este mundo do fã pode ser dependente dos produtos da mídia disponíveis, mas estes produtos são assumidos, transformados e incorporados num universo simbólico estruturado e habitado somente por fãs. Edílson Carvalho de Silva Júnior desde os dois anos já falava que queria ser padre. Em 2002 na cidade de Itabaiana, Sergipe, ele vestia batina, reunia outras crianças e montava um pequeno altar, onde "celebrava" missa e fazia procissão. De acordo com sua mãe, Maria José de Carvalho, ele começou a se interessar pela liturgia da Igreja Católica quando passou a ver o padre Marcelo Rossi na televisão, como destaca: *"ele aprendeu todas as músicas e as danças e disse que também queria ser padre. Aí ele começou a ir para a igreja, não perdia mais missa"* (*Cinform*, 03-09/06/2002, p. 10-11).

Em relação ao padre Marcelo, essa idéia pode ser observada também com os objetos religiosos com a sua imagem, vendidos pelos ambulantes que trabalham em frente ao santuário do Terço Bizantino, resultando na criação de uma nova geração de livros, vídeos, trabalhos de arte, etc., que, embora tenham sido calcados nos produtos da mídia originais, muitas vezes vão bem além deles. Mesmo proibido pela Igreja

Católica, esse comércio acontecia na grande maioria dos postos de venda instalados no local, sendo a maior fonte de renda de boa parte dos comerciantes. O rosto do padre estampa os produtos mais variados, como calendários, chaveiros e retratos com uma "coroa" de rei na moldura e até estatuetas e escapulários (uma espécie de talismã), objetos típicos da devoção popular aos santos. Com preços entre R$ 1,00 e R$ 5,00 esses objetos são comprados, segundo os comerciantes locais, principalmente por visitantes de fora de São Paulo, que vêm em caravanas para as missas do fim de semana. Os ambulantes não têm ligação com a Igreja, onde tais imagens são proibidas. *"Até 60% do que vendo por dia, tem a imagem dele"*, disse um camelô que preferiu não se identificar. Outro vendedor, com uma pequena estátua do padre no balcão, disse sempre "avisar" aos seus clientes que essas imagens são uma "recordação" e não algo para ser venerado. Essa diferença é ressaltada pelos fiéis que admitiram à *Folha de São Paulo* ter imagens do padre Marcelo. *"é como as lembranças que a gente guarda de nosso pai ou mãe"*, disse uma freqüentadora do santuário (SOARES, *Folha de São Paulo*, 06/10/2001, p. A9). Atualmente, este comércio está proibido pela mãe do padre, Wilma Rossi, segundo depoimento de uma ambulante concedido a este pesquisador (VERÔNICA, residente em São Paulo, ambulante, 54 anos. Entrevista concedida a Péricles Andrade. São Paulo, 30 abr. 2005).

Os depoimentos evidenciam que os elementos constitutivos do carisma do padre Marcelo Rossi estão associados a sua capacidade de tornar o catolicismo plausível aos seus seguidores. Este sacerdote propõe uma religião centrada na superação de problemas quotidianos, tais como doenças, depressão, conflitos familiares, desemprego, entre outros. A libertação espiritual, conforme proposta por Marcelo Rossi, se constitui a partir da cura e do êxtase adotados nas celebrações.

Ao adotar estas estratégias, padre Marcelo estabelece e mantém a relação entre o catolicismo e a realidade dos fiéis. Ele consegue a integridade e a continuidade do catolicismo, como pode ser constatado no depoimento de Fátima:

> *"Ele tem uma palavra de carinho, de fé, de apoio, de esperança. (...) Ele nos mostra tudo o que Deus fez na terra, a beleza, tudo das menores coisas. Quando a gente está assim desanimada, querendo entrar assim numa depressão. A gente achando que está tudo perdido, de repente você ouve as palavras do padre Marcelo e as coisas clareiam um bocadinho. É isto que nos traz e gostar tanto dele aqui"* (FÁTIMA, residente em Juiz de Fora-MG, dona de casa, 50. Entrevista concedida a Péricles Andrade. São Paulo, 30 abr. 2005).

Na fala da depoente, a palavra "clarear" denota a plausibilidade que permeia as práticas do padre Marcelo. Nessa perspectiva, a comunidade em volta do padre Marcelo Rossi consegue rituais de legitimação específicos que mantêm a fé acima e além de sua sustentação básica por uma estrutura adequada (BERGER, 1996). Suas estruturas de plausibilidade religiosas até então não perderam sua solidez.

Considerações finais

Num primeiro momento esta pesquisa tinha três objetivos gerais. Primeiramente, buscava-se relacionar a emergência dos padres-astros com a dinâmica do campo religioso brasileiro. Em seguida caracterizar as ações, *bens simbólicos* e discursos dos "padres midiáticos" neste campo social. Por fim, traçar um perfil social dos *receptores* (fiéis) dos *bens de salvação* ofertados pelas *estrelas da fé*.

Logo de início tais intenções foram reformuladas. As primeiras investidas na busca de dados apontaram a necessidade duma delimitação ao tema. O montante de informações e a complexidade do objeto indicavam que não seria possível uma leitura tão ampla. Optou-se então numa focalização sobre um agente particular: o padre Marcelo Rossi. Nesta decisão não foi negligenciada a facilidade de acesso às informações, assim como o destaque do citado padre diante das *estrelas da fé* e da mídia brasileira.

Percebeu-se a trajetória do padre Marcelo Rossi como significativa para a compreensão do campo religioso contemporâneo. Nas suas entrevistas ele costuma destacar seu afastamento da religião de batismo por não considerá-la plausível. Seu retorno ao catolicismo se deu a partir de dificuldades pessoais, obtendo "conforto" e respostas na *Renovação Carismática Católica*. O trajeto do então professor de educação física não se diferencia de milhares de jovens que estão retornando ou adotando um catolicismo praticante a partir do modelo *carismático*. Por outro lado, suas primeiras experiências sacerdotais levaram-no ao reforço da sua repulsa ao catolicismo proposto pela *Teologia da Libertação* e a percepção do modelo carismático enquanto opção eficaz. Como ele evidenciou em depoimento, as pessoas da comunidade do "Buraco Quente" na *Grande São Paulo* colocavam os filhos na

creche paroquial organizada por um padre liberacionista, mas no final de semana freqüentavam as igreja neopentecostais locais.

Três hipóteses norteavam o enfoque. Em primeiro lugar, afirmou-se que a emergência e a ascensão de um novo tipo de sacerdotal constituía uma resposta da Igreja Católica na competição com as outras *empresas de salvação*, assim como, um expediente de atualização. Tal premissa pôde ser confirmada. De fato constatou-se que o no campo religioso brasileiro é cada vez mais evidente o pluralismo, acirrando as disputas entre tais *empresas* pelo monopólio da gestão legítima dos *bens* e da *dominação simbólica*. Ao contrário do *catolicismo tradicional*, cada vez mais as denominações *neopentecostais* ganham visibilidade nas pesquisas quantitativas, na atuação na mídia, na ocupação espacial e na realização de eventos massivos em estádios de futebol. Suas estratégias adotadas e *bens simbólicos* ofertados acentuam constante diálogo com o mundo, não negligenciando mais as demandas dos fiéis. Agora a tradição religiosa, antes imposta pela autoridade, tem que ser "vendida" a uma clientela que não está mais obrigada a "comprar" (BERGER, 1985: 149).

Esta tendência do campo religioso contemporâneo orienta que seu agente seja socializado por novos traços distintivos, constituídos por práticas ajustadas e incorporadas no sentido do jogo atual. Nesta ótica, é imprescindível que o sacerdote seja convertido, que tenha um *senso prático* para dialogar com a *Modernidade*. Padre Marcelo Rossi possui tal *senso prático*. Primeiramente, há uma constante preocupação em adaptar-se à *Modernidade*. Diferentemente de alguns de seus pares, *o Reitor do Santuário do Terço Bizantino* não opta por manter uma posição *sobrenaturalista* diante de um mundo cognitivamente antagônico. Ele busca uma *capitulação cognitiva* com o mundo contemporâneo, tentando apresentar um catolicismo ainda ou de algum modo "relevante" aos fiéis. Esta capitulação é marcada por uma abertura e ao mesmo

tempo tensão com o mundo contemporâneo. Padre Marcelo denota um forte sentido pragmático quando justifica o sentido "moderno" das suas estratégias, sobretudo em relação às mudanças litúrgicas e a presença constante na mídia profana. Entretanto, tem uma acomodação limitada e controlada quando se posiciona diante de temas como moral, sexualidade e política. Aqui há um reforço da *Tradição* e uma rejeição do mundo.

Vale ressaltar que embora alguns membros do clero católico tenham sérias restrições as práticas rossianas, principalmente os religiosos ligados a *Teologia da Libertação*, o padre não comente uma heresia quando incorpora a linguagem dos meios de comunicação social. Como foi exposto no segundo capitulo, os documentos do Vaticano e da CNBB enfatizam há quatro décadas a necessidade do padre ser um grande comunicador, sobretudo que saiba usar o microfone "eficientemente", olhar para a câmera, tornar-se um comunicador, um "homem de TV. Talvez um agente capaz de levar as pessoas ao êxtase, a "erguer as mãos para o Senhor".

Isto não significa que o padre Marcelo tenha ampla liberdade. Como todo campo social existe possibilidade da produção de um número infinito de práticas que são relativamente imprevisíveis, mas também limitadas em sua diversidade. Esta liberdade limitada pôde ser observada na discussão sobre uma possível tentativa de enquadramento das *estrelas da fé*, sobretudo em relação à descaracterização do papel do sacerdote católico. O debate foi travado no tocante a ênfase dada pelo padre Rossi a careira artística em detrimento da assistência espiritual do seu rebanho. As críticas de amplos setores da hierarquia também levaram a critérios mais seletivos de visita aos programas televisivos. Ao mesmo tempo, sem violência, arte ou argumento, o campo católico tende a excluir todas as extravagâncias que se constituem nos

comportamentos, sendo sancionados pela sua incompatibilidade com as condições objetivas (BOURDIEU, 1994b).

A segunda hipótese norteadora afirmava que os discursos e as ações dos "padres midiáticos" se caracterizam por uma aproximação daqueles adotados pelos *neopentecostais*, com destaque para o apelo à emotividade, o uso de expressões corporais e de técnicas de *marketing*. Suas músicas, seus gestos, suas linguagens e suas danças seriam estratégias e *bens simbólicos de salvação* que buscavam assegurar retorno dos fiéis que migraram para outras religiões.

Embora ressalte que não dispute fiéis com os "irmãos evangélicos", Marcelo Rossi entra na concorrência do *mercado de bens de salvação* fazendo "barganhas cognitivas" com a *Modernidade*. Em diversos momentos suas entrevistas criticam a baixa freqüência dos fiéis católicos às celebrações e aos sacramentos, assim como a perda daqueles que foram "batizados" pelos sacerdotes católicos e são cada vez mais assistidos por pastores evangélicos. Como diria Bourdieu, como todo agente ele se manifesta contra todo o ataque que tente denunciar os interesses reais em jogo (BOURDIEU, 1998a). Nesta disputa pelo monopólio da *dominação simbólica* padre Marcelo adota estratégias e *bens simbólicos* similares aos pastores *neopentecostais*. De mesmo modo, seu carisma também está relacionado à concorrência com os pastores, sobretudo com aqueles da *Igreja Universal do Reino de Deus*. Como foi destacado nos depoimentos, ele se destaca pelo poder de intersecção frente ao *Espírito Santo*, pela "celebração animada", "linguagem compreensiva" e por focar temas pontuais, tais como depressão, doenças e problemas financeiros. Assim como os fiéis da *Igreja Universal*, os católicos que freqüentam o *Terço Bizantino* demonstram que também querem "parar de sofrer". Embora não esteja explícito numa placa no frontispício do santuário, este sentido se evidencia no modelo de catolicismo adotado pelo padre

Marcelo. Assim como seus concorrentes *iurdianos* Rossi enfatiza a cura espiritual, utiliza expressões corporais, organiza grandes celebrações religiosas e construiu um templo transitório e pretende erguer um novo santuário que fará frente as *Catedrais da Fé* do Bispo Edir Macedo.

A última assertiva considerava que os receptores dos bens oferecidos pelos padres midiáticos seriam, principalmente, a classe baixa da população que se sentia excluída do catolicismo oficial, que enfatizava o rito sem pompa e etiqueta. Desta forma, havia uma adequação entre os *bens mágicos* ofertados pelas *estrelas da fé* e os anseios desta camada da população.

Não foi possível constatar a relação entre condição de classe dos fiéis e a recepção dos *bens simbólicos* ofertados pelo padre Marcelo. Para isto seria necessária a adoção de pesquisas quantitativas no espaço de maior atuação do citado sacerdote, ou seja, o *Santuário Terço Bizantino*. Como foi destacado na introdução, a desconfiança dos fiéis, voluntários e administradores do santuário impede, até o momento, a elaboração duma pesquisa com este porte.

O fenômeno aqui analisado é relativamente novo. Está associado às inúmeras transformações pelas quais vêm passando as religiões nas últimas décadas, tais como os inúmeros esforços de diálogo entre as instituições religiosas e a modernidade, abrindo novos problemas a serem investigados pelos estudiosos da Sociologia da Religião. Nessa ótica, o padre Marcelo Rossi pode ser enquadrado num destes novos fenômenos que instigam os pesquisadores nessa área sociológica. A análise aqui proposta pode possibilitar, considerando a vivacidade de um fenômeno religioso como o padre Marcelo Rossi, a revisão das teses secularizantes tradicionais, que consideravam o fim das religiões como algo inevitável na contemporaneidade.

Por outro lado, ao utilizar autores consagrados e, ao mesmo tempo, criticados, tais como Pierre Bourdieu e Max Weber, a pesquisa também ambiciona verificar as possibilidades e os limites destes autores em relação a fenômenos recentes e ainda sem estudos consagrados, como o padre Marcelo Rossi. Por exemplo, até que ponto a noção de *habitus* pode ser utilizada para sua compreensão. Em que sentido a *Sociologia Praxiológica*, pensada por Bourdieu, pode ser usada na análise das práticas rossianas? Como o carisma explica a autoridade do citado padre?

Esta pesquisa não pretendia esgotar as possibilidades heurísticas e compreensivas sobre o padre Marcelo Rossi, ambição pouco provável em relação a qualquer objeto de investigação científica. Tem como ambição apresentar um esboço preliminar de compreensão sociológica que possa contribuir com futuros pesquisadores da dinâmica religiosa contemporânea, assim como para a aplicabilidade do referencial teórico adotado.

Alguns aspectos apontados poderão ser explorados futuramente em novas pesquisas. Há um turismo religioso no *Santuário do Terço Bizantino* rico em possibilidades investigativas. Do mesmo modo, evidencia-se uma administração familiar que se difere em alguns aspectos da tradicional manutenção de alguns leigos sobre os templos católicos. No *Terço Bizantino* a presença da família Rossi é marcante nas diretrizes organizacionais, de funcionamento técnico e até mesmo durante as celebrações, como pode ser observado na celebração em que Wilma Rossi esteve no altar divulgado as graças alcançadas pelos fiéis que freqüentam o santuário.

Fontes

Documentos Oficias da Igreja Católica

AETATIS NOVAE: Instrução pastoral sobre as comunicações sociais no XX aniversário da *Communio et progressio*. Conselho Pontifício para as comunicações sociais. 22 fev. 1992. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 183-208.

CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA. 11 ed. São Paulo: Loyola, 1999.

CNBB. A comunicação social nos documentos da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 513-570.

_____. *Igreja e Comunicação rumo ao Novo Milênio.* Conclusões e Compromissos. 9 a 18 de abril de 1997. www.cnbb.com.br.

_____. *Diretrizes básicas da formação dos presbíteros da Igreja no Brasil*. 1994. www.cnbb.com.br.

_____. *Diretrizes gerais da Ação Evangelizadora da Igreja no Brasil* (1995 – 1998). www.cnbb.com.br.

_____. *Orientações Pastorais Sobre A Renovação Carismática Católica*. 6 ed. São Paulo: Paulinas, 2004 (Coleção documentos da CNBB; v. 53).

_____. *A igreja católica diante do pluralismo religioso no Brasil, I*. São Paulo: Paulinas, 1991. (Coleção Estudos da CNBB; v. 62).

_____. *A Igreja Católica diante do pluralismo religioso no Brasil, II*. São Paulo: Paulus, 1993. (Coleção estudos da CNBB, v. 69).

_____. *A Igreja Católica diante do pluralismo religioso no Brasil, III*. São Paulo: Paulus, 1994. (Coleção estudos da CNBB, v. 71).

_____. *Liturgia de rádio e de televisão*. 2 ed. São Paulo: Paulus, 1994. (Coleção estudos da CNBB, v. 33).

_____. *Comunicação e igreja no Brasil*. São Paulo: Paulus, 1997. (Coleção estudos da CNBB, v. 72).

_____. *A Igreja e a comunicação: rumo ao novo milênio*. 2 ed. São Paulo: Paulus, 1997. (Coleção estudos da CNBB, v. 75).

_____. Diretrizes Gerais da Ação Pastoral da Igreja no Brasil. Documento da CNBB n. 4, 1975-1978. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos*

fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 517-518.

_____. Diretrizes Gerais da Ação Pastoral da Igreja no Brasil. Documento da CNBB n. 15, 1979-1982. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 519-520.

_____. Catequese renovada – Orientações e conteúdo. Documento da CNBB n. 26, 1983. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 522.

_____. Plano bienal dos organismos. Documento da CNBB n. 29, 1983/1984. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 522-526.

_____. Formação dos presbíteros na Igreja do Brasil – Diretrizes Básicas. Documento da CNBB n. 30. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 526.

_____. Diretrizes Gerais da Ação Pastoral da Igreja no Brasil (1987). Documento da CNBB n. 38. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 530-536.

_____. Igreja: comunhão e missão na evangelização dos povos, no mundo do trabalho, da política e da cultura (1988). Documento da CNBB n. 38. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 538.

_____. Diretrizes Gerais da Ação Pastoral da Igreja no Brasil (1991/1994). Documento da CNBB n. 45. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 539-540.

_____. Diretrizes Gerais da Ação Evangelizadora da Igreja no Brasil (1995/1998). Documento da CNBB n. 54. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 547-549.

_____. Igreja e comunicação rumo ao novo milênio. Documento do CNBB n. 59, 1997. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 552-553.

_____. Diretrizes Gerais da Ação Evangelizadora da Igreja no Brasil (2003/2006). Documento da CNBB n. 54. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 570.

_____. *De cima dos telhados: o Evangelho na era da comunicação global*. São Paulo:

Paulinas, 2001 (Grupo de Estudos de Comunicação e Assessoria de Imprensa da CNBB).

COMMUNIO ET PROGRESSIO: Instrução pastoral sobre os meios de comunicação social. Promulgada sobre determinação do Concílio Vaticano II pela Comissão Pontifícia para as Comunicações Sociais. 27 mai 1971. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 81-135.

II CONFERÊNCIA Geral do Episcopado Latino-Americano. Medellín, Colômbia, 1968. DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 487-496.

III CONFERÊNCIA Geral do Episcopado Latino-Americano "Evangelização no presente e no futuro da América Latina", Puebla, México, 1979. DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 497-511.

IV CONFERÊNCIA do Episcipado Latino-Americano, realizado em Santo Domingo, em 1992. DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 506-511.

CONSELHO Pontifício da Cultura. *Para uma pastoral da cultura*. São Paulo: Paulinas, 1999.

GAUDIUM ET SPES. Constituição Pastoral do Concílio Vaticano II sobre a Igreja no Mundo de Hoje. 12 ed. São Paulo: Paulinas, 2002.

ORIENTAÇÕES PARA A FORMAÇÃO dos futuros sacerdotes sobre os meios de comunicação social. Congregação para a Educação Católica. 19 mar. 1986. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 137-172.

PAULO VI. *Inter Mirifica:* Decreto sobre os meios de comunicação social. Concílio Vaticano II, 4 dez. 1963. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 67-79.

PIO XI. *Vigilante Cura*: Carta Encíclica sobre o cinema. 26 jun. 1936. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 19-32.

PIO XII. *Miranda prorsus*: Carta Encíclica sobre o cinema, rádio e televisão. 08 set. 1957. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 33-65.

PAULO II, João. Carta aos comunicadores. Cidade do Vaticano, 3 jun. 1984. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas,

2003, p. 597-606.

_____. “Proclamai-o sobre os telhados”: o evangelho na era da comunicação global. Cidade do Vaticano, 24 jan. 2001. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 430-432.

_____. A religião nos mass media. Cidade do Vaticano, 24 jan. 1989. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 384-387.

_____. A proclamação da mensagem de Cristo nos meios de comunicação. Cidade do Vaticano, 24 jan. 1992. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 395-398.

_____. As comunicações sociais e a promoção cristã da juventude. Cidade do Vaticano, 24 mai. 1984. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 363-369.

_____. Proclamar Cristo nos meios de comunicação social no alvorecer do novo milênio. Cidade do Vaticano, 24 jan. 2000. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 426-429.

PAULO VI. A imprensa, o rádio, a televisão e o cinema para o progresso dos povos. Cidade do Vaticano, 26 mar. 1968. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 293-295.

_____. As comunicações sociais e a evangelização no mundo contemporâneo. Cidade do Vaticano, 1 mai. 1967. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 314-316.

_____. Comunicação sociais e juventude. Cidade do Vaticano, 6 abr. 1970. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 229-301.

_____. O receptor da comunicação social: expectativas, direitos e deveres. Cidade do Vaticano, 23 abr. 1978. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 330-334.

_____. Os meios de comunicação social. Cidade do Vaticano, 1 mai. 1967. In: DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação Social na Igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003, p. 289-292.

Obras do Padre Marcelo Rossi

ROSSI, Marcelo. ***Eu sou feliz por ser católico***. São Paulo: s/d, 2002.

_____. ***Parábolas que transformam vidas***. Curitiba: Novo Rumo, 2003.

_____. ***Momento de fé: as melhores histórias***. Curitiba: Novo Rumo, 2004.

_____. ***Pe Marcelinho ensina a rezar***. Curitiba: Novo Rumo, s/d.

FERRAZ, Orlando. ***Pe. Marcelinho e sua turma em histórias que evangelizam***. Curitiba: Novo Rumo, 2004.

Censos demográficos

IBGE. *Censo Demográfico – VI Recenseamento Geral do Brasil (1º de julho de 1950)*. Rio de Janeiro: Serviço Gráfico do IBGE, 1953;

____. *Censo Demográfico – VIII Recenseamento Geral do Brasil - 1970*. Rio de Janeiro: Serviço Gráfico do IBGE, 1970.

____. *Censo Demográfico – IX Recenseamento Geral do Brasil - 1980.* Rio de Janeiro: Fundação IBGE, 1983.

____. *Censo Demográfico – Características Gerais da População e Instrução (resultados da amostra).* Rio de Janeiro: Fundação IBGE, 1991.

Artigos em revistas

BRASIL CRISTÃO, ano 2, n. 15, out./1998.

_____, ano 4, n. 39, out./2000.

_____, ano 5, n. 42, jan./2001.

_____, ano 6, n.54, jan./2002.

FERREIRA, Rosenildo Gomes. O legado dos céus. *Istoé Dinheiro*. 03/09/2003, n. 314. p. 44-47.

MARTHE, Marcelo; VALLADARES, Ricardo. Os católicos contra-atacam. *Veja*, ano 36, n. 1823, out. 2003. p. 96-103.

TERÇO BIZANTINO. São Paulo: Novo Rumo, ano 1, n. 2, ago/set. 2001.

TERÇO BIZANTINO. São Paulo: Novo Rumo, ano 1, n. 3, out./nov. 2001.

TERÇO BIZANTINO. São Paulo: Novo Rumo, ano 3, n. 9, dez./jan. 2003.

TERÇO BIZANTINO. São Paulo: Novo Rumo, ano 3, n. 10, fev./mar. 2003.

TERÇO BIZANTINO. São Paulo: Novo Rumo, ano 3, n. 14, out./nov. 2003.

TERÇO BIZANTINO. São Paulo: Novo Rumo, ano 3, n. 16, fev./mar. 2004.

TERÇO BIZANTINO. São Paulo: Novo Rumo, ano 4, n. 20, out./nov. 2004.

TERÇO BIZANTINO. São Paulo: Novo Rumo, ano 4, n. 22, fev./mar. 2005.

TERÇO BIZANTINO. São Paulo: Novo Rumo, ano 4, n. 21, dez./jan. 2005.

TERÇO BIZANTINO. São Paulo: Novo Rumo, ano 5, n. 23, abr./mai. 2005.

VENCESLAU, Pedro Paulo; GROSSI, Regina e BORTOLETO, Renata. Padre Marcelo Rossi já pode entrar no céu. *Imprensa*, ano 14, n. 155, dez 2000. p. 18-29.

Entrevistas não publicadas

ANA, residente em São Paulo, desempregada (empregada doméstica), 49 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

APARECIDA, residente em Juiz de Fora-MG, auxiliar de escritório, 46 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

AUXILIADORA. residente em Juiz de Fora-MG, 52 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

BENEDITA, residente em São Paulo; Publicitária; 28 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

BEOZZO, Pe. Oscar. *Entrevista concedida a Péricles Andrade.* Recife-PE, 24 ago. 2004.

CARMEN, residente no Rio de Janeiro, publicitária, 47 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

CAVALHEIRA, Dom Marcelo. *Entrevista concedida a Péricles Andrade.* Recife-PE, 25 ago. 2004.

COMBLIN, Pe. José. *Entrevista concedida a Péricles Andrade.* Recife-PE, 26 ago. 2004.

CONCEIÇÃO, residente em São Paulo, ambulante, 51 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

DAVI, residente em Diadema-SP, técnico em tacógrafo, 31 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

FÁTIMA, residente em Juiz de Fora-MG, dona de casa, 50. *Entrevista concedida a*

Péricles Andrade. São Paulo, 30 abr. 2005.

ISAIAS, residente em São Paulo, industrial, 44 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

ISAÍAS, residente no Rio de Janeiro, comerciante, 31 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

JOÃO BATISTA, residente em São Paulo, bancário aposentado, 55 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

JOÃO, residente em São Paulo, estudante, 18 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

MADALENA, residente em São Paulo, estudante, 13 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

MARIA, residente em Osasco-SP, 44 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

MARIA, Pe. Antônio. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. Estância-SE, 29 mai. 2004.

MARIANA, residente em Belo Horizonte, representante comercial, 38 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

PAULO, residente em São Vicente-SP, 47 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

PEDRO, residente em São Paulo, corretor de imóveis, 50 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

PIEDADE, residente no Rio de Janeiro, advogada, 44 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

RUTH, residente em São Paulo, estudante, 18 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

SALOMÃO, residente em São Paulo, franelinha, 37 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

SOFIA, residente em Belo Horizonte, dentista, 34 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005.

VERÔNICA, residente em São Paulo, ambulante, 54 anos. *Entrevista concedida a Péricles Andrade*. São Paulo, 30 abr. 2005. Entrevista concedida a Péricles Andrade. São Paulo, 30 abr. 2005.

Entrevistas publicadas

ANTENORE, Armando. “Não fabricamos nem vendemos produtos”. Entrevista de . Fernando Figueiredo. *Folha de São Paulo,* 13/12/1998. p. 1-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

BOFF, Leonardo. “A Igreja ainda me ouve”. *Época*, 22 nov. 2000. p. 47-49. Entrevista.

CRIVELLARO, Débora. Sagração do popstar. Entrevista de Marcelo Rossi. *Época*, 18/10/99, p. 33.

EUCARISTIA não é show", diz bispo de MT. *Folha de São Paulo*, 13/12/98. p. 1-15. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

GUIMARÃES, Cléo e LEME, Álvaro. “Não sou santo”. Entrevista de Marcelo Rossi. *Folha de São Paulo*, 16/04/2004. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

KATER FILHO, Antônio. Como vender a fé. *Veja*, 09 jun. 1999. Disponível em http://www.ibmc.com.br. Acessado em 23 jul. 2004.

PIOVESAN, Márcia. “Padre Marcelo Rossi diz como vê o sexo e o amor”. *Chiques & Famosos*, 08/10/1999.FIGUEIREDO, Dom Fernando. "Não produzimos nada". *Istoé*, 16/12/98.

ROSSI, Pe. Marcelo. “Não sou milagreiro”. *Istoé,* 24/12/1997.

ROSSI, Pe. Marcelo. *Entrevista. Caras*, 04/12/1998**.**

ROSSI, Pe. Marcelo. *Entrevista. Noroeste News*. 09/12/1998.

ROSSI, Pe. Marcelo. “Não sou um pop star”. *Época*, 15/03/1999.

ROSSI, Pe. Marcelo. *Entrevista*. *Revista Coleção Glória ao Senhor*, n. 1, 04/1999.01

ROSSI, Pe. Marcelo. Entrevista. *Revista Fé e Luz,* 12/1999 (Especial).

ROSSI, Pe. Marcelo. “Estou em um momento especial da minha vida”. *Contigo!*, 21/12/1999.

ROSSI, Pe. Marcelo. “Padre Marcelo Rossi se emociona ao falar de sua estréia no cinema”. *O Fuxico*, 22/05/2003.

ROSSI, Pe. Marcelo. “Não senti com namorada o que sinto hoje pela Igreja”'. *Folha de São Paulo*, 06/02/2000, p. 1-13 (Brasil)

SILVA, Chico. Entrevista: Padre Marcelo Rossi. *Istoé*, n. 1800, 07/04/2004, p. 07-11.

SOARES, Ana Carolina. Padre Marcelo: o missionário quer o mundo. *Contigo!* n. 1479, 22/01/2004, p. 34-39.

VIEIRA, Marceu e GUEDES, Cilene. A Igreja ainda me ouve. *Época*, 27 nov. 2000. p.47-49.

Fontes eletrônicas online

A CLERICALIZAÇÃO do clero e o aumento das vocações. *Folha de São Paulo*, 11 abr. 2004. p. 06 (Mais!). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ADACHI, Vanessa. Sucesso de carismáticos no Brasil faz Argentina lançar padre cantor. Folha de São Paulo, 15/11/1999. p. 1-8 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ADACHI, Vanessa. Derrotada uma vez, gravadora se antecipa. Folha de São Paulo, 15/11/1999. p. 1-8 11 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ADOLESCENTES rezam em visita de padre cantor. Folha de São Paulo, 30/10/1999. p. 3-1 (Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

AS DESILUSÕES dos candidatos e a "ameaça" homossexual. *Folha de São Paulo*, 11 abr. 2004. p. 07-08 (Mais!). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

A FÉ NA MÍDIA. *Folha de São Paulo*, 30/11/98. p. 1-2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

AFONSO, Renata. Padre Marcelo Rossi reúne 50 mil em SP. *Folha de São Paulo*, 04/06/1999. p. 3-10(Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ALBUQUERQUE, Liege. Calafrio faz tucano tomar bênção. *Folha de São Paulo*, 28/10/2002, p. E-19. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ALELUIA. *Folha de São Paulo*, 04/11/1999. p. 4-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ALVES FILHO, Francisco. Na onda do senhor. *Istoé*, 25/12/98. Disponível em http:/www.istoé.com.br . Acesso em: 15 junho de 2004.

ALVES, Rogério Eduardo. Peça "converte" padre Marcelo Rossi. *Folha de São Paulo*, 30/11/1999. p. 2-11. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ALVES, Terciane e COSTA, Luciana. O dilema de Padre Marcelo. *Contigo*, 11 jan. 2000. Disponível em http// www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em 25 agosto 2004.

AMARAL, Luís Henrique. Padre católico usa método de evangélicos. *Folha de São Paulo*, ed. 11/1761, 04/11/97 p. 1-12.ANDRADE, Patrícia e ZORZAN, Patrícia. Renovação Carismática ganha espaço na Igreja Católica. *Folha de São Paulo*, 17/10/1999. p. 1-6 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ANDA com fé. *Folha de São Paulo*, 11/02/2000. p. 5-4 (Ilustrada). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ANIVERSÁRIO de Pe. Jonas com presença de Pe. Marcelo Rossi. *CatolicaNet Music*, 22 dez. 2001. Disponível em http// www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em 25 agosto 2004.

ANO NOVO tem Sangalo, samba e Duke Lee. *Folha de São Paulo*, 31/12/1999. p. 4-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ANTENORE, Armando. Padres discutem crise de identidade. *Folha de São Paulo*, 30/01/2000. p. 1-6 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Igreja lança ursinho que reza pai-nosso. Folha de São Paulo, 14/11/1999. p. 1-9 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Padre Marcelo Rossi vai promover cooperativa da Igreja Católica. Folha de São Paulo, 09/05/2000, p. A12. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Padre Marcelo vai cuidar do "social". *Folha de São Paulo*, 23/03/2000. p. 1-4 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. "Carro do padre" opõe grupos religiosos. *Folha de São Paulo*, 16/04/2000. p. 1-6 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Padre Marcelo apenas resvala no social. Folha de São Paulo, 03/01/2000. p. 1-5 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Padre Marcelo reúne 40 mil em procissão. Folha de São Paulo, 22/04/2000. p. 1-8 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Roberto Carlos também quer gravar canção. Folha de São Paulo, 06/02/2000. p. 1-13 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

APELO (O) dos holofotes. Época, 25 dez. 2000. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo . Acesso em: 25 ago. de 2004.

ARMANDO ANTENORE. Diálogos. *Folha de São Paulo*, 29/10/2000. p. 2 (TV Folha). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ARTISTAS MAIS PIRATEADOS EM 2001. *Folha de São Paulo*, 18/02/2002. p. 7 (Folhateen). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ANTENORE, Armando; IVAN FINOTTI; CLEBER PINHO DA SILVA. Padre Marcelo registrou empresa em SP. *Folha de São Paulo*, 13/12/98. p. 1-14. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ANO COMEÇA com shows no Rio e em SP. *Folha de São Paulo*, 02/01/2000. p. 13 (TV Folha). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ANO NOVO tem Sangalo, samba e Duke Lee. *Folha de São Paulo*, 31/12/1999. p. 4-4 (Ilustrada). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ARAÚJO, Inácio. Filme revela-se mais interessante que produção atual. *Folha de São Paulo*, 23/10/2003. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

A RENOVAÇÃO CARISMÁTICA e o impacto do “padre-espetáculo”. *Folha de São Paulo*, 11/04/2004. p. 07 (MAIS!). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ARRUDA, Roldão. Aumenta a popularidade do padre Marcelo. *O Estado de São Paulo*, 19/08/2000. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Começa a mais importante celebração católica.*O Estado de São Paulo*, 28/03/2002. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Falta de vocações sacerdotais em São Paulo causa preocupação. *O Estado de São Paulo*, 26/08/2000. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Globo fará megaevento religioso com padre Marcelo em Interlagos. *O Estado de São Paulo*, 12/10/2000. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Padre Marcelo lança livro hoje, com textos do início da era cristã.*O Estado de São Paulo*, 10/06/2000. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

AS DESILUÇÕES dos candidatos e a "ameaça" homossexual. *Folha de São Paulo*, 11/04/2004. p. 7-8 (MAIS!). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

AS FACES da Igreja. *Istoé*, 1578, 29/12/99. Disponível em http:/www.istoe.com.br. Acesso em: 15 junho de 2004.

ASSIS, Francisco Carlos de. Fãs de sertanejos causam confusão na missa do Padre Marcelo. *O Estado de São Paulo*, 02/11/2002. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

Ato religioso pela paz reúne 650 mil no Rio. *Folha de São Paulo*, 13/10/2001. p. A5. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ATO de desespero. *Folha de São Paulo*, 12/12/98. p. 1-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

AUDIÊNCIA chega a 2,6 milhões em SP. *Folha de São Paulo*, 03/11/1999. p. 3-4 (Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

AVANCINI , MARTA. Igreja muda de atitude para reconquistar as massas. Folha de São Paulo, 13/10/1999. p. 3-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

BAND traz missa de padre Marcelo. Folha de São Paulo, 20/12/98. p. 10. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

Barros, Fernando. Missa para crianças: 10 mil no Terço Bizantino. Jornal da Tarde, 21/04/2001. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

BEATO. *Folha de São Paulo*, 25/11/1999. p. 4-4 (Ilustrada). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

BERABA, Marcelo. 'Herdeiro' de Betinho diz que governo 'patina' na questão social. *Folha de São Paulo*, 01/11/1999. p.1-8 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

BERTOLOTTO, Rodrigo. Show une cão e padre Marcelo. *Folha de São Paulo*, 15/03/1999, p. 5-4 (Esportes). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

BIANCARELLI, Aureliano. 'Carnaval de Jesus' reúne 160 mil em SP. *Folha de São Paulo*, 08/03/2000. p. 3-4 (Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

BILLI, Marcelo. Padre Marcelo lança site para vender artigos religiosos. *Folha de São Paulo*, 09/06/2000. p. B3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

BISPO autorizou firma de padre Marcelo. *Folha de São Paulo*, 15/12/98. p. 1-11. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

BISPO critica estilo de padre. *Folha de São Paulo*, 28/11/98. p. 1-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

BISPO reza por Covas no 'Carnaval de Jesus'. *Folha de São Paulo*, 28/02/2001. p. A6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

BISPO rejeita comparação com padre. *Folha de São Paulo*, 30/10/1999. p. 3-5 (Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

BONALUME NETO, Ricardo. Jesus existiu? E morreu na Páscoa? Folha de São Paulo, 04/04/1999, REVISTA DA FOLHA Página: 40 4/1152Edição.

BONALUME NETO, Ricardo. Padres por toda parte. *Folha de São Paulo*, 07/11/1999. p. 56. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

BRANCATELLI, Rodrigo. Megamissa reúne 120 mil em SP. *Jornal da Tarde*, 03/11/2002. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

BRANDT, Ricardo. Padre defende controle de exposição. *Folha de São Paulo*, 05/02/2000. p. 1-12 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

BRASIL, Ubiratan. Filme mostra as diferenças de duas correntes da Igreja. *O Estado de São Pau*lo, 13/04/2001. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

BRUNA recebe padre Marcelo. *Folha de São Paulo*, 03/01/1999. p. 11. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

BUTCHER, Pedro. Produção sem disfarces não atinge emoção pretendida. *Folha de São Paulo*, 28/03/2004. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CABRAL, Oscar. Uma catedral em grande estilo. *Veja*, ed. 1622, 03 nov. 1999. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

CABRAL, Otávio . Padres querem agora reunir 1 milhão. *Folha de São Paulo*, 03/11/1999. p. 3-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CANTANHÊDE, Eliane. Pagando para ver. *Folha de São Paulo*, 22/07/1999. p. 1-2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CANTEI para Deus, diz Roberto. *Folha de São Paulo*, 03/11/1999. p. 3-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CAMPANILI, Maura. Missa de Padre Marcelo atrai 40 mil pessoas. *O Estado de São Paulo*, 24/12/2001. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CANAL em língua espanhola dos EUA vai investir em novelas. *Folha de São Paulo*, 23/05/1999. p. 15. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CANÇADO, Patrícia. Emprego no sermão do padre Marcelo. *Jornal da Tarde*, 15/04/2003. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CANCINO, Cristian Avello. Filmar com 'Fé'. *Folha de São Paulo*, 05/11/1999. p. 4-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CANTANHÊDE, Eliane e SALOMON, Marta. Andrea Matarazzo muda o marketing no Planalto. *Folha de São Paulo*, 25/07/1999. p. 1-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CARAVANAS lotam a cerimônia. *Jornal da Tarde*, 11/09/2000. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CASTRO, Daniel. Atrações ficam de "molho". *Folha de São Paulo*, 06/03/1999. p. 4-12. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CASTRO, Daniel. Faustão ganha de Gugu depois de 30 derrotas. *Folha de São Paulo*, 27/12/2000. p. E6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CASTRO, Daniel. TV Globo quer missa ao vivo de padre Marcelo. *Folha de São Paulo*, 26/06/2001. p. E4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CATÓLICOS reagem; Universal tem maior rede. *Folha de São Paulo*, 30/08/1999. p. 6-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CARDEAL Arns deve ter alta na segunda. *Folha de São Paulo*, 02/12/2000. p. A8. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CARTAS. *Istoé*, 23/12/98. Disponível em http:/www.istoe.com.br . Acesso em: 15 junho de 2004.

CATÓLICOS celebram a Semana Santa. *Folha de São Paulo*, 13/04/2001, p. A6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CAVALCANTE, Lina. Maria para todos. *Época*, ed. 282, 13/10/2003. Disponível em http:/www.epoca.com.br . Acesso em: 20 junho de 2004.

CD do padre Marcelo sorteia visita ao papa. *Folha de São Paulo*, 26/10/2001. p. C4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CD de Padre Marcelo ganha versão DVD e VHS até o final do ano. Megaportal Terra, 13 nov. 2001. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo . Acesso em: 25 ago. de 2004.

CEBS criticam padre Marcelo Rossi e o Vaticano. Jornal da Tarde, 14/06/2000. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CEBS exorcizam seus demônios. *O Estado de São Paulo*, 18/06/2000. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CERIMÔNIA do lava-pés expõe cisão católica. *Folha de São Paulo*, 21/04/2000. p. 1-8. (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CHAGAS, Luiz. Jesus Cristo superstar. *Istoé*, 1551, 23/06/1999. Disponível em http:/www.istoe.com.br. Acesso em: 15 junho de 2004.

CHRISTOFOLETTI , Lilian. Carnaval de Jesus reúne 100 mil em SP. *Folha de São Paulo*, 17/02/1999. p. 3-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CHRISTOFOLETTI, Lilian. Diocese de Santo Amaro obteve cerca de R$ 945 mil em outubro. *Folha de São Paulo*, 07/11/1999p. 1-6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CIARDI, Liliana. Missa de aniversário do padre Marcelo. *Jornal da Tarde*, 21/05/2001. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CNBB e carismáticos. *Folha de São Paulo*, 11/11/1999. p. 1-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CNBB quer reorientar carismáticos. *Folha de São Paulo*, 07/11/1999., p.1-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CNBB quer reorientar padres cantores. *Folha de São Paulo*, 07/11/1999. p.1-6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CNBB critica o destaque dado a 'padres cantores'. *Folha de São Paulo*, 29/10/1999, p. 1-10. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CNBB faz ressalvas a ação de padre Marcelo. *Folha de São Paulo*, 13/12/98. p. 1-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CNBB veta ida de padre Marcelo a missa solene. *Folha de São Paulo*, 25/02/2000. p. 1-1 (Primeira Página). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

COELHO, Marcelo. O 'escândalo' do padre Marcelo e a história da fé. *Folha de São Paulo*, 16/12/98. p. 4-9. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

COLLINO, Vilma. Padre Marcelo. *Folha de São Paulo*, 20/12/98. p. 1-4 (Opinião). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

COMPARE as duas letras. *Folha de São Paulo*, 03/12/98. p. 5-5. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CONTRU veta "megarréveillon" em SP. *Folha de São Paulo*, 29/12/1999. p. 3-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CONTRU veta "megarréveillon" em SP. *Folha de São Paulo*, 29/12/1999. p. 3-3 (Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CONY, Carlos Heitor. Receita de pauta. *Folha de São Paulo*, 24/03/2001. p. A2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

DE IMPROVISO. *Folha de São Paulo*, 30/10/1999. p. 1-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

CORO com mais de 5 mil participa de novo CD de Pe. Marcelo. Megaportal Terra, 26 nov. 2001. Disponível em http:/www.terra.com.br/padremarcelo. Acesso em: 25 ago. de 2004.

CORPUS Christi reúne milhares de fiéis no País. *O Estado de São Paul*, 23/06/2000. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

COSTA, Francisco Martins da. Surpresa. *Folha de São Paulo*, 19/11/1999. p. 4-4 (Ilustrada). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

COSTA, Francisco Martins da. Réveillon. *Folha de São Paulo*, 15/11/1999. p. 6-4 (Ilustrada). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

COUTINHO, Leonardo e QUEIROZ, Patrícia. Sou 100% Vaticano. *Veja*, ed. 1685, 31 jan. 2001. Disponível em http:/www.veja.com.br. Acesso em: 25 junho de 2004.

COUTO, José Geraldo. Documentário investiga vocação religiosa. *Folha de São Paulo*, 27/11/2000. p. E5. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

D. Cláudio defende campanhas e presença dos católicos na mídia. *Folha de São Paulo*, 20/02/2001. p. A8. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

DACAUAZLLIQUÁ, José Luís. Camelôs felizes com a inauguração do templo do padre Marcelo. *Jornal da Tarde*, 7/04/2001. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

DECIA, Patrícia. Padre Marcelo fará jornalismo na Globo. *Folha de São Paulo*, 26/02/1999. p. 4-7 (Ilustrada). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

DECIA, Patrícia. Padre Marcelo nega exclusividade à Globo. *Folha de São Paulo*, 18/02/1999, p. 4-2 (Ilustrada). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

DECIA, Patrícia. Globo quer transformar padre em comentarista. *Folha de São Paulo*, 27/02/1999. p. 4-4 (Ilustrada). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

DECIA, Patrícia. Jornal francês ironiza Tiazinha e padre Rossi. *Folha de São Paulo*, 29/03/1999. p. 6-4 (Ilustrada). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

DECIA, Patrícia. Padre Marcelo vai alavancar novelas. *Folha de São Paulo*, 03/03/1999. p. 4-4 (Ilustrada). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

DESTRO, Juliana. Graças a Deus consegui", diz padre Marcelo a 50 mil fiéis. *Jornal da Tarde*, 15/06/2001. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

DESTRO, Julinana. Missa teve clima tenso e ansiedade dos fiéis. *Jornal da Tarde*, 21/12/2001. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

DOMINGO Legal de Natal traz Gugu e padre Marcelo. *Folha de São Paulo*, 19/12/1999. p. 15 (TV Folha). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

DECIA, Patrícia. Exclusividade é arma na guerra do domingo. *Folha de São Paulo*, 21/03/1999. p. 7. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

DECIA, Patrícia. O PAGODE DA EMETEVÊ. *Folha de São Paulo*, 28/02/1999. p. 8-9. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

DECIA, Patrícia. Paz & Páscoa. *Folha de São Paulo*, 03/04/1999. p. 4-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

DIMENSTEIN, Gilberto. Padre Marcelo, o sem-igreja. *Folha de São Paulo*, 13/12/2000. p. C2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

DOMINGUEIRA 1. *Folha de São Paulo*, 04/01/2000. p. 4-4 (Ilustrada). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

DOMINGUEIRA. *Folha de São Paulo*, 09/11/1999. p. 4-4 (Ilustrada). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

DOM FERNANDO comemora 62 anos comi missa no Santuário. *Megaportal Terra*, 30 nov. 2001. Disponível em http/ www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em 25 agosto 2004.

EDWARD, José. A força do Senhor. *Veja*, ed. 1758, 03 jul. 2002. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

EMISSORAS começam o ano com espetáculos musicais. *Folha de São Paulo*, 01/01/2000. p. 3-4 (Ilustrada). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

EM SP, missa tem auxílio de circuito de TV. *Folha de São Paulo*, 06/09/2003. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

EM NOME do padre. *Istoé*, 16/12/98. Disponível em http:/www.istoe.com.br . Acesso em: 15 junho de 2004.

EQUIPE AE. Padre Marcelo celebra amanhã o "Carnaval de Jesus". *Jornal da Tarde*, 01/03/2003. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

E O TROFÉU Imprensa-do vai para... *Folha de São Paulo*, 27/11/2000. p. E7. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ERGUEI as mãos. Folha de São Paulo, 18/04/1999. p. 1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ERGUEI as mãos. *Veja*, ed. 1585, 17 fev. 1999. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

ESCÓSSIA Fernanda da. Música de padre esquenta bateria. *Folha de São Paulo*, 14/02/1999. p. 3-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ESCÓSSIA, F ernanda da. Bispo-cantor Marcelo Crivella é a principal atração da noite. *Folha de São Paulo*, 29/10/1999. p. 3-5. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ESCÓSSIA, Fernanda da e RYFF, Luiz Antônio. Hit do padre Marcelo anima arquibancada do Sambódromo. *Folha de São Paulo*, 15/02/1999. p. 4-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

EVENTO em SP reúne 30 mil católicos. *Folha de São Paulo*, 12/07/1999. p. 1-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

F.B. Fiéis vêm de longe para acompanhar a reestréia de Rossi. *Jornal da Tarde*, 09/04/2001. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

FÃS fiéis ao estilo de cada padre. *Folha de São Paulo*, 06/12/98. p. 3-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

FÉ e Coca-Cola. *Folha de São Paulo*, 13/12/98. p. 1-14. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

FÉ e tecnologia. *Folha de São Paulo*, 26/12/1999. p. l-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

FELINTO, Marilene. Caricatura e impostura no réveillon da Paulista. *Folha de São Paulo*, 28/12/1999. p. 3-2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

FELINTO, Marilene. Caricatura e impostura no réveillon da Paulista. *Folha de São Paulo*, 28/12/1999. p. 3-2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

FELINTO, Marinele. Padre Marcelo e a tirania teológico-televisiva. *Folha de São Paulo*, 21/12/1999. p. 3-2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

FÉ na tv. *Folha de São Paulo*, 14/12/1998. p. 1-12 (Opinião). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

FÉ. *Folha de São Paulo*, 27/03/2003. p. A10. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

FINADOS 1; Finados 2. *Folha de São Paulo*, 02/11/1999. p. 4-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

FOLIA com fé. *Folha de São Paulo*, 08/03/2000. p. 1-1 (Primeira Página). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

FRASES. *Folha de São Paulo*, 02/11/1999. p. 1-2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

FREI português inicia turnê. *Folha de São Paulo*, 19/04/1999. p. 1-10. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

FERNANDES, Manoel e JUNQUEIRA, Eduardo. Na cola dos crentes. *Veja*, ed. 1599, 26 mai. 1999. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

FESTA dupla. *Folha de São Paulo*, 30/10/1999. p. 4-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

FESTA religiosa. *Folha de São Paulo*, 13/05/2001. p. B2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

FESTAS católicas reúnem 329 mil. Folha de São Paulo, 13/10/1999. p. 3-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

FINAZZI, Luciana e SAMPAIO, Paulo. Tietagem na paróquia. *Folha de São Paulo*, 06/12/98. p. 3-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

FISCHER, André. Macaco, olha teu rabo. *Folha de São Paulo*, 06/12/98. p. 68. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

FRANÇA, WILLIAM. Padre Marcelo é vetado em missa solene. *Folha de São Paulo*, 25/02/2000. p. 1-11 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

FREI BETTO. Querido padre Marcelo Rossi. *Folha de São Paulo*, 20/11/98. p. 4-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

GANCIA, BARBARA . Só falta padre Marcelo atuar em 'Terra Nostra'. *Folha de São Paulo*, 03/11/1999. p. 3-2 (Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

GANCIA, Bárbara. Lafond morreu magoado com padre Marcelo. *Folha de São Paulo*, 17/01/2003. p. C2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

GANCIA, Bárbara. Narcisa Tamborindeguy quer lustrar o Clinton. *Folha de São Paulo*, 05/05/2000. p. 3-2 (Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

GANCIA, Bárbara. Padre 'superstar' não está com essa bola toda. *Folha de São Paulo*, 18/11/98. p. 3-2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

GANCIA, Bárbara. Para deputado, mãe é mãe e paca é paca. *Folha de São Paulo*, 18/12/98. p. 3-2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

GANCIA, Bárbara. Vote em padre Marcelo para profissional do ano. *Folha de São Paulo*, 29/09/1999. p. 3-2 (Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

GANHADORES recebem benção do Papa ao lado de Padre Marcelo. Megaportal Terra, 11 abr. 2002. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo . Acesso em: 25 ago. de 2004.

GARCEZ, Bruno .TVs brasileiras exibem réveillon globalizado. *Folha de São Paulo*, 26/12/1999. p. 10-11 (TV Folha). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

GASPARI, Élio. Invasão do MCCC. *Folha de São Paulo*, 05/11/2000. p. A10. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

GASPAR, Malu. Padre Marcelo grava programa nos EUA. *Folha de São Paulo*, 16/02/2000. p. 1-6 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

GAÚCHOS se emocionam com a visita de Padre Marcelo a Porto Alegre. *Megaportal Terra*, 14 ago. 2001. Disponível em http// www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em 25 agosto 2004.

GIRON, Luís Antônio. Livres do pecado. *Época,* 268, 07/07/03. Disponível em http:/www.epoca.com.br . Acesso em: 20 junho de 2004.

GLOBO e Jesus: tudo a ver. *Folha de São Paulo*, 11/02/2002. p. E3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

GLOBO transmitirá missa de padre Marcelo. *Jornal da Tarde*, 18/07/2001. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

GOMES, Laurentino. Os novos santos de João Paulo II. *Veja*, ed. 1680, 20 dez. 2000. Disponível em http// www.veja.com.br. Acesso em 20 mar. 2004.

GONÇALVES, Renata. Carnaval do Senhor reúne 45 mil. *Jornal da Tarde*, 13/02/2002. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

GRAVADORAS saturam a TV. *Folha de São Paulo*, 28/11/1999. p. 1-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

GRESPAN, Isadora. 45 mil fiéis sambam no Carnaval de Jesus. *Jornal da Tarde*, 3/03/2003. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

GUERRA, Rafael. A história segundo a mão do Criador. *Jornal do Comércio*, Recife, 09/10/2003. p. 01.

GUERINI, Elaine. Joffily põe a fé católica em debate. *Jornal da Tarde*, 29/11/2000. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

GUERRA santa. *Folha de São Paulo*, 31/07/2001. p. E6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

GUSMÃO, Marcos. Quem faz o maior. *Veja*, ed. 1614, 08 set. 1999. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

HAMBURGER, Esther. Competição espiritual no mercado livre da fé. *Folha de São Paulo*, 06/06/1999. p. 5-6 (MAIS!). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

HINO. *Folha de São Paulo*, 10/11/1999. p. 3-3 (Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

IGREJA espera reunir 1,5 mi em showmissa. *Folha de São Paulo*, 02/11/2000. p. A6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

IGREJAS ficam cheias no domingo de Páscoa. *Jornal da Tarde*, 16/04/2001. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

IZIDORO, Alencar e SILVA, Alessandro. Público na Sé fica abaixo do esperado. *Folha de São Paulo*, 26/01/2000. p. 3-10 (Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

IZIDORO, Alencar e SILVA, Alessandro. SP festeja com missas e shows. Folha de São Paulo, 26/01/2000. p. 3-10 (Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

IZIDORO, Alencar. Camelô lucra com lenços. *Folha de São Paulo*, 03/11/1999. p. 3-3 (Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

IZIDORO, Alencar. Caravana lota 1.100 ônibus. *Folha de São Paulo*, 03/11/1999. p. 3-3 (Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

IZIDORO, Alencar. Ex-evangélica diz que igrejas estão parecidas. *Folha de São Paulo*, 03/11/1999. p. 3-4 (Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

IZIDORO, Alencar. Padre limita propaganda de missa. *Folha de São Paulo*, 02/03/2000. p. 3-6 (Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

JUNQUEIRA, Eduardo. Uma estrela no altar. *Veja*, 04/11/1998. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

KATER FILHO, Antônio. *Vinho novo em odres novos*. Disponível em http://www.ibmc.com.br. Acessado em 23 jul. 2004.

KLINKE, Angela. Ele começa a incomodar. *Istoé*, 16/12/98. Disponível em http:/www.istoe.com.br . Acesso em: 15 junho de 2004.

KLINTOWUTZ, Jaime. Um povo que acredita. *VEJA*, 19 de dezembro, 2001. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

KFURI , Letícia; RANGEL, Sérgio. Evento deve reunir 120 mil no Maracanã. *Folha de São Paulo*, 12/10/1999. p. 3-5 (Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

KLINGER, Karina. Santuário do padre Marcelo é interditado. *Folha de São Paulo*, 11/03/1999. p. 3-8 (Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Globo, Record e Band festejam o réveillon na rua. *Folha de São Paulo*, 28/11/1999. p. 9 (TV Folha). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Padre Marcelo troca Band pela Globo. *Folha de São Paulo*, 29/12/1999. p. 4-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Band não consegue garantir presença de padre Marcelo. *Folha de São Paulo*, 31/12/1999. p. 3-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Padre Marcelo vai rezar missas da Globo. *Folha de São Paulo*, 08/04/2000. p. 5-6 (Ilustrada). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Record negocia parceria com a Columbia TriStar. *Folha de São Paulo*, 12/05/2000. p. E8. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Telão; Show; Gol; Por um triz; Tudo meu. *Folha de São Paulo*, 22/12/1999. p. 4-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Band não consegue garantir presença de padre Marcelo. *Folha de São Paulo*, 31/12/1999. p. 3-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

LAVA-PÉS abre celebrações pascais. *Folha de São Paulo*, 12/04/2001. p. A7. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

LEE , Anna. Domingueira. *Folha de São Paulo*, 07/12/1999. p. 4-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

LIBERATO, Gugu. Viagem Sacra. *Istoé*, 1577, 22/12/1999. Disponível em http:/www.istoe.com.br . Acesso em: 15 junho de 2004.

LIMA, João Gabriel. "Nós somos ateus". *Veja*, 05 de junho, 2002, p. 84-86 (Religião). Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

LIMA, Maurício. Está da ipobe. *Veja*, ed. 1669, 04 out./2000. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

LO PRETE, Renata. Contando fiéis. *Folha de São Paulo*, 09/01/2000. p. 1-6 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

LOPES, Juliana. Padre canta emoções do Rei. Istoé, 29/10/01. Disponível em http:/www.istoe.com.br . Acesso em: 15 junho de 2004.

LO PRETE, Renata. Peguem o padre. *Folha de São Paulo*, 20/12/98, p. 1-6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

LO PRETE, Renata. Cadê o 'erramos'? *Folha de São Paulo*, 09/04/2000. p. 1-6 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

LUIZ FRANCISCO. Padre Marcelo é criticado nas CEBs. *Folha de São Paulo*, 14/07/2000. p. A8. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MAGALHÃES, Mário e KFURI, Letícia. Público supera o de católicos. *Folha de São Paulo*, 31/10/1999. p. 1-6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MAIORES manifestações. *Folha de São Paulo*, 03/11/1999. p. 3-6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MARCELO Rossi, 31. *Folha de São Paulo*, 06/12/98. p. 15. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MARIA, Júlio. Irmãs carmelitas querem evangelizar com rock 'n' roll. *Jornal da Tarde*, 06/05/2001. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MARIA, Júlio. Um padre com fé na carreira-solo. *Jornal da Tarde*, 13/12/2002. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MARON, Alexandre. Sertanejos, padre Marcelo e Cristo são estrelas do Natal. *Folha de São Paulo*, 13/12/98. p. 6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Ibope testa medidor ambulante de audiência. *Folha de São Paulo*, 12/03/2003. p. E2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Padre dá à Globo 312 mil ouvintes e fé nas eleições. *Folha de São Paulo*, 17/07/2002. p. E2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Padre estrela filme de R$ 6 mil sobre a vida da Virgem Maria. *Folha de São Paulo*, 28/09/2003. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Filme foi promessa, diz padre Marcelo. *Folha de São Paulo*, 28/09/2003. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Padre faz papel de si mesmo e do Anjo Gabriel. *Folha de São Paulo*, 28/09/2003. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. No DVD, padre Marcelo é mais “astro” do que já havia sido no cinema. *Folha de São Paulo*, 11/06/2004. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Padre Marcelo reencarna no cinema. *Folha de São Paulo*, 28/03/2004. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MAIS vendidos. *Folha de São Paulo*, 22/12/98. p. 4-6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MARTINS, Sérgio. Vai que é sua, Jesus. *Veja*, ed. 1773, 16 out. 2002. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

MATTOS, Laura. Ave Maria. *Folha de São Paulo*, 18/06/2001. p. 6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MAYRINK, José Maria. D. Cláudio defende Igreja mais visível. O Estado de São Paulo, 22/01/2001. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

_____. Um quarto de século voltado para a paz. *Jornal do Comércio*, Recife, 16/10/2003.

M.C. Vizinhos brigam contra os 'cultos barulhentos'. *Jornal da Tarde*, 28/06/2001. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MEDEIROS, Jotabê. Padre Marcelo canta Roberto e Erasmo. *O Estado de São Paulo*, 24/10/2001. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MENEZES, Cynara. PolyGram vai pagar direito de hit de padre. *Folha de São Paulo*, 05/12/98. p. 3-8. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MENEZES, Cynara. Advogados confirmam autoria. *Folha de São Paulo*, 03/12/98. p. 5-5. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MENEZES, Cynara. Gravadora estuda pagar direitos. *Folha de São Paulo*, 04/12/98. p. 3-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MENEZES, Cynara. Música de padre pode ser plágio. *Folha de São Paulo*, 03/12/98. p. 5-5. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MENINO DE CINCO anos brinca de celebrar missa, quer ser um padre e chegar a Papa. *Cinform*, ed. 999, 03 a 09 jun. 2002, p. 10-11 (Municípios).

MENORES recebem visita de padre cantor. *Folha de São Paulo*, 30/10/1999. p. 3-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MISSA na Sé é um risco, diz prefeitura. *Folha de São Paulo*, 25/01/2000. p. 3-6 (Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MISSA será aberta a todos, diz CNBB. *Folha de São Paulo*, 26/02/2000. p. 1-10 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MISSA de Finados reúne padre Marcelo Rossi e Roberto Carlos. *Folha de São Paulo*, 01/11/1999. p. 4-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MISSA de Páscoa reúne fiéis em Aparecida em São Paulo. *Folha de São Paulo*, 21/04/2003. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MISSA interdita trecho de avenida na zona sul de SP. Folha de São Paulo, 02/11/2002. p. C2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MISSA na República. *O Estado de São Paulo*, 21/12/2002. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

MISSA de Finados altera programação de trens em SP. *Megaportal Terra*, 01 nov. 2001. Disponível em http/ www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em 25 agosto 2004.

MISSA dos desempregados reúne 40 mil pessoas em SP. Agência Estado, 02 mai. 2000. Disponível em http//www.terra.com.br/padremarcelo. Acesso em 25 agosto 2004.

MORAES, Rita. A força da fé: a Revanche católica. *Istoé*, 1568, 20/10/99. Disponível em http:/www.istoe.com.br . Acesso em: 15 junho de 2004.

MULTIDÃO canta com Pe. Marcelo num clima de 40 graus em Manaus. *Megaportal Terra*, 13 jun 2002. Disponível em http// www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em 25 agosto 2004.

MULTIDÃO homenageia o Papa. *Jornal do Comércio*, Recife, 16/10/2003.

NASCIMENTO Gilberto. O calvário do bispo. *Istoé*, 1425, 15/01/1997. Disponível em http:/www.istoe.com.br . Acesso em: 15 junho de 2004.

NO RIO, ato pela paz reúne 650 mil pessoas. Jornal da Tarde, 13/10/2001. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

NOTAS. *Folha de São Paulo*, 12/02/1999. p. 4-6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

NOVO 'Amigos' é 'urbano e rural'. *Folha de São Paulo*, 21/03/1999. p. 7. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

NUNOMURA, Eduardo. A força católica. *Veja*, ed. 1620, 20 out. 1999. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

O BONITÃO do Senhor. *Istoé*, 12/11/97. Disponível em http:/www.istoe.com.br . Acesso em: 15 junho de 2004.

O BRASILEIRO do século XX. *Istoé*. Disponível em http:/www.istoe.com.br. Acesso em: 15 junho de 2004.

OLIVEIRA, Marcelo. Liga cancela réveillon no Sambódromo. *Folha de São Paulo*, 31/12/1999. p. 3-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

OLIVEIRA, Marcelo. Liga cancela réveillon no Sambódromo. *Folha de São Paulo*, 31/12/1999. p. 3-4 (Cotidiano). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

OLIVEIRA, Marcelo. Padre Marcelo não deve ir à festa no Sambódromo. *Folha de São Paulo*, 30/12/1999. p. 3-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

OLIVEIRA, Marcelo. Padre Marcelo não deve ir à festa no Sambódromo. *Folha de São Paulo*, 30/12/1999. p. 3-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

O MARKETING de FHC. *Folha de São Paulo*, 25/07/1999. p. 1-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

O MERCEDES. *Folha de São Paulo*, 16/04/2000. p. 1-6 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ORA PRO NOBIS. *Folha de São Paulo*, 28/03/2004. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

Os CDs mais vendidos da semana. Folha de São Paulo, 17/11/98. p. 4-7. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

OS DISCOS mais vendidos em 1998. Folha de São Paulo, 01/01/1999. p. 4-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

OS MAIORES de todos os tempos. *Folha de São Paulo*, 17/10/2001. p. F2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

OS 76 ANOS, cardeal de Aparecida renuncia. *Folha de São Paulo*, 13/10/2000. p. A6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

O QUE ver e ouvir hoje, amanhã e domingo na cidade. *Folha de São Paulo*, 31/12/1999. p. 4-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

O PADRE multimídia. *Istoé*, 29/10/01. Disponível em http:/www.istoe.com.br. Acesso em: 15 junho de 2004.

PADIGLIONE, Cristina. Clipe. *Folha de São Paulo*, 20/11/98. p. 4-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADIGLIONE, Cristina. Indigestão; Contra a maré; Instalando. *Folha de São Paulo*, 27/11/98. p. 4-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADIGLIONE, Cristina. Pop Star. *Folha de São Paulo*, 16/11/98. p. 6-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADIGLIONE, Cristina. Pressão 1. *Folha de São Paulo*, 24/11/98. p. 4-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADIGLIONE, Cristina. Clipe. *Folha de São Paulo*, 05/01/1999. p. 4-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADIGLIONE, Cristina. Clipe. *Folha de São Paulo*, 08/12/98. p. 4-4 (Ilustrada). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE conta história de Maria. *Folha de São Paulo*, 10/10/2003. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo abençoa a polícia. *Jornal da Tarde*, 05/02/2003. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo abrirá show pela paz no Rio. *Folha de São Paulo*, 12/10/2001. p. A8. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo atrai menos que o esperado. *Folha de São Paulo*, 26/01/2000. p. 1-1 (Primeira Página). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo canta com Chitãozinho e Xororó. *Notícia Extra*, 17/11/2000. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em: 25 ago. de 2004.

PADRE Marcelo celebra missa ao vivo na TV. *Folha de São Paulo*, 30/07/2001. p. A6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo deve ser 'orientado', diz arcebispo. *Folha de São Paulo*, 23/12/98. p. 1-12. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo encerra Jubileu em Aparecida. *Folha de São Paulo*, 19/12/2000. p. A10. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo espera 10 mil na reestréia do Santuário. *Jornal da Tarde*, 8/04/2001. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo espera 70 mil em missa hoje. *Folha de São Paulo*, 25/12/98.p. 1-7. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo faz missa em Interlagos. *Folha de São Paulo*, 30/12/1999. p. 1-10. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo grava clipe para especial de Natal de Xuxa. Megaportal TERRA, 03 dez. 2001. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em: 25 ago. de 2004.

PADRE Marcelo impulsiona as vendas de CDs religiosos. *Folha de São Paulo*, 18/04/1999. p. 3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo lança CD em programa do Gugu. *O Estado de São Paulo*, 4/10/2000. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo Leva 35 mil ao lava-pés no Santuário do Terço Bizantino. *Folha de São Paulo*, 02/04/1999. p. 3-6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo na crista da onda. Revista Caras, 03 dez. 1999. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo . Acesso em: 25 ago. de 2004.

PADRE Marcelo no ano novo. *Jornal da Tarde*, 28/12/2001. Disponível em http//www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo quer fazer cinema. *O Estado de São Paulo*, 12/11/2002. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo realiza showmissa de Natal. *Folha de São Paulo*, 24/12/2000.p. A5. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo reúne 50 mil fiéis em missa ao ar livre. *Jornal da Tarde*, 23/06/2000. Disponível em http//www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo reúne 60 mil em São Paulo. *Folha de São Paulo*, 26/12/98. p. 1-7. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo Rossi comanda o "Carnaval de Jesus" em SP. *Folha de São Paulo*, 15/02/1999. p. 4-2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo acredita que showmissa revoluciona Igreja. *Globo.com*, 08 nov. 2000. Disponível em http// www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em 25 agosto 2004.

PADRE Marcelo celebra Missa de Natal com milhares de fiéis. *Megaportal Terra*, 24 dez. 2001. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em: 25 ago. de 2004.

PADRE Marcelo Rossi comanda os fiéis. *Folha de São Paulo*, 26/12/1999. p. Especial-11. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE conquista norte-americanos. Megaportal Terra, 13/04/2000. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo . Acesso em: 25 ago. de 2004.

PADRE Marcelo e Dom Fernando celebram missa em Pernambuco. *Megaportal Terra*, 17/04/2002. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em: 25 ago. de 2004.

PADRE Marcelo inaugura Santuário com mais de 80 mil fiéis nas duas missas. *Megaportal Terra*, 09/04/2001. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo . Acesso em: 25 ago. de 2004.

PADRE Marcelo e Padre Jonas participaram do "Dia de Louvor na Canção Nova". *Extra*, 25/12/2000. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em: 25 ago. de 2004.

PADRE Marcelo quer mudar o Brasil. *Minha Revista*, 23/10/2000. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo . Acesso em: 25 ago. de 2004.

PADRE Marcelo reúne mais de 30 mil no Corpus Christi. *Megaportal Terra*, 30/05/2002. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em: 25 ago. de 2004.

PADRE Marcelo Rossi fará missa de Finados no Santuário. *Época*, 31/10/2002. Disponível em http:/www.epoca.com.br . Acesso em: 20 junho de 2004.

PADRE Marcelo celebra no Vaticano. *Megaportal Terra*, 24/12/2001. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em: 25 ago. de 2004.

PADRE Marcelo e frei Betto. *Folha de São Paulo*, 24/11/98. p. 1-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo é o astro do final de ano. *Folha de São Paulo*, 28/11/1999. p. 13. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo e Terra lançam Loja Virtual. Extra, 09/06/2000. *Megaportal Terra*, 24 dez. 2001. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em: 25 ago. de 2004.

PADRE Marcelo encerrará o Criança Esperança 2001. *Megaportal Terra*, 09/08/2001. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em: 25 ago. de 2004.

PADRE Marcelo faz missa de Carnaval. *Folha de São Paulo*, 27/02/2001. p. A4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.PADRE Marcelo faz missa em Interlagos. *Folha de São Paulo*, 30/12/1999. p. 1-10. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo grava mensagem para Ana Maria no Faustão. *Megaportal Terra*, 28/07/2001. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em: 25 ago. de 2004.

PADRE Marcelo lança revista Terço Bizantino. *Megaportal Terra*, 31/03/2001. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo . Acesso em: 25 ago. de 2004.

PADRE Marcelo leva milhares a showmissa. *Folha de São Paulo*, 03/11/2000. p. A8. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo na 97 FM. *Folha de São Paulo*, 04/02/2002. p. E3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo quer Miami. *Folha de São Paulo*, 06/02/2000. p. 1-1 (Primeira Página). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo publica seu sexto livro. *Megaportal Terra*, 11/06/2000. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em: 25 ago. de 2004.

PADRE Marcelo recebe disco de platina no Domingo Legal. *Megaportal Terra*, 04/11/2001. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo . Acesso em: 25 ago. de 2004.

PADRE Marcelo reúne 100 mil em SP. *Folha de São Paulo*, 03/11/2002. p. A7. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo reúne 25 mil. *Folha de São Paulo*, 21/04/2000. p. 1-8 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo sorteia ganhadores da viagem a Roma. *Megaportal Terra*, 01/02/2002. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo . Acesso em: 25 ago. de 2004.

PADRE Marcelo Rossi, 31. *Folha de São Paulo*, 27/05/1999. p. 18. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo termina, no CHATShow seu ano de evangelização pela internet. *Notícia Extra*, 09/12/2000. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em: 25 ago. de 2004.

PADRE Marcelo troca Band pela Globo. *Folha de São Paulo*, 29/12/1999. p. 4-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo vive dias de superastro. *Folha de São Paulo*, 13/10/1999. p. 3-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Rossi ganha programa na Globo. O Estado de São Paulo, 8/04/2000. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Zeca lança disco em boate. *Jornal da Tarde*, 03/04/2002. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRES e videntes favoritos. *Folha de São Paulo*, 09/01/2000. p. 49. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PÁGINAS de católicos e de judeus. *Folha de São Paulo*, 28/02/2001. p. F6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PAINEL DO LEITOR. *Folha de São Paulo*, 08/02/2000. p. 1-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PAINEL DO LEITOR. *Folha de São Paulo*, 18/12/98. p. 1-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PAINEL DO LEITOR. *Folha de São Paulo*, 18/11/98. p. 1-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PAINEL DO LEITOR. *Folha de São Paulo*, 20/11/98. p. 1-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PADRE Marcelo lidera. *Folha de São Paulo*, 21/11/98. p. 4-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PAINEL DO LEITOR. *Folha de São Paulo*, 21/11/98. p. 1-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PAINEL DO LEITOR. *Folha de São Paulo*, 22/11/98. p. 1-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PAINEL DO LEITOR. *Folha de São Paulo*, 23/11/98. p. 1-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PAIXÃO, Roberta. Maracanã da fé. *Veja*, ed. 1600, 02 jun. 1999. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

PALCO cede em missa de padre Marcelo. *Folha de São Paulo*, 03/11/2001. p. A9. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PARA bispo, encontro unirá esforços. *Folha de São Paulo*, 07/11/1999. p. 1-6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PASQUATO, Jô. "Jesus quer a gente alegre", diz padre Marcelo. *Jornal da Tarde*, 02/03/2003. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PASQUATO, Jô. "Jesus quer a gente alegre", diz padre Marcelo. O Estado de São Paulo, 02/03/2003. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PASTORE, Karina. Rogai por nós e desfazei os nós. *Veja*, ed. 1717, 12 set. 2001. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

PE MARCELO chega a Roma e apresenta a cidade aos ganhadores. *Megaportal Terra*, 10 abr. 2002. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em: 25 ago. de 2004.

PE MARCELO dá entrevista com a participação online de jornalistas e internautas. Megaportal Terra, 23 out. 2001. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo . Acesso em: 25 ago. de 2004.

PE. MARCELO deve atrair 40 mil. *Folha de São Paulo*, 04/04/1999. p. 3-6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PE. MARCELO é 3º em Portugal. *Folha de São Paulo*, 09/06/1999. p. 4-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PE MARCELO grava mensagem de Dia dos Pais para Vídeo Show. *Megaportal Terra*, 07/08/2001. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em: 25 ago. de 2004.

PEFELISTA assessora o padre Marcelo. *Folha de São Paulo*, 17/09/2000. p. C5. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PEIXOTO, Paulo. Cardeal mineiro teme grau de exposição de padre Marcelo *Folha de São Paulo*, 09/12/98. p. 1-16. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PENHALVER, Alexandra. Missa de Finados: susto e público de 100 mil. *O Estado de São Paulo*, 03/11/2001. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PEREIRA, Paula. Animação para a alma. *Época*, 25/12/2000. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em: 25 ago. de 2004.

PIERUCCI, Antônio Flávio. A encruzilhada da fé. *Folha de São Paulo,* 19/05/2002. p. 07 (Mais!).

PIORINO FILHO, Francisco. "Showmissa". *Folha de São Paulo*, 05/11/2000. p. A3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PM muda de novo a avaliação do total de presentes em showmissa .*Folha de São Paulo*, 04/11/2000. p. A6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

POLÍCIA suspende site com ofensas ao padre Marcelo. *Folha de São Paulo*, 09/02/1999. p. 1-13. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

POP star. *Folha de São Paulo*, 29/12/1999. p. 4-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PREFEITURA de SP interdita catedral da Sé. *Folha de São Paulo*, 09/07/1999. p. 3-6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PREFEITURA de SP interdita réveillon no Sambódromo. *Folha de São Paulo*, 30/12/1999. p. 3-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PREFEITURA de SP interdita réveillon no Sambódromo. *Folha de São Paulo*, 30/12/1999. p. 3-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PÚBLICO é maior que o do papa João Paulo 2º. *Folha de São Paulo*, 13/10/1999, p. 3-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

PÚBLICO só é menor que em missa papal. *Folha de São Paulo*, 03/01/2000. p. 1-1 (Primeira Página). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

R.A. Igrejas apelam para o marketing. *O Estado de São Paulo*, 27/01/2002. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

RECORD a serviço da igreja. *Istoé*, 1425, 15/01/1997. Disponível em http:/www.istoe.com.br. Acesso em: 15 junho de 2004.

REDE Vida quer ser a 3ª do país. *Folha de São Paulo*, 18/04/1999. p. 8. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

RELIGIOSO não descarta ver Marta. *Folha de São Paulo*, 03/11/2000. p. A8. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

RELIGIOSO requer muitas vezes presença social'. *Folha de São Paulo*, 20/04/1999. p. 1-8. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

RÉVEILLON da Paulista terá mais 30 banheiros e metrô até as 3h. *Folha de São Paulo*, 22/12/1999. p. 3-2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

RIBEIRO, Lúcio; BUENO, Rrodrigo. Padre Marcelo dá a preleção. *Folha de São Paulo*, 07/11/2002. p. D3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

RIZZO, Sérgio. Filme revela perfil de jovens religiosos. *Folha de São Paulo*, 13/04/2001. p. 21. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ROBERTO Carlos elogia o CD Paz de Padre Marcelo Rossi. *Megaportal Terra*, 14/11/2001. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo . Acesso em: 25 ago. de 2004.

RODRIGUES, Apoenan. O padre é pop. *Istoé*, 16/12/98. Disponível em http:/www.istoe.com.br . Acesso em: 15 junho de 2004.

ROGAR, Sílvia. Grávidas no altar. *Veja*, ed. 1675, 15/11/2000. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

ROGAR, Sílvio. Mania de todos os santos. *Veja*, ed. 1 771, 2/10/2000. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

ROSA, Marcos. A mão de Deus – e do bispo. *Veja*, ed. 1642, 29/03/2000. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

ROSSI, Clóvis. Os deuses e os impostos. *Folha de São Paulo*, 31/07/2001. p. A2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ROSSI, sem revelações na tevê. *O Estado de São Paulo*, 9/10/2000. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

RUSSO, Noelly. Gays pedem ação contra padre Marcelo. *Folha de São Paulo*, 25/11/98. p. 3-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ROUANET, Sérgio Paulo. A volta de deus. *Folha de São Paulo*, 19/05/2002. p. 09 (Mais!). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SÁ, Nelson de. Renovação Carismática avança em TV e rádio. *Folha de São Paulo*, 28/10/96. p. 1-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SÁ, Nelson de. A paixão do padre. *Folha de São Paulo*, 21/03/2004. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SÁ, Nelson de. Igreja e audiência. *Folha de São Paulo*, 25/07/2001. p. A9. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SÁ, Nelson de. R$ 150 mil por mês. *Folha de São Paulo*, 03/11/1999. p. 1-10. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SABINO, Mario. O crepúsculo de um papa. *Veja*, ed. 1748, 24/04/2002. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

SALGADO, Eduardo. A catedral gay. *Veja*, ed. 1773, 16/10/2002. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

SALLUM, Érika. Vendedores de CD invadem a televisão. *Folha de São Paulo*, 28/11/1999. p. 12-13. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SANCHES, Pedro Alexandre e NEGROMONTE, Marcelo. Feliz ano 2000, música popular brasileira? *Folha de São Paulo*, 28/12/1999. p. 4-5. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SANCHES, Pedro Alexandre. Mercado do disco abre 99 em crise. *Folha de São Paulo*, 01/01/1999. p. 4-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SANCHES, Pedro Alexandre. A rainha ferida. *Folha de São Paulo*, 21/12/2001. p. E1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SANCHES, Pedro Alexandre. Cássia paga os pecados do padre Marcelo e cia. *Folha de São Paulo*, 17/07/1999. p. 4-6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SANCHES, Pedro Alexandre. Oxalá a axé vá para o ralo no Carnaval. *Folha de São Paulo*, 08/02/1999. p. 7-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SANTOS, Líliam. Padre Marcelo reza missa em Interlagos.*O Estado de São Paulo*, 13/10/2000. Disponível em http//_www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SANTUÁRIO do padre Marcelo é liberado. *Folha de São Paulo*, 18/03/1999. p. 3-6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SÃO SILVESTRE e réveillon interditam avenida Paulista a partir das 12h. *Folha de São Paulo*, 31/12/1999. p. 3-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SASAKI, Tatiana. Carnaval do padre Marcelo reúne 85 mil e faz até as freiras caírem no samba. *Jornal da Tarde*, 28/02/2001. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SEKEFF, Gisela. O jubileu de João Paulo. *Veja*, ed. 1630, 05/01/2000. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

SEM CAMISINHA, só com milagre. *Veja*, ed. 1688, 21/02/2001. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

SERPA, Dagmar. Mudança de hábito. *Veja*, ed. 1587, 03/03/1999. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

SHOW religioso reúne 50 mil em SP. *Folha de São Paulo*, 26/01/1999. p. 3-5. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SHOWMISSA em SP reúne 600 mil católicos. *Folha de São Paulo*, 03/11/1999. p. 1-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SHOWMISSA leva 1 milhão a Interlagos. *Folha de São Paulo*, 03/01/2000. p. 1-5 (Primeira Página). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SHOWMISSA. *Folha de São Paulo*, 31/05/2002. p. A7. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SHOWMISSA já reuniu cerca de 1 milhão de fiéis. *Folha de São Paulo*, 13/10/2001. p. A5. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SHOWMISSA, com padre Marcelo, na capital gaúcha, integra o JC 2000. *Megaportal Terra*, 19/09/2000. Disponível em http// www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em 25 agosto 2004.

SHOWMISSA. *Folha de São Paulo*, 04/11/1999. p. 1-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SHOWMISSA mobiliza multidão em Interlagos. *Folha de São Paulo*, 03/11/2000. p. A1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SIGO Dom Fernando, diz Padre Marcelo. Folha de São Paulo, 01/01/2001. p. A5. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SILVA, Alessandro e CABRAL, Otávio . Padre reduz evento por medo de tumulto. *Folha de São Paulo*, 03/11/1999. p. 3-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SILVA, Alessandro. Católicos planejam evento para 400 mil. *Folha de São Paulo*, 02/11/1999. p. 3-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SILVA, Alessandro. Evento tem hits e coreografia de freiras. *Folha de São Paulo*, 03/11/1999. p. 3-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SILVA, Alessandro. Evento tem hits musicais e coreografias. *Folha de São Paulo*, 03/11/1999. p. 3-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SILVA, Alessandro; CABRAL, Otávio; IZIDORO, Alencar. "Showmissa" de Finados reúne 600 mil pessoas em São Paulo. *Folha de São Paulo*, 03/11/1999. p. 3-1. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Desafio ao padre. *Folha de São Paulo*, 12/01/1999. p. 1-2.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Sigaud, Hélder e Marcelo. *Folha de São Paulo*, 11/09/1999. p. 1-2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SILVA, Fernando de Barros e. Mágica e diversão no palco da fé. *Folha de São Paulo*, 26/12/1999. p. 3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SILVA, Fernando de Barros e. Drama da família Silvio Santos dá visibilidade ao avanço das igrejas evangélicas no país. *Folha de São Paulo*, 06/10/2001. p A9. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SILVA, Fernando de Barros e. 'Entertainment' e desmodernização. *Folha de São Paulo*, 07/11/1999. p. 2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SILVA, Fernando de Barros e. Mágica e diversão no palco da fé. *Folha de São Paulo*, 26/12/1999. p. Especial-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SILVA, Fernando de Barros e. Terra em transe. *Folha de São Paulo*, 10/01/1999. p. 2. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SOARES , ANA CAROLINA e MAGALHÃES, Alvaro. Padre Marcelo sai da rádio chorando. *Jornal da Tarde*, 21/12/2001. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SOARES, Caio Caramico Padre Marcelo Rossi é 'canonizado' vivo. *Folha de São Paulo*, 06/10/2001. p. A9. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SPADA, Vanessa. Missa do Padre Marcelo reúne 230 mil pessoas em SP. *O Estado de São Paulo*, 02/11/2002 (Agência Estado). Disponível em http//www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

STACHUK, Mayra. As canções religiosas do Rei, na voz do Padre Marcelo. *Jornal da Tarde*, 6/12/2001. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SUPERLOTAÇÃO frustra fiéis "atrasados". *Folha de São Paulo*, 13/10/1999. p. 3-3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

SUPERSTAR. *Folha de São Paulo*, 10/12/1998. p. 1-2 (Frases). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

TAHAN, Ana Maria et alli. A festa no altar. *Época*, 18/10/ 1999. p. 28-33. Disponível em http:/www.epoca.com.br . Acesso em: 20 junho de 2004.

TÁTICA: O retorno. *Folha de São Paulo*, 16/12/1999. p. 4-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

TEIXEIRA,Paulo César e BUORO, Cibele. Eleja o religioso do seculo. *Istoé*, 1544, 05/05/1999. Disponível em http:/www.istoe.com.br . Acesso em: 15 junho de 2004.

_____ e MARTHE, Marcelo. Os católicos contra-atacam. *Veja*, 8/10/2003. p. 97-103. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

150 MIL convites para Finados já foram trocados por alimentos. *Megaportal Terra*, 31/10/2001. Disponível em http// www. terra.com.br/padremarcelo. Acesso em 25 agosto 2004.

TREVISAN, Cláudia. Padre Marcelo vai entrar na era de venda pelo 0900. *Folha de São Paul*o, 17/01/1999. p. 1-6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

TREVISAN, Cláudia. Missa atinge 10 pontos de audiência. *Folha de São Paulo*, 27/12/98. p.1-14. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

TVs exibem festa do réveillon no Brasil e em países distantes. *Folha de São Paulo*, 31/12/1999. p. 4-6. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

UNIVERSAL reúne 10 mil; padre vai à TV. *Folha de São Paulo*, 01/01/2000. p. 1-5 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

VALLADARES, Ricardo. Jihad evangélica. *Veja*, ed. 1770, 25/09/2002. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em: 25 junho de 2004.

VENHA a nós. *Folha de São Paulo*, 24/12/2001. p. E3. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

VIOLÊNCIA contra a criança é o tema do 'Criança Esperança'. *Folha de São Paulo*, 16/10/1999. p. 4-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

VIZINHOS festejam fim das missas. *O Estado de São Paulo*, 11/12/2000. Disponível em http// www.estadao.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

VOCAÇÃO e embate religioso. *Jornal da Tarde*, 12/04/2001. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

VOLTAN, Rogério. A Biblia no divã. *Veja*, ed. 1667, 20/09/2000. Disponível em http:/www.veja.com.br . Acesso em 25 junho de 2004.

VOTAÇÃO. *Folha de São Paulo*, 26/07/2001. p. A8. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

WIEDERHECKER, Angélica. Festa de Finados. *Istoé*, 1571, 10/11/99. Disponível em http:/www.istoe.com.br . Acesso em 15 junho de 2004.

XICO SÁ. TV Cultura imita o pior do mercado. *Folha de São Paulo*, 21/11/2002. p. E10. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

XUXA e Padre Marcelo Rossi Premiados no Grammy Latino. *Jornal da Tarde*, 19/09/2002. Disponível em http// www.jornaldatarde.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

XUXA recebe Maria Paula no 'Intimidade'. *Folha de São Paulo*, 24/10/1999. p. 11. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ZANINI, Fábio. Com padre Marcelo, Serra ajoelha e reza. *Folha de São Paulo*, 30/09/2002. p. E-4. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ZORZAN, Patrícia. CNBB faz "ressalvas" à atuação de padre. *Folha de São Paulo*, 13/12/98. p. 1-15. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ZORZAN, Patrícia. Música é tática de religiosos. *Folha de São Paulo*, 26/12/1999. p. Especial-11. Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

ZORZAN, Patricia; ANTENORE, Armando. Padre Marcelo vai a Miami para tentar conquistar latinos. *Folha de São Paulo*, 06/02/2000. p. 1-12 (Brasil). Disponível em http// www.folhadesaopaulo.com.br. Acesso em 20 abr. 2003.

3º CARNAVAL de Jesus reúne mais de 100 mil pessoas. *Notícia Extra*, 27/02/2001. Disponível em http:/ www. terra.com.br/padremarcelo . Acesso em: 25 ago. de 2004.

Sites visitados

www.cnbb.com.br – Conferência Nacional dos Bispos do Brasil.

www.epoca.com.br – Revista Época.

www.estadão.com.br – Jornal O Estado de São Paulo.

www.folhadesaopaulo.com.br – Jornal Folha de São Paulo.

www.ibmc.com.br – Instituto Brasileiro de Marketing Católico.

www.istoe.com.br – Revista Istoé.

www.jornaldatarde.com.br – Jornal da Tarde.

www.jornaldobrasil.com.br – Jornal do Brasil.

www. terra.com.br/padremarcelo – Mega-portal Terra

www.padremarcelo.com.br – Padre Marcelo Rossi – Site Oficial.

www.terçobizantino.com.br – Santuário Terço Bizantino.

www.veja.com.br – Revista Veja.

www.videologia.com.br – Videologia Assessoria e Comunicação.

Mídia eletrônica

Entrevista

ROSSI, Pe. Marcelo. Entrevista concedida ao Programa Vitrine, ao jornalista Marcelo Tas, da TV Cultura, exibido em 18/02/2002.

Programas televisivos

SANTA MISSA COM O PADRE MARCELO ROSSI. Rede Globo de Televisão, domingo, 19 set. 2004, 5h:50-7h.

SANTA MISSA COM O PADRE MARCELO ROSSI. Rede Globo de Televisão, domingo, 26 set. 2004, 5h:50-7h.

SANTA MISSA COM O PADRE MARCELO ROSSI. Rede Globo de Televisão, domingo, 03 out. 2004, 5h:50-7h.

SANTA MISSA COM O PADRE MARCELO ROSSI. Rede Globo de Televisão, domingo, 10 out. 2004, 5h:50-7h.

SANTA MISSA COM O PADRE MARCELO ROSSI. Rede Globo de Televisão, domingo, 17 out. 2004, 5h:50-7h.

SANTA MISSA COM O PADRE MARCELO ROSSI. Rede Globo de Televisão, domingo, 24 out. 2004, 5h:50-7h.

SANTA MISSA COM O PADRE MARCELO ROSSI. Rede Globo de Televisão, domingo, 31 out. 2004, 5h:50-7h.

SANTA MISSA COM O PADRE MARCELO ROSSI. Rede Globo de Televisão, domingo, 07 nov. 2004, 5h:50-7h.

SANTA MISSA COM O PADRE MARCELO ROSSI. Rede Globo de Televisão, domingo, 14 nov. 2004, 5h:50-7h.

SANTA MISSA COM O PADRE MARCELO ROSSI. Rede Globo de Televisão, domingo, 21 nov. 2004, 5h:50-7h.

Discos compactos (CDs)

ROSSI, Pe. Marcelo. Terço Bizantino. São Paulo: Polygram, 1997. 1 CD (50:18 min.): digital, estéreo.

_____. *Músicas para louvar ao Senhor*. São Paulo: Poligram, 1998. 1 CD (49:50 min): digital, estéreo.

_____. *Salmos temáticos: depressão e angústia*. São Paulo: Polygram, 1999. 1 CD (66:51 min.): digital, estéreo.

_____. *Um presente para Jesus: ao vivo*. São Paulo: Mercury, 1999, 1 CD (59:08 min.): digital, estéreo.

_____. *Celebração da Vida*. São Paulo: Universal, 1999. 1 CD (52 min.): digital, estéreo.

_____. *Canções para um novo milênio: ao vivo*. São Paulo: Universal, 2000. 1 CD (60:28 min.): digital, estéreo.

_____. *Paz: ao vivo*. São Paulo: Universal, 2001. 1 CD (58:18 min.): digital, estéreo.

_____. *Anjos*. *Paz: ao vivo*. São Paulo: Universal, 2001. 1 CD (58:18 min.): digital, estéreo._____. *Para crianças*. São Paulo: Universal, 2002. 1 CD (56:26 min.): digital, estéreo.

_____. Pe. Marcelinho e sua turma: em histórias que evangelizam. São Paulo: Novo Rumo, 2003. 1 CD (52:14 min.): digital, estéreo.

Referências Bibliográficas

ANDRADE, Péricles. O Brasil preocupa o Papa (I). *Jornal da Cidade*. Aracaju, terça-feira, 6.8.2002. B-6. (Opinião)

_____. O Brasil preocupa o Papa (II). *Jornal da Cidade*. Aracaju, quarta-feira, 7.8.2002. B-6. (Opinião)

ASSMAN, Hugo (1986) . *A Igreja Eletrônica e seu impacto na América Latina: convite a um estudo.* Petrópolis: Vozes.

AUBÉE, Marion (2001). Dynamique des transformations religieuses au Brésil. BASTIAN, Jean-Pierre. *La modernité religieuse en perspective comparée. Europe Latine – Amerique Latine*. Paris: Éditions Karthala. p. 213-223.

BARROS FILHO, Clóvis de e MARTINO, Luís Mauro Sá. *O habitus na comunicação*. São Paulo: Paulus, 2003.

BASTIAN, Jean-Pierre. La recomposition religieuse de l´Amérique latine dans le modernité tardive *La modernité religieuse en perspective comparée. Europe Latine – Amerique Latine*. Paris: Éditions Karthala, 2001. p. 181-197.

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. 2 ed. São Paulo: Hucitec, 1981.

BAUER, Martim W e GASKEL, George (org.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

BERGER, Peter L. *O dossel sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião*. 3 ed. São Paulo: Paulus, 1985.

_____. *Rumor de anjos: a sociedade moderna e a redescoberta do sobrenatural*. Petrópolis: Vozes, 1996.

_____ e LUCKMANN, Thomas. *Modernidade, pluralismo e crise de sentido: a orientação do homem moderno*. Petrópolis: Vozes, 2004.

BITTENCOURT FILHO, José. Matriz *Religiosa Brasileira: religião e mudança social*. Petrópolis: Vozes; Rio de Janeiro: KOINONIA, 2003.

BOURDIEU, Pierre. *Coisas Ditas*. São Paulo: Brasiliense, 1990.

_____.Esboço de uma teoria da prática. In: ORTIZ, Renato (org.). *Pierre Bourdieu.* São Paulo: Ática, 1994b. p. 46-81.

_____. *Razões Práticas: sobre a teoria da ação.* Campinas: Papirus, l996.

_____. *A Economia das Trocas Simbólicas.* 5. ed., São Paulo: Perspectiva, 1998a.

_____. *O Poder Simbólico*. 2. ed., Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998b.

_____. *A Economia das Trocas Lingüísticas*. 2 ed. São Paulo: Edusp, 1998c.

_____. *Questões de Sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

_____. Gosto de classe e estilo de vida. In: ORTIZ, Renato (org.). *Pierre Bourdieu.* São Paulo: Ática, 1994c. p. 82-121.

_____. *Meditações Pascalianas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. *A Cultura na Rua*. Campinas-SP: Papirus, 1989.

BURITY, Joanildo. *Identidade e Política no campo religioso*. Recife: Ed. da UFPE, 1997.

CAMPICHE, Roland J. Le redéploiment de la religion dans un contexte pluraliste. In: BASTIAN, Jean-Pierre. *La modernité religieuse en perspective comparée. Europe Latine – Amerique Latine*. Paris: Éditions Karthala, 2001. p. 131-140.

CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, Templo e Mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal.* Petrópolis: Vozes; São Paulo: Simpósio Editora e UMESP], 1999.

CAMPOS, Hélide Maria dos Santos. *Catedral Eletrônica: o uso da televisão nos rituais litúrgicos da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) da Renovação Carismática Católica (RCC)*. Itu-SP: Editora Ottoni, 2002.

CARVALHO, José Jorge de. "Religião, mídia e os predicamentos da convivência pluralista: uma análise do evangelismo transnacional norte-americano." In: MOREIRA, Alberto da Silva. *Sociedade Global: cultura e religião***.** Petrópolis: Vozes; São Paulo: Universidade São Francisco, 1998.

_____. José Jorge de. Uma querela de espíritos: para uma crítica brasileira do suposto desencantamento do mundo moderno. *Revista Sociedade e Estado*, v. XIV, n. 1, jan./jun. 1999. p. 63-87.

CERIS. *Desafios do catolicismo na cidade: pesquisa em regiões metropolitanas* brasileiras. São Paulo: Paulus, 2002 (organizadores: SOUZA, Luiz Alberto Gómez de e FERNANDES, Sílvia Regina Alves).

CHAUÍ, Marilena. "Sexo e Pecado". *Repressão Sexual: essa nossa (des) conhecida.* 4 ed. São Paulo: Brasiliense, 1984.

CLARKE, Peter B. "Pop-Star". Priest and the Catholic Responses to the Explosion of Evangelical Protestantism in Brasil?" *Jornal of Contemporany Religion*. V. 14, n. 2, maio 1999. p. 203-216.

COLAVITTI, Fernanda. De vem a fé. *Galileu*, São Paulo, julho 2002.

COSTA, Evandro Luiz Alves. Dinâmica populacional e Igreja Católica no Brasil. *Caderno CERIS*, ano II, n. 3, out. 2002.

CUNHA, Magali do Nascimento. O crescimento do marketing evangélico no Brasil – resultado da inserção da doutrina neoliberal do discurso das igrejas evangélicas. *Comunicação & Política*, v. VI, n. 2 e 3. p. 63-113.

DA MATTA, Roberto. *O que faz o brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

DANIEL, José Luiz. O discurso e o discurso religioso. *Letras*, Campinas, Puccamp, v. 15, n. 1 e 2, p. 43-50, 1996.

DARIVA, Noemi (org.). *Comunicação social na igreja: documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003.

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

FOUCAULT, Michel. "O Sujeito e o Poder". DREYFUS, Hubert L. *Michel Foucault, uma trajetória filosófica: par além do estruturalismo e da hermenêutica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995, p. 231-249.

_____. *Vigiar e Punir*. 15 ed. Petrópolis: Vozes, 1997.

GEERTZ, Clifford. *Observando o Islã*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

GIUMBELLI, Emerson. ***O fim da religião: dilemas da liberdade religiosa no Brasil e na França***. São Paulo: Attar Editorial, 2002.

GOODE, William Josiah. *Métodos em pesquisa social.* 6 ed. São Paulo: Editora Nacional, 1977.

GRIGOLETTO, Evandra. *Sob o rótulo do novo, a presença do velho: análise do funcionamento da repetição e das relações divino/temporal no discurso da renovação carismática católica.* Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.

GUERRA, Lemuel. *Competição, demanda e a dinâmica da esfera da religião no Nordeste do Brasil*. Recife, 2000. Tese (Doutorado em Sociologia) – UFPE.

HAGUETTE, Teresa Maria Frota. *Metodologias qualitativas na sociologia*. 8 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

HARTMANN, Jorge e MUELLER, Nélson (orgs.). *A comunicação pelo microfone*. Petrópolis: Vozes, 1998.

HERVIU-LÉGER, Danièle. Representam os surtos emocionais contemporâneos o fim da secularização ou o fim da religião? *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, v. 18, n. 1, agosto 1997. p. 31-47.

IFFLY, Catherine. L'Église catholique et les protestantismes depuis 1985. *Problèmes d´Amérique latine.* N. 9, jan.-mar. 1993. p. 87-107.

JACOB, Cesar Romero; HEES, Dora Rodrigues; WANIEZ, Philippe; BRUSTLEIN. *Atlas da filiação religiosa e indicadores sociais no Brasil.* Rio de Janeiro: Editora da PUC; Rio de Janeiro: Loyola, 2003.

LESBAUPIN, Ivo (org.). *Igreja e comunidade de massa*. São Paulo: Paulinas, 1996.

LINDHOLM, Charles. *Carisma: êxtase e perda de identidade na veneração do líder*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

LUNEAU, René e MICHEL, Patrick (orgs.). *Nem todos os caminhos levam a Roma: as mutações atuais do catolicismo*. Petrópolis: Vozes, 1999.

MAFRA, Clara. *Os Evangélicos*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001. (Coleção Descobrindo o Brasil).

MALLIMACI, Fortunato. De la homogeneidad a la diversidad: las actuales transformaciones del campo religioso em la sociedade argentina. *Revista Sociedade e Estado*, v. XIV, n. 1, jan./jun. 1999. p. 127-144.

MENEZES, Jonatas Silva. *Pentecostalismo e rituais de cura divina: personagens e percursos*. Tese, 2002 (Doutorado em Ciências Sociais) – PUC-São Paulo.

KATER FILHO, Antonio Miguel. *O marketing aplicado à Igreja Católica*. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

KATZ, Eliihu et DAYAN, Daniel. "Diplomatie téléviseé: Sadate à Jérusalem". *Les Cahiers de la Communication*. Vol. 2, n. 2, 1982. p. 83-104.

MACHADO, Maria das Dores Campos. *Carismáticos e pentecostais: adesão religiosa na esfera familiar*. Campinas-SP: Autores Associados; São Paulo: ANPOCS, 1996.

MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais. Sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Loyola, 1999.

MARIZ, Cecília Loreto e MACHADO, Maria das Dores C. "Sincretismo e trânsito religioso: comparando carismáticos e pentecostais".

MARTINO, Luís Mauro Sá. *Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso*. São Paulo: Paulus, 2003.

MENDONÇA, Antonio Gouvêa. *O celeste porvir: a inserção do protestantismo no Brasil*. São Paulo: ASTE, 1995.

MOREIRA, Alberto da Silva. A civilização do mercado: um desafio radical às igrejas. In: _____ (org.). *Sociedade Global: cultura e religião*. Petrópolis: Vozes; São Paulo: USF, 1998. p. 134-164.

NOVAES, Regina Reyes. "Pentecostalismo, política, mídia e favela". In: VALLA, Victor Vincent (org.). *Religião e Cultura Popular*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001. (Coleção O Sentido de Escola; 17.

ORO, Ari Pedro. *Avanço Pentecostal e Reação Católica***.** Petrópolis: Vozes, 1996.

ORO, Ari Pedro; CORTEN, André; DOZON, Jean-Pierre (orgs.). *Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé*. São Paulo: Paulinas, 2003 (Coleção religião e cultura).

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. 5 ed. São Paulo: Brasiliense, 2001.

PARKER, Cristián. *Religião Popular e Modernização Capitalista: outra lógica na América Latina***.** Petrópolis: Vozes, 1995.

PE. ZEZINHO SJC. *35 anos a serviço da fé. São Paulo*: Paulinas, 1999.

PIERUCCI, Antônio Flávio e PRANDI, Reginaldo. *A Realidade Social das Religiões no Brasil.* São Paulo: Editora Hucitec, 1986.

PRANDI, Reginaldo. *Um sopro do Espírito: a renovação conservadora do catolicismo carismático*. 2 ed. São Paulo: Edusp, 1998.

REEBER, Michel. *Religião: termos, conceitos e idéias*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002.

RUDIO, Franz Victor. "A observação". *Introdução ao projeto de pesquisa*. 9 ed. Petrópolis: Vozes, 1985. p. 32-41.

SILVA, A. Santos e PINTO, J. Madureira. *Metodologia das Ciências Sociais***.** 2 ed. Porto: Edições Afrontamento, 1987.

SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil*. 7 ed. Petrópolis: Vozes, 1984.

SOUZA, André Ricardo de. *Padres cantores, missas dançantes: a opção da Igreja Católica pelo espetáculo com mídia e marketing*. São Paulo, 2001. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – USP.

_____. *Igreja In Concert: padres cantores, mídia e marketing*. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2005.

STEIL, Carlos Alberto. A Igreja dos Pobres: da Secularização à Mística. *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, v. 19, n. 2, out./1998. p. 61-76.

TAVARES, Sinivaldo S. Como falar de Deus, hoje? *Cultura Vozes*, n. 4, jul.-ago. 2000. p. 116-127.

THOMPSON, Jonh B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. 6 ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

_____ *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 4 ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

TRIVINOS, Augusto N. S. *Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação.* São Paulo: Atlas, 1995.

TSCHANNEN, Olivier. La réevalution de la théorie de la secularization per la perspective compariste Europe-Latine – Amérique Latine. BASTIAN, Jean-Pierre. *La modernité religieuse en perspective comparée. Europe Latine – Amerique Latine*. Paris: Éditions Karthala, 2001. p. 307-318.

VALA, Jorge. A análise de conteúdo. In: SILVA, Augusto Santos e PINTO, José Madureira (orgs.). *Metodologia das ciências sociais*. Porto: Edições Afrontamento, 1987. p. 101-128.

WACH, Joaquim. Tipos de autoridade religiosa. ***Sociologia da religião***. São Paulo: Paulinas, 1990. p. 397-447.

WEBER, Max. *Ciência e Política: duas vocações*. 2ed. São Paulo: Cultrix, 1972.

_____.. “A Sociologia da Autoridade Carismática”. In: GERTH, H. M. e MILLS, C. Wright (orgs). *Max Weber. Ensaios de Sociologia*. 5 ed. Rio de Janeiro: LTC, 1982. p. 283-305.

_____.. “Rejeições Religiosas do Mundo e suas Direções”. In: GERTH, H. M. e MILLS, C. Wright (orgs). *Max Weber. Ensaios de Sociologia*. 5 ed. Rio de Janeiro: LTC, 1982. p. 371-410.

_____. “Os três tipos puros de dominação legítima”. In: CONH, Gabriel (org.). *Max Weber. Sociologia*. São Paulo: Ática, 1997. p. 128-141.

WILLAIME, Jean-Paul. *Sociologie des religions*. Paris: Presses Universitaires de France, 1995.

Anexos

Tabela 1

População Total e Grupos Religiosos no Brasil

Anos	População Total	Católicos	Evangélicos de Missão	Evangélicos Pentecostais	Outras Religiões	Sem religião
1970	93.470.306	85.775.047 91,8	———	———	2.157.229 2,5	704.924 0,8
1980	119.009.778	105.860.063 89.0	4.022.330 3,4	3.863.320 3.2	3.310.980 3,1	1.953.085 1,6
1991	136.814.061	122.365.302 83,3	4.338.165 3,0	8.768.929 6,0	4.345.588 3.6	6.946.077 4,7
2000	169.870.803	125.517.222 73,9	8.447.068 5,0	17.975.106 10,6	5.409.218 3,2	12.492.189 7,4

Fonte: IBGE. *Censo Demográfico – VIII Recenseamento Geral do Brasil - 1970*. Rio de Janeiro: Serviço Gráfico do IBGE, 1970; ____. *Censo Demográfico – IX Recenseamento Geral do Brasil - 1980.* Rio de Janeiro: Fundação IBGE, 1983; ____. *Censo Demográfico – Características Gerais da População e Instrução (resultados da amostra).* Rio de Janeiro: Fundação IBGE, 1991; KLINTOWUTZ, 19/12/2001, p. 124-129.

Tabela 2
Igrejas Pentecostais no Brasil – 2000

Igrejas	População	% dos percentuais
Assembléia de Deus	8.418.154	47,47
Congregação Cristã do Brasil	2.489.079	14,04
Igreja Universal do Reino de Deus	2.101.884	11,85
Evangelho Quadrangular	1.318.812	7,44
Deus é Amor	774.827	4,37
Maranata	277.352	1,56
O Brasil para Cristo	175.609	0,99
Casa da Benção	128.680	0,73
Nova Vida	92.312	0,52
Comunidade Evangélica	77.797	0,44
Comunidade Cristã	76.730	0,43
Casa da Oração	68.587	0,39
Avivamento Bíblico	59.034	0,33
Igreja Nazareno	47.384	0,27
Cadeia da Prece	3.076	0,02
Não determinada	1.266.211	7,14
Sem vínculo institucional	357.949	2,02
Total	17.733.477	100,0

(apud. JACOB, 2003: 44)

Igrejas Evangélicas de Missão no Brasil – 2000

Igrejas	População	% dos evangélicos de missão
Batista	3.162.700	37,31
Adventista	1.209.835	14,27
Luterana	1.062.144	12,53
Presbiteriana	981.055	11,57
Metodista	340.967	4,02
Congregacional	148.840	1,76
Menonita	17.631	0,21
Anglicana	16.591	0,20
Exército de Salvação	3.743	0,04
Outros	1.533.562	18,09
Total	8.477.068	100,0

(apud. JACOB, 2003: 73

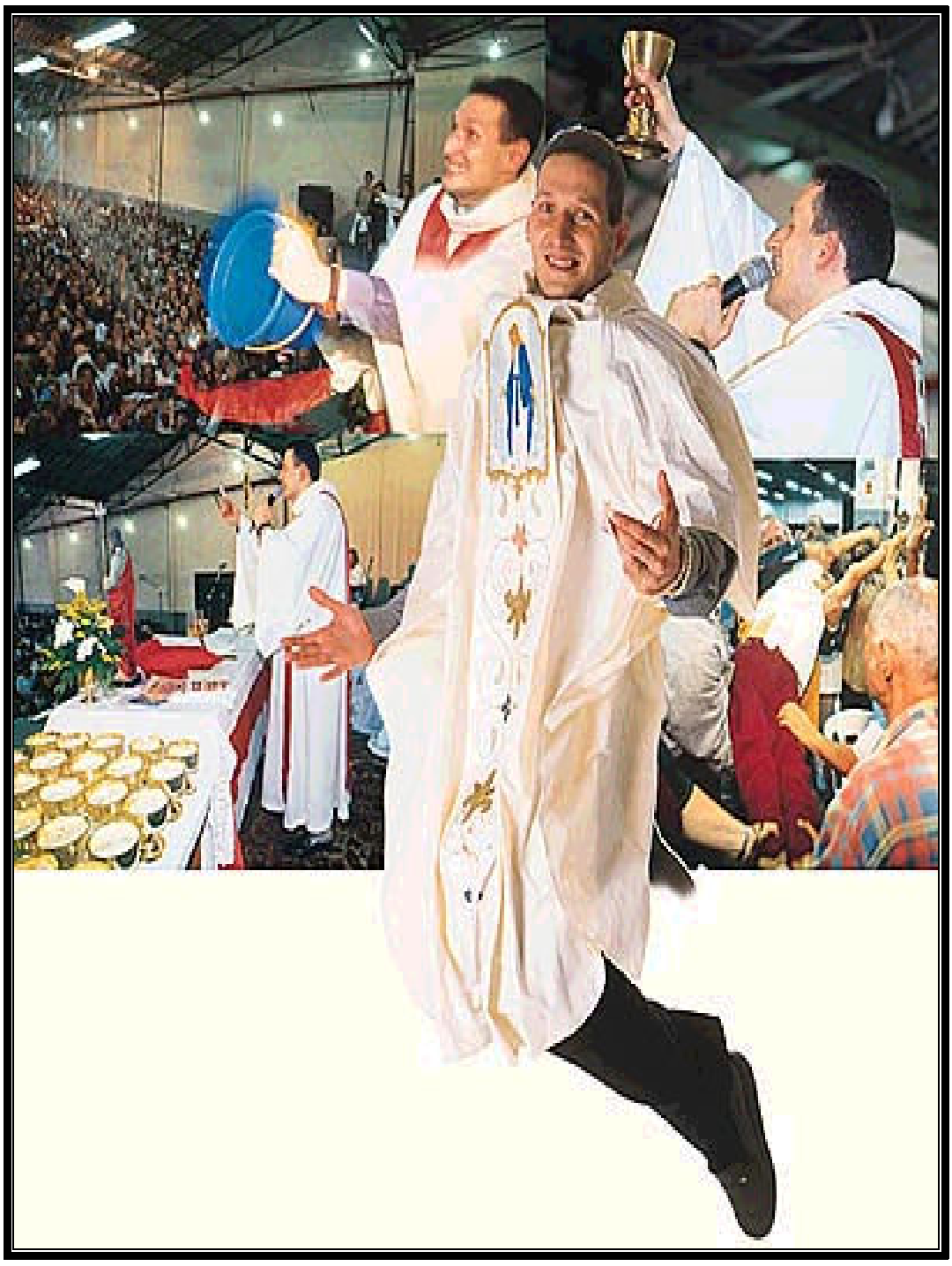
Outras religiões no Brasil – 2000

Igrejas	População
Mediúnica Espírita	2.262.378
Mediúnica Umbandista	397.421
Mediúnica Candomblecista	118.105
Outras religiões afro-brasileiras	9.485
Neo-Cristã/Testemunha de Jeová	1.104.879
Neo-Cristã/Mórmon	199.641
Neo-Cristã/LBV	12.115
Oriental Budista	214.861
Oriental Messiânica – Seicho No Ie	151.082
Hinduísmo	2.908
Judaica ou Israelita	86.819
Islamismo	27.233
Esotérica	58.433
Espirtualista	25.892
Indígena	17.092
Total	4.688.354

(apud. JACOB, 2003: 103)

Álbum de Fotos

Padre Marcelo no Terço Bizantino
1998



(JUNQUEIRA, Eduardo. Uma estrela no altar. *Veja*, 04/11/1998)

Pe. Marcelo Rossi na Rede Vida

Veja, 04.11.1998.

Capa da *Istoé*, 29/10/2001

Padre Marcelo na mídia

A incansável peregrinação do padre Marcelo por programas de auditório (em sentido horário): Xuxa, Angélica, Hebe Camargo, Leonardo e Faustão.

Roberto Valverde

Marcia Marba

Reprodução de TV

Ricardo Benichio

Cida Souza

(KLINTOWITZ, Jaime. A missa do padre show. *Veja*, 10/11/1999).

Revista *O Terço Bizantino*

Revista Terço Bizantino - Ano I Nº 1

Revista Terço Bizantino - Ano I Nº 3

Revista Terço Bizantino – abril 2001

Revista Terço Bizantino - Ano I Nº 4

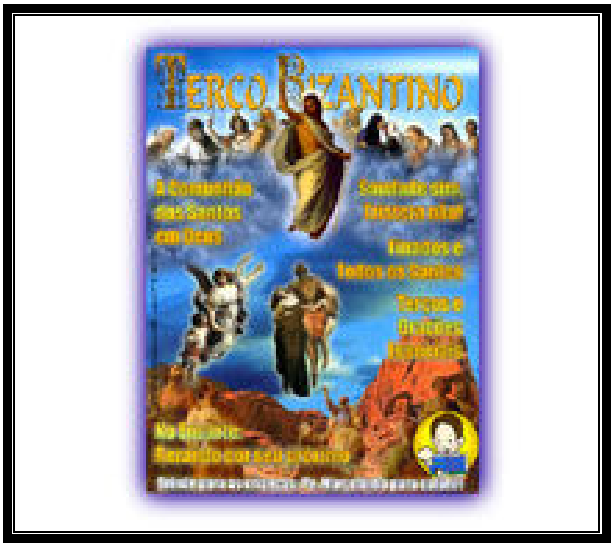
Revista Terço Bizantino - Ano I Nº 2

Revista Terço Bizantino - Ano I Nº 5

Revista Terço Bizantino - Ano I Nº 6

Revista Terço Bizantino - Ano I Nº 9

Revista Terço Bizantino - Ano I Nº 7



Revista Terço Bizantino - Ano I Nº 8

Livro *Sou Feliz por ser Católico*

Foto Megaportal TERRA

“Noite de autógrafos”

(14/06/2000)

Foto: MegaPortal TERRA

As duplas Sandy & Júnior e Chitãozinho & Xororó juntos com o Padre Marcelo, em Interlagos-SP (02/11/2000).

Foto: MegaPortal TERRA