EDUARDO DE CAMPOS LIMA

FORMAÇÃO DA REDE VIDA DE TELEVISÃO: entre a política brasileira de concessões televisivas e as diretrizes católicas de comunicação social, 1989-1995

ASSIS

2010

EDUARDO DE CAMPOS LIMA

FORMAÇÃO DA REDE VIDA DE TELEVISÃO: entre a política brasileira de concessões televisivas e as diretrizes católicas de comunicação social, 1989-1995

.

Dissertação apresentada à Faculdade de Ciências e Letras de Assis – UNESP – Universidade Estadual Paulista para a obtenção do título de Mestre em História. (área de conhecimento: História e Sociedade)

Orientador: Prof. Áureo Busetto

ASSIS

2010

Lima, Eduardo de Campos

Formação da Rede Vida de Televisão : entre a política brasileira de concessões televisivas e as diretrizes católicas de comunicação social, 1989-1995 / Eduardo de Campos Lima. - Assis : [s.n.], 2010.

170 f. : il. ; 30 cm.

Orientador: Áureo Busetto

Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências, Filosofia e Letras.

1. Comunicação de massa – Aspectos religiosos – Igreja católica. 2. Televisão - História. 3. Televisão – Aspectos políticos – Brasil. I. Busetto, Áureo. II. Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências, Filosofia e Letras. III. Título.

CDD – 302.2

Ficha catalográfica elaborada por Diva de Oliveira Campos - CRB-1902

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho exclusivamente à minha mãe Diva de Oliveira Campos, pelo companheirismo, pela ajuda intelectual e pelo apoio incondicional, não medindo esforços para que eu pudesse chegar até aqui, contribuindo para minha formação humana, tentando fazer de mim cada dia uma pessoa melhor.

AGRADECIMENTOS

À minha irmã Juliana pelas palavras de incentivo e otimismo;

Ao meu amigo e parceiro desde a época da graduação, Eduardo Amando de Barros Filho, pela amizade e companheirismo;

Aos amigos da "República Lurde" por me aturarem durante anos sob o mesmo teto e por terem aberto meus olhos para o abandono do meio futebolístico;

À Larissa Holtz, por ajudar no meu autoconhecimento;

Ao Luiz Basílio Gil Cruz, pela ajuda logística na cidade de Barretos;

À FAPESP pelo apoio financeiro, sem o qual este trabalho jamais teria sido concluído;

Agradeço em especial ao professor Áureo Busetto, por acreditar no meu potencial e dedicar seu tempo à minha formação. Minha admiração vai além do campo acadêmico e será um exemplo para toda a minha vida.

O sentimento mais importante do ser humano é o amor. Mas eu defino como o mais positivo a esperança

Janete Clair

LIMA, Eduardo de Campos. *Formação da Rede Vida de Televisão*: entre a política brasileira de concessões televisivas e as diretrizes católicas de comunicação social, 1989-1995. 2010. 170 f. Dissertação (Mestrado em História)-Faculdade de Ciências e Letras de Assis, Universidade Estadual Paulista, Assis, 2010.

RESUMO

A proposta deste estudo é historiar e analisar as possibilidades de criação da primeira emissora de televisão de inspiração católica no Brasil, a Rede Vida de Televisão. Assim foram identificadas e analisadas as diretrizes comunicacionais católicas e o debate em torno da questão a partir de documentos oficiais da Igreja, de pensadores, leigos e eclesiásticos ligados a ela, entre 1989 a 1995. Procurou-se posicionar o debate católico ante os meios de comunicação social e, sobretudo, focar os olhares para o meio televisivo, identificando de que forma os pensadores e intelectuais católicos expressavam-se e debatiam sobre o tema Igreja e Mídia. A pesquisa mostra que, ao contrário do que é divulgado pela literatura especializada, a Rede Vida só foi possível ser formada pela ação de alguns poucos agentes que atuavam na interseção de dinâmicas próprias do âmbito político, do religioso e comunicacional, compreendidas durante o período de transição democrática brasileira. Buscou-se identificar os debates oriundos dos círculos católicos acerca da comunicação social, da ação política nacional e regional da chamada Nova República e da interface destas no universo de empresários da mídia regional e nacional. Por fim, remonta-se historicamente a programação inicial exibida pela Rede Vida, analisando-a em uma dupla chave: a programação religiosa e a generalista.

Palavras-chave: Comunicação de massa, aspectos religiosos; igreja católica; história da televisão; televisão brasileira, política.

ABSTRACT

The purpose of this study is to chronicle and analyze the possibilities of creating the first television station in Brazil Catholic inspiration, “Rede Vida de Televisão”. So were identified and analyzed the guidelines and communication Catholic debate on the issue from official Church documents, thinkers, lay and clergy attached to it, from 1989 to 1995. It was tried to position the Catholic debate before the media and, above all, focus their eyes to the television medium, identifying how the Catholic thinkers and intellectuals expressed themselves and debating on the subject Church and Media. Research shows that, contrary to what is disclosed in the literature, “Rede Vida de Televisão” was only possible to be formed by the action of a few agents who worked at the intersection of their own dynamics of the political, religious and communication, understood during the Brazilian democratic transition. It was sought to identify the debates coming from Catholic circles about the media, the action of national and regional policy called the New Republic and the interface of these entrepreneurs in the population of the regional and national media. Finally, historically goes back to the original programming aired by Rede Vida, analyzing it in a double switch: the general and religious programming.

Key-words: Mass media, religious aspects; Catholic Church; television history; Brazilian television, politics.

LISTA DE SIGLAS

ABERT	Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão.
AESP	Associação das Emissoras de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo
ABI	Associação Brasileira de Imprensa
ACB	Ação Católica Brasileira
ALAIC	Associação Latino-americana de Pesquisa e da Comunicação
CCS	Conselho de Comunicação Social
CELAM	Conselho Episcopal Latino-americano
CBT	Código Brasileiro de Telecomunicações
CEB	Comunidades Eclesiais de Base
CLAR	Conferência Latino-americana de Religiosos
CNBB	Conferência Nacional dos Bispos do Brasil
CONSUP	Conselho Superior
EMBRATEL	Empresa Brasileira de Telecomunicações
ER	Equipe de Reflexão
FCC	Federal Communications Comission
FENAJ	Federação Nacional dos Jornalistas
FELAP	Federación Latinoamericana de Periodistas
INBRAC	Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã
ILET	Instituto Latinoamericano de Estudios Trasnacionales
INTERCOM	Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação
LID	Lei da Informação Democrática
NOMIC	Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação
OCIC	Organização Católica Internacional de Cinema e Audiovisuais
PROEP	Propaganda e Promoção de Vendas das Edições Paulinas
RCC	Renovação Carismática Católica
SEPAC	Serviço à Pastoral da Comunicação
SEPAC-EP	Serviço à Pastoral da Comunicação das Edições Paulinas

SBT	Sistema Brasileiro de Televisão
SIGRAF	Sindicato das Indústrias Gráficas de São José do Rio Preto
TVI	Televisão Independente de Portugal
TFP	Tradição, Família e Propriedade
UCBC	União Cristã Brasileira de Comunicação Social
UCIP	União Católica Internacional de Imprensa
UCLAP	União Católica Latino-americana de Imprensa
UDR	União Democrática Ruralista
UNDA-AL	União Católica Latino-americana de Rádio e Televisão
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura
WACC	Associação Mundial para a Comunicação Cristã

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 12

CAPÍTULO 1 - A FÉ ANTENADA: DIRETRIZES E DEBATE SOBRE A COMUNICAÇÃO TELEVISIVA DA IGREJA 27

1.1 A comunicação social na pauta dos católicos 27

1.2 Os católicos e a democratização dos meios de comunicação 53

1.3 O controle remoto católico 71

CAPÍTULO 2 - BUSCANDO SINTONIA: POSSIBILIDADES PARA O SURGIMENTO DE UMA REDE DE TELEVISÃO CATÓLICA 82

2.1 Comunicação local pautada pela política e religião 82

2.2 Concessão do canal 11 de São José do Rio Preto 93

2.3 A formação do INBRAC e a montagem da rede de televisão 106

CAPÍTULO 3 - A FORMAÇÃO DA GRADE DE PROGRAMAÇÃO DA REDE VIDA – ENTRE OS RITOS CATÓLICOS E O ENTRENIMENTO COMERCIAL..... 127

3.1 Diretrizes para implantação da programação da Rede Vida 127

3.2 A programação religiosa 147

3.3 Programação generalista 153

CONSIDERAÇÕES FINAIS 161

FONTES 167

BIBLIOGRAFIA 167

INTRODUÇÃO

Na inauguração da primeira emissora de televisão brasileira, a TV Tupi, canal 3, de São Paulo, em 18 de setembro de 1950, o empresário Assis Chateaubriand asseverava que sem colaboração de quatro empresas anunciantes seria impossível a inauguração da sua televisão, definida por "máquina de fantasias". Quarenta e cinco anos depois, o empresário João Monteiro de Barros Filho, por ocasião da instalação da sua emissora televisão, afirmaria que o projeto de formação da Rede Vida de Televisão só poderia ser concretizado pela intervenção divina, ou, como ele mesmo definiria, operada por um "milagre da normalidade". Em junho de 1995, entrava no ar a primeira rede de televisão de orientação católica, comprometida com ideais cristãos, como bem definia Monteiro de Barros com ajuda de setores da igreja católica e de empresas de comunicação ligados à ela.

Entre a inauguração da TV Tupi e a da Rede Vida de Televisão, a televisão brasileira sofreu, por parte de agentes sociais diversos, inúmeras tentativas de influir indiretamente na sua condução, geralmente com vistas a divulgar representações sociais específicas em todos os domínios sociais do país. No campo político, a televisão foi pensada, e às vezes utilizada diretamente, como um instrumento de divulgação ideológica e parte estratégica para a manutenção de interesses de segmentos políticos, sobremaneira a partir do regime militar. No campo econômico, o meio televisivo impulsionou o setor comercial por meio da publicidade, possibilitado pela linguagem audiovisual e seus efeitos lúdicos sobre o consumidor, além da condução empresarial do meio ter resultado em verdadeiros oligopólios no setor da comunicação social. Para alguns poucos representantes de diferentes segmentos sociais, a televisão fora vista como uma forma de democratizar a informação, divulgar amplamente o conhecimento e de se entreter com qualidade, embora não deixassem de perceber o quão difícil é a consolidação de suas perspectivas com a TV, notadamente pela dificuldade da democratização do campo da comunicação social brasileiro. No campo religioso, foi, a partir da promulgação da Constituição de 1988, que dirigentes e grupos religiosos passaram definitivamente a usufruir das emissões televisivas. É nesse cenário que surgirá a primeira rede de televisão de inspiração católica: a Rede Vida de Televisão.

Esta dissertação é pautada pelo objetivo central de analisar historicamente as possibilidades de criação da primeira emissora de televisão católica no Brasil, a Rede Vida de Televisão. Assim, seu intento é subsidiar com dados e análises históricas a hipótese de que, apesar do poder de influência da Igreja na sociedade brasileira e da acentuação das diretrizes

católicas sobre a necessidade do uso da comunicação eletrônica, a primeira emissora brasileira de TV de orientação católica somente pôde ser viabilizada com base em um conjunto de ações encetadas na interseção do setor empresarial da comunicação social, do campo político e de círculos religiosos católicos.

Para o desenvolvimento de nossa pesquisa que resultou na presente dissertação, utilizamos as orientações teóricas oferecidas pelos historiadores Asa Briggs, Peter Burke e Jean-Noël Jeanneney para a realização de pesquisas históricas sobre a mídia. Briggs e Burke (2004, p. 11) asseveram a necessidade de "trazer a história para o interior dos estudos da mídia, e a mídia para dentro da história", enfatizando, assim, a importância do passado em relação ao presente. Há ainda uma carência de trabalhos que tratem da história social e política da televisão brasileira, embora esta carência pareça se repetir em outros países. A maioria dos trabalhos relativos à televisão é oriunda das ciências da comunicação e de uma parcela de pesquisas das ciências sociais. Esse dado permite ver que há um grande espaço à produção historiográfica ocupada em identificar e analisar o processo de formação da TV, os caminhos do desenvolvimento do meio e suas conseqüências para a vida social contemporânea, tanto no Brasil como em outros países ocidentais. Tal afirmativa é possível em razão dos estudos sobre a TV serem marcados pela falta de pesquisas que cuidem das diferentes temporalidades da sua trajetória e sobremodo da sua historicização das relações sociais que a constituem, procedimentos com os quais o historiador deve pautar sua pesquisa. Tal empreendimento exige do pesquisador da mídia ter claro que o entendimento dos novos padrões e da evolução dos meios de comunicação social depende de uma análise interdisciplinar, a qual leve em conta os debates e as descobertas em torno das mídias e a forma em que elas assumem hoje em dia. Assim, a mídia, segundo Briggs e Burke "precisa ser vista como um sistema, um sistema em contínua mudança, no qual elementos diversos desempenham papéis de maior ou menor destaque". Enfim, cabe realizar uma análise da mídia sob a ótica de "uma história social e cultural que incluí política, economia e - também - tecnologia", porém longe de prender-se a qualquer "determinismo tecnológico baseado em simplificações enganosas", segundo Briggs e Burke (2004, p.17).

O referencial teórico proposto por Jeanneney (1996) nos indica para buscar uma história dos meios de comunicação social, destacando o papel desses frente ao Estado e a suas utilidades públicas. Também, historicizar os processos que levaram os meios de comunicação a garantirem certa autonomia sobre os regimes e situações em que se desenvolveram, assim, destacando o papel público dos meios de comunicação e possibilidades e obstáculos à sua

democratização. Ao mencionar as interpretações do meio intelectual acerca da mídia, pautadas por “interrogações angustiadas relativamente á influência, supostamente detestável, dos meios de comunicação audiovisual sobre o funcionamento das democracias nas sociedades modernas”, portanto, “aos olhos dos mais pessimistas, tratar-se-ia de uma ruptura radical e profundamente nefasta com tudo o que aconteceu anteriormente”, Jeanneney acentua de maneira precisa a importância e o papel que os estudos históricos ocupados com a mídia podem desempenhar no debate do tema mídia e democracia.

Para a análise da dinâmica da programação da Rede Vida utilizou-se referenciais teóricos de Dominique Wolton que em seu livro *Elogio do grande publico* (1990), ressalta que, enquanto a TV geralista - a que produz uma programação com base na lógica comercial - é o único modelo que pode reunir, ao mesmo tempo, uma maior gama de informações e permite, assim, uma possível liberdade de escolha, portanto sendo esse o seu caráter democrático. Já a televisão temática proporciona uma nova relação que extrapola as formas de organização da TV geralista, porém ela esgarça as relações entre indivíduo e coletividade. A TV segmentada seria a valorização de ideais liberais e individuais, pois ao escolher determinado tema para se assistir, alem da identificação e de livre arbítrio, mostraria a não passividade do telespectador frente a programações impostas pelas redes de televisão. Por fim, buscamos remontar históricamente a programação inicial exibida pela Rede Vida, analisando-a em uma dupla chave: a programação religiosa e a generalista - sendo esta última bastante original, posto que não tratada pela literatura ocupada com estudo sobre a rede católica.

O eixo central da dissertação é a formação da Rede Vida, o qual se procurou observar e entender com base na confluência de práticas e representações – próprias do mundo católico comunicacional e político - que possibilitaram a criação da Rede Vida. Tal processo foi compreendido observando, a partir das fontes selecionadas, quais as ações e representações eram vigentes em cada um dos universos supracitados com relação à comunicação social e à TV especificamente, o que permitiu identificar e posicionar cada um dos agentes no setor social referente e no debate sobre televisão, de modo geral, e televisão confessional/católica, em particular. Este caminho permitiu mensurar a contribuição das ações e representações de cada agente – individual ou coletivo - envolvido nas relações que possibilitaram a formação da Rede Vida.

Assim foram identificadas as diretrizes comunicacionais católicas e o debate em torno da questão a partir de documentos oficiais da Igreja e de pensadores ligados a ela, leigos e

eclesiásticos, entre 1989 a 1995. Período político marcado pelo governo de transição de José Sarney - e a sua distribuição de concessões de radiodifusão como "moeda de troca política" para a ampliação do mandato do presidente -, acentuação do debate pela democratização do campo da comunicação social – em grande medida através de trabalhos da Assembléia Constituinte -, avanço das igrejas e redes de comunicação evangélicas, retorno da eleição direta para a presidência da República. Não por acaso, a Campanha da Fraternidade promovida pela CNBB, em 1989, fora pautada pelo tema os meios de comunicação e a evangelização. Ademais, o pontificado de João Paulo II que, embora procurasse incentivar mais intensamente o uso dos meios de comunicação social como arma para potencializar a evangelização católica, não economizava esforços para suprimir ações progressistas de várias ordens religiosas e de intelectuais católicos. Nesse período também se vê o avanço da mídia evangélica e o aparecimento de novos agentes sociais no campo comunicacional religioso.

Com esta finalidade, procurou-se direcionar a pesquisa com as seguintes metas: levantamento de dados sobre o debate católico ante os meios de comunicação social e, sobretudo, focar os olhares para o meio televisivo; identificar de que forma os pensadores e intelectuais católicos expressavam-se e debatiam sobre o tema Igreja e Mídia, principalmente nas revistas católicas selecionadas no projeto e nos meios de comunicação de abrangência nacional; entender as relações políticas de João Monteiro de Barros Filho para compreender o processo de aquisição da concessão pública de televisão no interior paulista; entender a situação do grupo empresarial de Monteiro de Barros para viabilizar economicamente a instalação e montagem da emissora; identificar os grupos que participaram do processo da concessão, uma vez que os grupos participantes de São José do Rio Preto possuíam capacidade técnica e financeira para implementar uma televisão no canal 11 e, no entanto, não foram contemplados; identificar as relações que possibilitaram a criação do INBRAC, entidade mantenedora da grade da Rede Vida; encontrar na programação inicial da Rede Vida elementos que possam ajudar na compreensão do projeto político e religioso de seus dirigentes; entender, a partir da bibliografia, o processo de redemocratização nacional e os reflexos no campo comunicacional; observar o posicionamento dos intelectuais católicos ante o processo de reabertura política; observar o posicionamento da Rede Vida no campo comunicacional católico.

Ao entrar em contato com as fontes jornalísticas e com base na bibliografia, entendeu-se que retroagir alguns anos antes de 1989 se fazia necessário. O debate católico sobre os meios

de comunicação e as práticas dos agentes do campo comunicacional católico só poderiam ser entendidos a partir de meados dos anos 80, pois o momento político mundial se refletia nos assuntos político-teológicos. As raízes marxistas de pensadores ligados à Teologia da Libertação e as tentativas de silenciamento desses agentes pela linha conservadora de Roma são evidentes nesse período. O recuo também se justifica pelo debate acalorado dos católicos acerca dos posicionamentos que deveriam ser adotados pelos fiéis em relação ao processo democrático brasileiro e, sobretudo na confecção da nova Carta. Já se identificavam desde 1986 referências entre os católicos sobre o Processo Constitucional. As políticas de democratização dos meios de comunicação social estavam entre as pautas de reivindicações que se proporia nas comissões junto ao Congresso Nacional. Da mesma forma, foi necessário avançar a análise da ação da Rede Vida alguns anos após 1995, pois puderam ser melhor percebidos em termos da consolidação de suas diretrizes de programação.

Houve a necessidade de apresentar grade da Rede Vida para entender a dinâmica da disposição dos programas e como o projeto televisivo do Grupo Monteiro de Barros se mostraria. Para esse intuito, escolheu-se reconstruir a grade de programação de três períodos distintos, que funcionariam como uma fotografia pontual, mas que pode nos iluminar sobre várias questões, como a permanência de programas, mudanças de horário, prioridade de exibição ou mesmo entrada e saída de parceiros. Os fontes utilizadas para tal reconstrução são espelhos[1] da programação e as divulgações da programação de jornais. Na pesquisa, notou-se uma enorme desorganização dos arquivos da empresa, na maioria das vezes com falta de documentos, o que vem atestar a tese de Jeanneney (1996) que salienta sobre a dificuldade de trabalhar com material sobre o audiovisual, pois trata-se do desequilíbrio da documentação, uma vez que, de um lado, o pesquisador poderá encontrar imensa quantidade de papel impresso e conservado, e, por outro, a pobreza freqüente dos arquivos de empresas que permitem descrever a instituição de um jornal, emissora de rádio ou de televisão. Muitos programas relacionados na grade não puderam ser identificados, pois não há, dados audiovisuais nem documentos que possam nos esclarecer o conteúdo de tais programas. Também há algumas lacunas.

A bibliografia para entender o setor comunicacional católico do período estudado, conforme já mencionado anteriormente, utilizada com vistas a entender ações e propostas dos

[1] Espelho na linguagem jornalística corresponde à previsão da programação do dia, contendo o nome do programa e o horário de exibição.

agentes religiosos envolvidos com o debate sobre a comunicação social da Igreja, notadamente com o que diz respeito ao uso da TV, e que possibilitaram a formação da Rede Vida. Sempre posicionando-a no debate das questões católicas sobre o mundo da comunicação social.

Com a leitura da bibliografia relacionada à atuação católica na mídia percebeu-se, inicialmente, que o limite entre fonte e bibliografia é muito tênue, pois suas obras circularam e repercutiram em todos os veículos católicos, com produções que subsidiavam os organismos católicos para o entendimento do tema. Dentre os principais intelectuais, e que influenciou um grande número de autores, destaca-se José Marques de Melo, intelectual acadêmico e ligado a organismos de comunicação cristãos, com publicações que tratam de questões que interessam a este projeto, como *Comunicação teoria e política* (1985) e *Da ágora ao ciberespaço (Ou) A esfinge imutável: relações entre mídia e política na pesquisa comunicacional* (1989), além de textos ocupados com a relação entre os meios de comunicação e a Igreja, com destaque para o texto *Igreja e comunicação* (1985), que faz uma análise da recusa da Igreja católica em se moldar às novas tecnologias da comunicação, no período anterior ao Concilio Vaticano II. "Deslumbramento ingênuo" é como Marques de Melo identifica a descoberta das novas formas de se comunicar pelos líderes eclesiais. Essas obras nos fazem atentar para o olhar crítico em relação aos meios, um tema primordial nos trabalhos da intelectualidade católica que seriam desenvolvidos nos anos seguintes, inclusive contidos em textos-base de encontros católicos. Ademais, o trabalho de Marques de Melo também é importante para o entendimento deste objeto de estudo, uma vez que o autor possui ligações com setores da Igreja e foi um dos intelectuais que ajudou na criação da UCBC (União Cristã Brasileira de Comunicação Social), o mais importante órgão de divulgação científica de intelectuais católicos, sendo inclusive o seu presidente no biênio 1974/1975. O autor é também participante ativo da INTERCOM, mais especificamente da *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação,* periódico editado semestralmente pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação e ocupada com a atualização do debate acadêmico sobre os meios de comunicação. É da INTERCOM também a organização do livro *Comunicação, democracia e cultura* (1989), que reunia intelectuais ligados à igreja, academia e empresas de comunicação, debatendo a democratização dos meios num período de abertura política.

Outro intelectual que influenciou muito o campo comunicacional católico foi Ismar Soares, que havia sido aluno de Marques de Melo, e integrante da UCBC e professor da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Dentre suas principais obras,

destaca-se *Comunicação, Igreja e Estado na América Latina*, cuja organização ele divide com Joana Puntel; obra essa que trouxe contribuições de congressos da UCBC, principalmente do XIII, e que contou com inúmeros pensadores católicos que discutiam os rumos da comunicação cristã. Os artigos discutiam ainda o pensamento comunicacional católico, passando pelo papel social do comunicador. Com textos sucintos, os autores alertavam para que os católicos despertassem para os meios de comunicação; D. Aloisio Lorsheider atentava para a utilização dos meios para acabar com a massificação que eles mesmos traziam. Nesse texto ainda contava com a participação de Marques de Melo que discutia sobre a mudança que deveria haver para que a mídia não continuasse com o monólogo nas transmissões de conteúdo. Em geral, esses intelectuais estavam bem conectados aos preceitos da Teologia da Libertação e à ala progressista católica.

Outro trabalho de fôlego de Soares é *Do santo oficio à libertação* (1988), sua tese de doutorado pela ECA/USP, na qual ele analisa os discursos e práticas da Igreja no campo da comunicação, com ênfase para os anos 60, 70 e 80. Nesse texto, o autor refaz a trajetória dos encontros e debates de organismos católicos ocupados com o tema comunicação, identificando a dificuldade da igreja católica brasileira em aceitar os preceitos de uma comunicação libertadora, uma das culpas do clero moralista e conservador que dominava o cenário católico nesses anos. Soares identifica ainda os preceitos da Teologia da Libertação como sendo o principal motor da comunicação católica brasileira nos anos 80 e os textos produzidos nesse período foram, substancialmente, de agentes ligados a essa tendência.

Já em 1989, com a realização da Campanha da Fraternidade que debateria o tema Comunicação, Soares elaborou um texto para dar subsídios aos organismos católicos a fim de melhor tratar o assunto. Esse texto, intitulado *Como organizar a pastoral da comunicação*, aglomerava também pensadores ligados à UCBC e trazia informações importantes para o leigo trabalhar melhor sobre as questões do texto base da campanha. O propósito desse trabalho era fortalecer as pastorais, pois é para esses órgãos que se alocavam grande parte dos membros ligados à esquerda católica, principalmente nos anos 80, além de fornecer estrutura para que elas produzissem materiais audiovisuais. Nos trabalhos dos intelectuais católicos dos anos 70 e 80, nota-se uma aproximação com os trabalhos de pensadores da área da educação. As reflexões sobre educação libertadora de Paulo Freire eram constantemente utilizadas para exemplificar a atuação dos membros das pastorais no ensino do uso crítico sobre as informações passadas pela mídia.

Dentro da linha de gerar subsídios para os católicos são destacados dois trabalhos. O primeiro, produzido pela Arquidiocese de São Paulo e de autoria de Monsenhor Arnaldo Beltrami, *Como falar com os meios de comunicação da Igreja* (1996), foi elaborado para servir como um manual de rápida consulta do fiel para enfrentar os desafios do mundo midiático. Beltrami sempre esteve ligado aos órgãos de imprensa da Diocese de São Paulo e traz nesse trabalho importante contribuição com dados sobre a circulação de periódicos, livros e materiais audiovisuais no meio católico. O segundo livro, chamado *Família e televisão* (1994), pertence ao padre Augusto Pereira. O livro apresenta-se com perguntas feitas por um suposto leitor e Augusto vai respondendo a elas. Os temas tratados se apresentam desde a violência na TV até à pornografia, mas o autor sempre faz uma crítica à sociedade e defende o uso criterioso dos meios. Este trabalho é de grande relevância, pois através dele foram identificadas algumas das dúvidas que os católicos possuíam sobre os meios. Augusto dedica algumas linhas para expor a importância de uma Rede Católica de Televisão e afirma que seria possível a Rede Vida contribuir para isso. Os dois trabalhos estão também entre aqueles que permeiam o limite entre bibliografia e fonte.

Importante também para o entendimento das relações históricas entre igreja e as mídias é o trabalho de Joana Puntel, membro da Congregação das Irmãs Paulinas e doutora pela Universidade Simon Frase do Canadá. Dois de seus trabalhos são tidos como referência para o entendimento das formas da Igreja se comunicar e da evolução do pensamento comunicacional católico no Brasil e no mundo, são eles: *A igreja e a democratização da comunicação* (1994) e *Cultura midiática e igreja* (2005). Nessas obras, Puntel apresenta e discute as políticas eclesiais, sistematizando o conhecimento dos intelectuais que refletiram criticamente sobre questões da Igreja frente aos novos desafios tecnológicos da comunicação, como a televisão, por exemplo. Ela faz uma retrospectiva da atuação católica e destaca a criação de uma cultura católica relativa aos meios. Também faz uma nova definição de como a Igreja portou-se diante dos avanços tecnológicos e de como traduzir a mensagem evangelizadora em um mundo com uma nova cultura, que vai desde velhas formas de comunicação até dialogar no ciberespaço. Outra obra oriunda do meio eclesial é de autoria conjunta de Marcelo Trindade Pitta e Sílvia Regina Fernandes, intitulada *Meios de comunicação e religião* (2002). Os autores apresentam e discutem de que forma a evangelização das igrejas, através dos meios de comunicação, tem sido utilizada nos últimos anos e seus desdobramentos na vida religiosa, além de trazer dados sobre a audiência dos programas religiosos. Eles explicam ainda que os números da audiência dos não-católicos

ante os programas religiosos são superiores aos dos católicos, que têm preferência por programas de rádio. Constatam também que a audiência católica de modo geral, quando assiste aos canais católicos, faz isso para assistir a missas e terços.

Além desses, há também o artigo "Pronunciamentos eclesiais sobre a comunicação social", publicado no livro *Comunicação: missão e desafio: manual de pastoral de comunicação social* (CONSELHO EPISCOPAL LATINO-AMERICANO, 1988, p. 117), que discute os documentos eclesiais, como os conciliares e episcopais ocupados com as posições católicas em relação aos meios de comunicação social. Esse texto traz a voz oficial da igreja sobre o seu processo de tomada dos meios. O documento traz análises das críticas sofridas pela ala progressista católica, cujos integrantes seriam responsáveis pelo atraso da igreja em conseguir melhores resultados na evangelização pelos meios, e os efeitos altamente negativos que a disputa ocasionou.

É preciso ainda destacar a publicação *Comunicações: ética e cidadania***,** organizada por José Oscar Beozzo (2005), que integra a Coleção Teologia Popular do Centro Ecumênico de Serviços à Evangelização Popular e tem transcrito os trabalhos apresentados no XIX Curso de Verão, realizado por aquele organismo católico no ano anterior ao da publicação do livro. A publicação traz artigos em que são discutidos temas relacionados ao impacto das novas tecnologias sobre as igrejas, dentre os quais se destaca o de autoria de Magali do Nascimento Cunha que, intitulado *As igrejas e o uso do rádio e da televisão* (2004*)*, procura entender o desenvolvimento desses meios e a explosão dos movimentos pentecostais na mídia brasileira. Nesse artigo, a autora trabalha com o conceito de cultura gospel e as táticas das mídias evangélicas para arrebatar os fiéis. Interessam-nos os dados oferecidos por Cunha no que se refere à expansão das retransmissoras da Rede Vida, em um prazo recorde se comparados aos de outras emissoras comerciais brasileiras. Vale destacar o trabalho organizado por Regina Festa e Carlos Eduardo Lins da Silva, *Comunicação popular e alternativa no Brasil* (1986), que traz experiências no campo midiático pelos organismos populares ligados a igreja, como a produção independente de audiovisual, feita por grupos ligados ao sindicalismo; não deixa de ser um material panfletário da esquerda católica.

Sobre a história da UCBC há ainda a tese de doutorado, defendida na ECA-USP, por Pedro Gilberto Gomes (membro e ex-presidente do órgão). Em sua tese, intitulada *A comunicação cristã em tempo de repressão* (1995), Gomes trata da formação da UCBC, sua organização, seu engajamento político no regime militar e sua legitimação como uma entidade

católica que produziria subsídios para pensar a comunicação. Remonta a caminhada da UCBC através dos documentos e de depoimentos de antigos colaboradores. Destaca ainda a participação da mesma em movimentos populares ligados a ala progressista católica. Para encontrarmos todos os documentos oficiais da Igreja católica que falam sobre os meios de comunicação, sejam pronunciamentos papais, textos contidos nas encíclicas ou documentos oriundos da CNBB, foi de substancial importância a organização dos mesmos em um único volume por Noemi Dariva, no texto *Comunicação social na Igreja: documentos fundamentais* (2003), o que facilitou o acesso a fontes antes não encontradas fora dos organismos oficiais da igreja. A organização dos documentos segue uma ordem primeiramente hierárquica, com documentos oriundos da Santa Sé e da CNBB, e cronológica de 1962 até 2003.

Ralph Della Cava e Paula Monteiro elaboraram uma extensa pesquisa sobre a trajetória dos católicos em busca da inserção no meio comunicacional, cujo resultado foi publicado no livro *E o verbo se fez imagem: igreja católica e os meios de comunicação no Brasil 1962-1989* (1991). O livro desses autores traz informações sobre relações entre católicos que possibilitaram experiências práticas nessa área. Partindo da alegoria "guerra nas estrelas", os autores buscam entender a reação católica frente aos avanços tecnológicos. O projeto *Lumen 2000*, idealizado para integrar uma rede internacional são objetos de estudo do texto. A obra traz também informações sobre a realização de uma possível rede católica e os desafios encontrados nesse caminho, analisando alguns documentos oficiais e trazendo uma gama de pesquisa sobre jornais e revistas católicas, importantes para a divulgação do material evangelizador dos anos 60, 70 e 80. Trata-se de um trabalho significativo para os estudos da relação Igreja e mídia, pois remonta e analisa, de maneira relacional, algumas posições tomadas por membros da Igreja, notadamente dos católicos participantes de entidades ligados à Teologia da Libertação.

Quanto às relações entre religião e política no Brasil podem ser destacados os trabalhos dos brasilianistas Thomas Bruneau e Scott Mainwaring. Bruneau foi um dos primeiros estudiosos que analisaram o campo religioso brasileiro a partir de um referencial histórico político. Em seu livro *Catolicismo brasileiro em época de transição* (1974), o autor trata da ligação entre a Igreja e o Estado em diversas épocas da história do Brasil. Definido pelo autor como "um estudo político de uma instituição religiosa", Bruneau (1974, p. 5) divide seu trabalho em quatro períodos: o primeiro trata dos primeiros contatos e diretrizes católicas ao novo mundo, especialmente no Brasil colonial; o segundo trata da Igreja e o mundo moderno, com destaque para a fundação da CNBB e uma nova forma de atuação no

campo político; na terceira parte, entende-se o comportamento político das autoridades eclesiais frente ao golpe do regime autoritário de 1964; e, a quarta e última parte traz as novas formas de atuação e os conflitos que a Igreja enfrentaria no período para a transição democrática. Bruneau (1974, p. 416) conclui que a Igreja vem perdendo fiéis ao longo do tempo e suas formas de atuação exigiram que integrantes leigos tomassem uma parte importante dentro do cenário político institucional: "à medida que a instituição diminui de tamanho e perde seus velhos compromissos, modificando a sua imagem, o leigo passará a fazer parte ativa da Igreja". Bruneu mostra, através de uma análise histórica, a "desintegração institucional" da Igreja até meados dos anos 80. Isto é notado na luta política entre integrantes do clero pela tomada de decisões sobre a política nacional. A disputa conservadores/progressistas ganha volume, recebendo influências tanto de integrantes da intelectualidade acadêmica até interferências diretas de Roma. A atualização do debate iniciado por Bruneau é feita por Scott Mainwaring em seu livro *A Igreja católica e política no Brasil* (1979). Mainwaring traça um panorama sobre os vários movimentos e divergências dentro da Igreja brasileira, história, trajetória e ação dos principais círculos católicos brasileiros e destaca as contradições em relação à outras realidades no mundo. Cabe aqui mencionar que a compreensão das políticas eclesiais e dos movimentos populares católicos é de vital importância para o trabalho, permitindo visualizar de maneira mais aprofundada o papel político da Igreja na história política do Brasil contemporâneo.

Devem ser ressaltados, ainda, os artigos que tratam da utilização dos meios de comunicação social pelas igrejas evangélicas. *Evangélicos, petencostais e carismáticos na mídia radiofônica e televisiva* (2004), de autoria de Leonildo Silveira Campos. O autor trata do desenvolvimento da mídia religiosa e das estratégias de usos pelos evangélicos a partir das práticas dos seus pares norte-americanos. Discute o marketing e novas formas de angariar fiéis. "Podemos perceber que fenômenos religiosos trazem em seu bojo uma nova forma de se relacionar religião e comércio e de recomposição de crenças em um contexto marcado pela predominância da mídia na reorganização dos valores em uma sociedade em transformação" O texto informa ainda sobre as práticas mais comuns do marketing ligado à religião. Para combater o discurso evangélico nos meios, os católicos buscaram apoio nos conhecimentos da área de vendas e marketing. *O marketing aplicado à Igreja católica* (1996), de Antonio Kater Filho, especialista em marketing católico e ligado à Rede Vida no início de suas transmissões, o autor de maneira objetiva apresenta métodos, oriundos da área da publicidade, para a Igreja católica motive os seus fiéis e evite a evasão deles para outras igrejas ou "seitas".

Obra básica para entender o fenômeno dos televangelistas norte-americanos e como essa experiência foi transportada para o Brasil, é o livro de Hugo Assman intitulado *A igreja eletrônica e seu impacto na América Latina* (1986). O trabalho de Assman permite entender as aproximações e distanciamentos no processo de linguagem audiovisual, com a programação voltada a um líder religioso de carisma. Parece que, por enquanto, tal expediente não foi aplicado na Rede Vida, porém, como a programação estava diluída por programas independentes, é possível afirmar que alguns deles se inspiraram na experiência norte-americana.

A programação da Rede Vida foi alvo de trabalho de Luis Henrique Marques, em *Rede Vida de Televisão: análise da prática comunicacional da Igreja católica a partir de um referencial* (1999), que não vê na programação televisiva da Rede Vida nenhum elemento audiovisual novo, mas sim uma adaptação das formas de comunicação radiofônica. Outro trabalho que traz informações sobre a proposta da Rede Vida expressa em sua programação é de autoria de Cecilia Loreto Mariz, *A "Rede Vida":* o catolicismo na TV (1995). Mariz analisa a programação da televisão e identifica três processos: a tentativa de ser comercial, de concorrer no mesmo mercado das emissoras nacionais, mas atentando ao mesmo tempo para os valores éticos e morais; o segundo processo seria a incumbência da televisão em ser porta-voz da igreja, com apresentação de debates de líderes eclesiais e programas voltados à integração católica, como o caso de jornais voltados a receber noticia das dioceses; e, por fim, a autora identifica o viés evangelizador, que se presta à mudança de hábito dos brasileiros. Mariz ressalta ainda que a programação está marcada fortemente pela linha carismática e voltada, sobretudo, a um público de classe média. O trabalho de Michele Boff da Silva Limeira, intitulado *Comunicação e diálogo na Rede Vida:* Um olhar interacionista sobre o jornalismo nos mostrou como a hierarquia católica foi se rendendo aos meios de comunicação, seja em âmbito nacional e internacional. A autora tratou da grade de programação da Rede Vida, destacando três principais programas: *JCTV*, *Tribuna Independente* e *Este é meu Brasil* Sustenta a tese de que a Rede Vida é a voz oficial da igreja no Brasil.

O material levantado nas revistas *REB*, *Família Cristã* e *Veja* permitiu-nos identificar dois períodos marcantes na dinâmica católica. O primeiro período vai de 1985 até meados dos anos 90. Nele, há a prevalência de artigos produzidos por intelectuais católicos ligados à ala progressista e que, devido ao período de redemocratização, lançavam olhares aos movimentos populares e reivindicavam acesso aos meios, denunciando monopólios e marginalização

provenientes do processo político de concessões, além do processo de estrangulamento dos movimentos ligados à Teologia da Libertação, pelo papa João Paulo II. Num segundo momento, a partir do início dos anos 90, ocorre o crescente avanço evangélico sobre os meios e o processo de globalização, além do crescimento dos grupos carismáticos que reduziram quantitativamente as Comunidades Eclesiais de Base. Nas revistas, o tom agressivo aos meios foi dando espaço a um diálogo menos politizado, e as críticas feitas às empresas foram dando lugar a críticas à programação. A revista *Veja* deu-nos base para entender o processo em âmbito nacional e mostrar os protagonistas católicos na política nacional. Este periódico destacou com longas reportagens a perda de fiéis católicos para os grupos protestantes, principalmente para aqueles que possuíam algum programa televisivo ou radiofônico. A criação da Rede Vida não foi muito explorada pela *REB*, mas sim pela *Família Cristã*. Na *Veja,* ganhou notas e foi divulgada como uma reação católica ao avanço evangélico.

A *Folha de S. Paulo* mostra-nos o debate em torno do sistema de concessões, durante o período da Assembleia Constituinte, e identifica a influência católica nesse processo. Serão usadas as reportagens, principalmente, na discussão que faremos no segundo capítulo do trabalho. O *Diário,* de Barretos, também focalizava o sistema de concessões, mas, como fazia parte do processo para ganhar concessão no interior paulista, selecionava as matérias, pois, além de empresário, João Monteiro fazia parte de um grupo político municipal e que prestigiava em suas páginas os políticos que podiam influenciar nos trabalhos em Brasília. Até 1990, o jornal trazia também a ligação íntima que o proprietário tinha com organismos da Igreja e, em conjunto com o bispo de Barretos, atuava politicamente no meio católico a fim de obter apoio para ganhar a concessão de TV. O jornal só divulgou que participava do processo de concessão do canal 11 de Rio Preto quando já estava consumada sua posse. Isso se deve muito à concorrência política de Barretos com um grupo que possuía deputado federal e também pleiteava concessões. Em 1990, a concessão para Monteiro sofreu contestações no Congresso e, nesse ano, o grupo de Monteiro expunha nas páginas de seu jornal os apoios conquistados para que a concessão fosse viabilizada. Após todos os trâmites e a concessão ganha, o jornal começou trazer toda semana o passo a passo da construção de sua televisão.

Identificamos o *Diário da Região* como um importante grupo comunicacional de São José do Rio Preto, que ganhou a concessão de rádio na cidade vizinha de Mirassol (SP), com indícios de expansão de suas atividades para o meio audiovisual. Segundo o jornal, o canal 11 seria a única chance de a empresa possuir uma televisão em VHF. A partir de 1989, o grupo entra com mais dez empresas na disputa pela concessão do canal 11 de Rio Preto. Invoca-se

nas páginas do jornal a importância para a cidade, que possuía empresas de médio e grande porte, em ter um meio como esse. Porém, percebemos que, diferentemente do caso do jornal de Monteiro, o *Diário da Região*, não conseguiu mobilizar as lideranças políticas da cidade. Rio Preto contava com um deputado federal e o apoio desse parlamentar foi dado ao grupo barretense, assim como o apoio de outro deputado da cidade de Araçatuba, que fazia parte da Comissão avaliadora de concessões. Monteiro, em seu livro de memórias, dizia que não era o grupo mais forte para ganhar a concessão. Temos indícios fortes para dizer que o grupo Diário da Região era o mais cotado, por sua capacidade técnica e econômica. Porém, o sistema de concessão se faz por decisão política.

Esta dissertação foi organizada em três capítulos. No primeiro capítulo é apresentada a dinâmica do debate e ações católicas voltadas para o setor comunicacional, identificando diretrizes tanto da alta hierarquia de Roma quanto as produzidas por entidades de representação católica brasileiras. Mostrar que apesar de a um eixo central, a igreja latino-americana apresentava outras propostas para ampliar a participação da população ante os meios de comunicação social. Entenda-se que esse quadro tinha como pano de fundo uma disputa político-teológica que inviabilizava uma ação concentrada de esforços para que a igreja tivesse participação como proprietária de algum meio massivo de comunicação, bem como destacamos a participação dos católicos no debate acerca da democratização dos meios eletrônicos durante a segunda metade dos anos de 1980, e os posicionamentos de círculos católicos sobre a atuação da televisão brasileira.

No segundo capítulo direcionamos o foco histórico-analítico para as relações de Monteiro de Barros que propiciaram a conquista da concessão televisiva em São José do Rio Preto. A partir do contato com integrantes da hierarquia católica brasileira, possibilitou atrair investimentos e apoios para atuar legitimamente no ambito comunicacional católico. É tratado também as ações do empresário Monteiro de Barros nas relações políticas de âmbito nacional e regional que lhe possibilitaram a conquista da concessão de emissora de TV, assim como a aprovação dela pelo Congresso Nacional. Nesse contexto destacamos a experiência de Monteiro de Barros dentro do setor comunicacional local e regional, ações que foram a base para tornar viável a instalação de uma emissora de televisão que emitiria sinais para todo o território nacional. Ademais, o segundo capítulo contempla a formação propriamente da Rede Vida de Televisão como ação da aliança do empresário barretense e de Dom Antonio Mucciolo, assim como a formação do INBRAC, órgão mantenedor da Rede Vida de Televisão.

No último capítulo é identificada a grade de programação da Rede Vida como a materialização do que foi possível produzir a partir das relações que permitiram a constituição da rede católica. A Rede Vida de Televisão por sua especificidade não pode ser entendida somente a partir da analise somente do campo católico, pois faz parte do meio televisivo comercial. A natureza de sua programação se mostra hibrida em comparação as redes confessionais no mundo como a norte-americana EWTN, por exemplo, e nem comparada a uma Rede Globo.

CAPÍTULO 1 - A FÉ "ANTENADA": DIRETRIZES E DEBATE SOBRE A COMUNICAÇÃO TELEVISIVA DA IGREJA

1.1 A comunicação social na pauta dos católicos

A partir de maio de 1995, o espectro eletromagnético nacional passou a contar com os sinais da primeira emissora de televisão brasileira de orientação católica, a Rede Vida de Televisão. Com essa rede no ar, uma significativa parcela de católicos interessada em acompanhar, via comunicação eletrônica, ritos ou programas ligados à sua religião, não mais precisava esperar por exibições esporádicas de missas dominicais na TV.

As primeiras transmissões televisivas de missa começaram com a TV Continental, canal 9, do Rio de Janeiro, entre 1964 e 1965. Na sequência, até a metade de 1968, elas passaram a ser exibidas pela carioca TV Excelsior, canal 2. Com o fechamento da TV Excelsior, em 1970, as celebrações passaram a contar com transmissões da também carioca TV Globo, canal 4, retransmitidas nacionalmente pelas afiliadas dessa emissora, sob o nome de "Santa Missa em seu Lar". Em 1987, em São Paulo, a TV Cultura, canal 2, passou a transmitir ao vivo a missa dominical realizada no Santuário Nacional de Aparecida. Antes do surgimento da Rede Vida como alternativa de mídia diária e, diante da pouca oferta de programação católica na TV brasileira, os fiéis contavam com certa disponibilidade de programas radiofônicos de cunho religioso, gênero existente desde o início do rádio no país e que sempre contou com considerável audiência por parte das comunidades católicas.

Com sede na cidade paulista de São José do Rio Preto e transmitida em VHF, a Rede Vida, antes mesmo de iniciar definitivamente suas transmissões, já deixava clara a sua diretriz católica. Naquele período, o telespectador que sintonizasse o canal, veria na tela, sob um fundo de coloração azul, o logotipo da emissora - uma estrela de seis pontas**,** estilizada e dourada que, segundo Dom Luciano Mendes de Almeida, representaria a "difusão da boa nova, uma palavra de fé". A exibição do logotipo da rede era intercalada com a de caracteres que anunciavam a grade da programação diária, sempre acompanhados de um contador de horas, exibido no canto superior esquerdo da tela, e ao som de canções do disco "Louvemos ao Senhor", gravado em 1995, pela entidade Associação do Senhor Jesus, a qual é integrada por cantores e grupos musicais católicos. Com o objetivo de familiarizar a audiência com a sua grade, a Rede Vida reprisava incansáveis vezes os horários das missas e dos terços que ela transmitia diariamente, além de divulgar a agenda de outros programas que a emissora

produzia, muitos dos quais relacionados diretamente à fé católica - como, por exemplo, Correspondência, O Santo do Dia, O Pão Nosso de Cada Dia – e outros que serviam para a difusão de representações católicas sobre problemas sociais e políticos, como o telejornal JCTV e os programas Reportagem Que Não Pára e Tribuna Independente.

Contudo, antes deste feito ser possível o debate acerca da efetivação da Igreja Católica no setor comunicacional brasileiro passava por longas e amplas discussões e tentativas de aplicação de diretrizes comunicacionais católicas, quer sob a luz das orientações do Vaticano, quer das formuladas pela hierarquia católica brasileira.

Os debates em torno de como os católicos deveriam se portar diante das novas mídias não eram novos. As relações sócio-históricas entre a igreja e os meios de comunicação social sempre foram permeadas pelo processo de estabelecimento e legitimação dos organismos religiosos ante o poder secular e a sociedade, a fim de proclamar a doutrina católica e difundir seu ideal rumo à universalização de seu discurso de fé. Desde os primeiros impressos postos em circulação pela igreja, por volta de 1487, com o papa Inocêncio VIII, foram esboçadas algumas diretrizes à cristandade em relação ao uso dos meios de comunicação e de seus conteúdos. Até o início do século XIX, o raciocínio da igreja diante das formas modernas de comunicação baseava-se no princípio de que se a sociedade utilizava os meios de comunicação para difundir "o mal", então a igreja também deveria usar esses mesmos recursos para difundir a boa mensagem, de modo a combater o "mal" (SPOLETINI, 1983 p.144). O avanço do cinema e do rádio foi visto por parte de membros da Igreja como uma oportunidade para a instituição arregimentar uma massa de fiéis que começara a se afastar dos templos e dos lugares mais propícios a uma evangelização nos moldes tradicionais.

Com a encíclica *Miranda prorsus*, publicada em 1957 pelo papa Pio XII, estabeleceu-se uma doutrina mais elaborada para a utilização dos meios de comunicação pelos católicos, além de deixar claro para as autoridades eclesiais a necessidade do uso da mídia eletrônica. Entretanto, foi somente a partir do Concílio Vaticano II que a igreja estabeleceu um novo modelo para as suas práticas de comunicação. Entrava em vigência o decreto conciliar *Inter Mirifica*, parte integrante do texto oficial produzido pelo Concílio Vaticano II. O decreto estabeleceu novos rumos à comunicação social católica, reafirmando o processo comunicacional como uma forma legítima de expressar o dogma católico. Pela primeira vez, um documento universal da igreja assegurava a obrigação e o direito do clero de se valer de todos os meios de comunicação social (PUNTEL, 2005, p. 122). O *Inter Mirifica* incentivava

a busca por mais conhecimentos por parte dos comunicadores católicos sobre novas tecnologias, de uma postura correta diante dos meios e de possibilidades para a criação de organismos internos produtores de diretrizes específicas e eficazes para a evangelização midiática. E foi a partir desse ponto que a produção intelectual de várias lideranças católicas, de empresas editoriais católicas e de diversos setores da igreja ligados à comunicação eclesial avolumou-se e ganhou expressividade. O *Inter Mirifica* sofreu várias críticas quanto à possibilidade de pôr em prática suas definições e também quanto ao contexto histórico em que foi redigido, uma vez que ele estaria revestido de uma tradição católica ultrapassada e tímida. Joana Puntel (1994 p. 62) expressa assim seu ponto de vista sobre o documento:

> Apesar de tantas limitações apontadas, deveríamos ressaltar os aspectos positivos do *Inter Mirifica*. Em resumo, esse decreto pode ser considerado um divisor de águas em relação à mídia, e não um fim em si mesmo. Foi a primeira vez que um concílio ecumênico da igreja abordou o assunto comunicação, dando independência ao tema dentro da igreja.

A comunicação no campo católico ganhava subsídios e eram usados pelos agentes nesse campo para rebater argumentos de outros grupos e reforçar posicionamentos políticos teológicos por parte de diversos grupos relacionados à área comunicacional da igreja. Em geral, tais subsídios forneciam bases para que as conferências episcopais aprofundassem os conhecimentos, práticas e atitudes dentro do campo comunicacional, mediante sua realidade e seus interesses sobre o assunto. Entretanto, uma das características do campo comunicacional católico, notadamente em meados dos anos 80, era a dificuldade de colocar em prática os resultados de suas reflexões e de seus debates.

Desde maio de 1967, conforme instituído pelo Concílio Vaticano II, regularmente o Papa publica textos referentes aos meios de comunicação, com variações de temas seguindo preocupações destacadas para o ano. Em geral, a data escolhida recai sobre o dia 5 de maio, o Dia Mundial das Comunicações. João Paulo II foi o líder que mais tratou dos temas relativos aos meios de comunicação para evangelizar, principalmente a partir da segunda metade da década de 1980. Desde essa época, ele já chamava a atenção para o fato das igrejas nacionais tentarem ocupar espaços nos meios e lutar pela posse dos mesmos:

> Os Meios de Comunicação não podem ser meios de dominação por parte dos que têm poder político ou grande poder econômico, que impõem o seu programa e seu modelo. Os Meios de Comunicação devem tornar-se o meio de expressão da sociedade que dele se serve e os mantém. Eles não podem submeter-se ao critério de interesses. (SOARES; PUNTEL, 1985, p. 15).

Dentre as manifestações do pontífice com os meios, destaca-se o documento de 1984, sob o título *As comunicações sociais, instrumento de encontro entre fé e cultura*, através do qual o Papa conclama os fiéis para uma maior interação com os meios, buscando na cultura e na fé, o auxílio para a atuação no *mass media.* O pontífice chamava, ainda, a atenção dos fiéis para a possibilidade de juntar três aspectos da vida social: comunicação, fé e cultura, união que, segundo ele, poderia ser proveitosa para a evangelização. João Paulo II rogava aos operadores dos meios de comunicação e aos receptores para que utilizassem os meios e as mensagens como forma de chegar a Deus. Ele apresentava reflexões acerca da ação do "homem comunicador" e do "homem receptor", considerando que o final do processo comunicacional concretizava-se com a chegada da informação ao receptor e, assim, clamava que a participação dos católicos nos meios deveria estar ligada mais efetivamente com a capacitação de agentes produtores, possibilitando a estes que levassem a mensagem evangelizadora de forma mais eficaz ao receptor.

Comunicações sociais e a promoção da juventude é o título da mensagem do Papa para 1985, então considerado o Ano Mundial da Juventude. O texto chamava a atenção do jovem para uma tomada de consciência imediata sobre os meios, uma vez que dela dependeria o futuro da igreja. O pontífice utilizava o termo "revolução" no que diz respeito às inovações tecnológicas e novas formas de comunicação, como o disco, o rádio, a televisão e o filme. Salientava, ainda, que os jovens deveriam ser mais sensíveis à captação e identificação de material indesejável à evangelização. Para tanto, seria necessário que houvesse uma profunda ação educativa na família, na escola e na paróquia, através da catequese, com o intuito de instruir e guiar os jovens quanto ao uso equilibrado e disciplinado dos meios de comunicação social, ajudando-os a ter um juízo crítico, iluminado pela fé, sobre as coisas vistas, ouvidas e lidas.

Com base no quadro político internacional do fim dos anos 1980 e tendo em vista as consequências da Guerra Fria, o tema destacado em 1987 foi "Justiça e Paz". O pontífice conclamava os fiéis a uma cultura de reconciliação, sugerindo que: "[...] a paz no mundo depende de um melhor conhecimento dos homens e das comunidades; a informação qualificada da opinião pública tem uma influência direta sobre a promoção da justiça e da paz". E continua: "Toda a injustiça pode levar à guerra. A violência está dentro de nós; devemos livrar-nos dela para inventar a paz". (JOÃO PAULO II, 1987 *apud* DARIVA, 2003, p. 376). Naquele ano, o papel do receptor das mensagens midiáticas fora muito destacado pelo Papa, uma vez que caberia a ele a responsabilidade de se impor ante os produtores e produtos midiáticos. Apesar dos documentos oriundos da igreja romana

fornecerem orientações sobre os procedimentos quanto à comunicação eclesial, as igrejas nacionais mantinham certa autonomia quanto às diretrizes políticas e teológicas, gerando subsídios para si mesma e para todos os organismos ligados a ela.

Em 1988, em pronunciamento também em comemoração ao Dia Mundial das Comunicações, o pontífice manifestar-se-ia sobre questões relativas ao tema "Fraternidade e Promoção da Solidariedade", chamando a atenção para a "amistosidade" com que um meio de comunicação deveria tratar os seus pares e pregava que a solidariedade entre as empresas do meio comunicacional poderia evitar abusos de poder, nacionalismos, fanatismos e todo tipo de racismo. O texto também trazia alusão à informática, um meio até então pouco discutido nos documentos da igreja. Sob o título *A religião no mass media*, o documento papal de 1989 pregava: "[... dai à religião todo espaço que julgais desejável na comunicação de massa". (JOÃO PAULO II, 1989 *apud* DARIVA, 2003, p. 386). Para o Papa, qualquer tipo de meio de comunicação seria válido para a emissão da mensagem da Igreja, pois o importante era a presença católica nos principais debates públicos.

Para a igreja brasileira, o ano de 1989 foi o mais importante desde os documentos conciliares de 1962/1963, para refletir sobre o tema "comunicação e igreja". A tradicional Campanha da Fraternidade (CF) trouxe a comunicação como tema; as principais revistas católicas passaram a explorar melhor em seus artigos a importância e relevância dos meios para a igreja, como será visto no próximo capítulo. A mensagem do líder religioso, por ocasião do Dia Mundial das Comunicações daquele ano, teve uma boa repercussão tanto na mídia comercial, como nos periódicos impressos católicos.

As propostas para a utilização de outros suportes de informação como videocassetes e audiocassetes foram sugeridas por João Paulo II, em 1993, tema, entretanto, já bem discutido pelos movimentos católicos populares desde os anos de 1980. Nos anos 1990, com a perda de força dos movimentos populares católicos e alas ligadas a eles, assim como a ascensão de novos grupos católicos, como os carismáticos, o apelo do Papa em favor da utilização das mídias sonoras e audiovisuais tornara-se tardio. Grupos ligados à esquerda católica já avançavam, ainda que modestamente, na questão do acesso aos meios eletrônicos, embora fincassem posições ideológicas de resistência em adotar a televisão como forma de participação popular. O documento papal ressaltava a importância das formas mais simples de comunicação e evidenciava a facilidade de se produzir ilimitados produtos midiáticos voltados ao entretenimento, à educação e à informação, e propunha que os jovens e os

adolescentes deveriam ser induzidos a participar do processo. Proposta essa impulsionada, em grande parte, pela perda de fiéis para as seitas evangélicas.

Para entender os fatores que possibilitaram a criação de uma rede de inspiração católica no Brasil, faz-se necessário remontar a meados dos anos de 1980. Nesse período, intensificaram-se ações por parte de organismos ligados à igreja que produziam documentos oficiosos e oficiais para subsidiar o debate, que se difundia pelo campo comunicacional católico. Devemos destacar que esses organismos agiam no campo e buscavam através da luta política impor sua visão dentro do espaço social em questão. Dentre esses agentes e/ou organismos, destacam-se a União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC) e as editoras católicas e intelectuais ligadas às Universidades.

A CNBB é a interlocutora entre as propostas dos fiéis brasileiros e as lideranças da Igreja romana. Sob a liderança de Dom Hélder Câmara, ela fora criada para ser um organismo de caráter nacional que se propunha discutir sobre questões internas e externas, e também centralizar e coordenar as atividades da Igreja católica no Brasil. Juntamente com a criação da CNBB, nascia a necessidade de reformar as bases do catecismo e da educação religiosa e, para isso, deveria haver um quadro mínimo de padres que pudessem ministrar aulas para uma massa leiga. É nessa fase que o leigo no Brasil passa a ter um papel mais importante. Sobre a importância do órgão e sua influência no campo católico brasileiro, Della Cava destaca:

> Fundada em 1952, basicamente como uma agência destinada a facilitar o intercâmbio de informações entre os bispos do Brasil. Suas assembleias anuais, que reúnem os mais de 370 prelados hoje existentes no país, e seus programas pastorais nacionais, constituem os principais mecanismos através dos quais são elaboradas e a seguir executadas as políticas relativas a questões religiosas e sociais. (DELLA CAVA, 1991, p. 22).

Foram criados organismos, como as pastorais, que agem a partir de diretrizes da CNBB, para atuar em áreas específicas da sociedade como, por exemplo, a área de comunicação e educação. A partir desses organismos, formaram-se inúmeras comissões e departamentos que se apresentam com autonomia suficiente para impor sua visão pastoral, filosófica e política independentemente dos outros órgãos colegiados.

Dentre as práticas adotadas pela CNBB para difundir sua visão de mundo ao campo comunicacional católico, a mais utilizada era a que consistia na divulgação de documentos produzidos a partir das Assembleias Nacionais e dos seus organismos atuantes no interior do campo católico, como o Setor de Comunicação Social e a Pastoral da Comunicação, além de

pronunciamentos de bispos em veículos da imprensa nacional ou regional sobre temas relacionados. Tais documentos quase sempre reforçavam as diretrizes de Roma sobre o tema comunicação, embora as adaptassem ao cenário nacional. Por exemplo, no documento da CNBB do biênio de 1983/1984, no capítulo que trata da questão da Comunicação Social, percebe-se uma proximidade com as diretrizes vindas de Roma, porém com certas peculiaridades no que se refere ao momento da igreja na América Latina. Eram comumente defendidas a legitimidade e a autoridade dos organismos das igrejas nacionais e se frisava para que as diretrizes fossem adaptadas às demandas locais. Além disso, na maioria das vezes, é possível perceber nos documentos o uso constante do princípio "ver, julgar e agir", método de formação utilizado principalmente pela militância católica. Tais expedientes eram usados no Brasil desde os anos 40, sobretudo pela Ação Católica Brasileira (ACB), que adaptou essas práticas de formação ao cenário nacional, com base naquilo que já existia no cenário católico europeu, como na Bélgica, na França e, principalmente, na Itália.

Nos anos de 1980, a CNBB foi presidida por dois bispos que, recorrentemente, se pronunciavam sobre os meios de comunicação social. De 1983 a 1987, a presidência ficou a cargo de Dom Ivo Lorsheider, notório, em razão de divulgar opiniões acerca dos direitos humanos e, dessa forma, se aproximar dos integrantes da esquerda católica, chegando, inclusive, a oferecer abrigo aos perseguidos políticos, alguns ligados à Teologia da Libertação. Dom Ivo foi um defensor da democratização dos meios de comunicação. Sob sua presidência, os documentos que tratavam da área de comunicação social, geralmente, faziam severas críticas aos meios, chamando a atenção para as permissividades que podiam trazer malefícios à evangelização. Tem-se como exemplo disso o documento da CNBB de 1984. Intitulado *Em defesa dos valores morais*, este documento propunha uma maior atenção dos fiéis quanto à onda de violência e ao exagero de cenas de sexo explícito nos meios audiovisuais. Os documentos da CNBB elaborados sob a presidência de Dom Ivo, ao mesmo tempo em que se aproximavam da ala conservadora, exigindo condutas moralistas dos meios, também defendiam o direito civil à informação, uma das principais bandeiras da ala progressista da igreja. Aliás, para ocupar o cargo de presidente da CNBB, o trânsito e o diálogo entre os diversos setores ideológicos tinham que ser permanentes. No final de seu mandato, Dom Ivo procurou organizar os vários setores da igreja no Brasil, a fim de definir as posições e as ações católicas durante a Assembleia Constituinte, a qual teria seus trabalhos instalados no início do ano de 1987.

Em maio de 1987, Dom Luciano Mendes de Almeida assume a presidência da CNBB. Considerado um intelectual e tendo fortes ligações com o então arcebispo metropolitano de São Paulo, Dom Paulo Evaristo Arns, Dom Luciano, durante suas duas presidências, pois foi reeleito em 1991, destacou-se como um hábil político. Ademais, ficou constantemente em evidência na mídia nacional, tanto que possuía uma coluna semanal, publicada aos sábados, na *Folha de S. Paulo*. O jornal definia o seu colaborador como sendo um democrata:

> Seu relacionamento com o governo é cordial e independente. Só procura o governo em duas circunstâncias: quando algum bispo lhe telefona queixando-se da violência e atitude de autoridades ou quando é chamado para conversar com o presidente ou algum ministro. É moderadamente progressista. Tendo bom relacionamento com o papa João Paulo II que o respeita "pela santidade e competência".[2]

Deve-se entender que a condução pastoral de Dom Luciano junto à CNBB e sua trajetória política eram bem aceitas por um número significativo de leitores do jornal, mesmo diante de sua atuação junto à esquerda católica e de seus posicionamentos conflituosos com o governo Sarney. Ao assumir o cargo, o bispo frisou que, em sua gestão, a igreja aprofundaria a discussão sobre a defesa dos direitos sociais e avançaria na construção da ideia de uma igreja libertadora. Seu trânsito em outros grupos mais conservadores da igreja era cada vez mais evidente, bem como junto ao movimento carismático, o qual ganhava mais espaço no campo católico brasileiro. Ele era também colunista da revista *Família Cristã*, sempre tratando de temas mais relacionados à atuação da CNBB e de questões pastorais, cujo material diferenciava-se da sua coluna do jornal, por ser dirigido exclusivamente aos católicos.

Sem dúvida, a presidência de Dom Luciano, em razão do processo de democratização e das lutas políticas que efervesciam, entre 1987 e 1988, foi marcada por algumas críticas severas feitas ao governo de transição de José Sarney, fato este amplificado por denúncias de corrupção no governo. Durante sua presidência na CNBB, os documentos dos órgãos ocupados com temas relacionados aos meios de comunicação defendiam a democratização dos meios e a despolitização do processo de concessões de radiodifusão, sendo um em especial, o documento de número 38, editado em 1987, emitia críticas aos monopólios dos meios de comunicação no Brasil.

---

[2] *Folha de S. Paulo*, p. A-4, 28 abr. 1987.

Ainda em 1987, a CNBB definiu que a Comunicação Social seria o tema da Campanha da Fraternidade de 1989. As Campanhas da Fraternidade, de abrangência nacional, eram geralmente coordenadas por membros pertencentes à ala progressista da igreja, mais especificamente membros ligados à Teologia da Libertação. Tanto no texto-base da Campanha da Fraternidade de 1989 como em três documentos divulgados pela CNBB, entre 1987 e 1988, os posicionamentos adotados como bandeiras da esquerda católica sobre a comunicação popular e as propostas do uso de formas menos sofisticadas de comunicação, como a produção de folhetos e as impressões de baixo custo e acessíveis, foram contemplados como sendo diretrizes.

Os organismos católicos ligados à área de comunicação social consistiam em entidades que traziam subsídios ao campo comunicacional católico e atuavam como produtores de bens simbólicos, tais como o conhecimento científico sobre os meios de comunicação social e as sugestões de atuação nos e para os meios. Um dos órgãos que atuava junto à CNBB, mas não necessariamente integrante dela, e que muito influenciou o campo católico brasileiro, era a Equipe de Reflexão (ER), a qual possuía em suas fileiras clérigos que discutiam a comunicação social a partir de uma visão libertadora. Entre os nomes que a integravam destacavam-se Monsenhor Beltrami, assessor da Arquidiocese de São Paulo, responsável pelo setor de comunicação, Dom Eduardo Koaik e Frei Clarencio Neotti. A ER coordenava cursos e debates sobre os meios de comunicação e, segundo Della Cava (1991, p. 57), o grupo tentava impor sua visão de mundo a todo o corpo da igreja e centralizava as decisões em poucas pessoas vinculadas às empresas editoriais católicas, além de ter como principal atividade a produção de programas, notícias e materiais midiáticos. Até o fim dos anos de 1980, a ER tinha papel central nos assuntos referentes ao tema comunicação e, depois, foi perdendo espaço, uma vez que a CNBB começou a tomar posicionamentos mais efetivos e que outras entidades, como a UCBC e o Conselho Episcopal Latino-americano (CELAM), ganhavam mais espaço no campo comunicacional católico. Em geral, esses organismos tendiam a expor suas idéias e tentavam veicular suas visões de mundo, porém, muitas vezes, eram confundidos com a voz oficial da igreja. Sobre a dinâmica desses órgãos, Campos (1981, p. 37) salienta que os seus condutores disseminavam conceitos, entrincheirando-se atrás de muitas comissões e de departamentos que hauriam prestígio da autoridade colegiada, e se definiam como promotores da unidade da igreja. Os bispos ou padres que discordassem das orientações propostas eram “facilmente imobilizados em nome da unidade”.

Para tratar do tema da comunicação social foram criados vários organismos ligados à igreja. Em níveis mais amplos, a igreja contava com organismos hierárquicos e associações católicas de caráter universal, como: a União Católica Latino-americana de Rádio e Televisão (UNDA-AL), entidade que buscava convergir práticas e conhecimentos dos aspectos pastorais e profissionais católicos quanto aos meios eletrônicos na América Latina; a Organização Católica Internacional de Cinema e Audiovisuais (OCIC); a União Católica Internacional de Imprensa (UCIP). Em nível continental, podemos mencionar o CELAM e seu departamento para assuntos de comunicação, o Departamento de Comunicação Social (DECOS). Com ação nacional figuravam os departamentos de comunicação ligados à CNBB, como, por exemplo, a Pastoral da Comunicação. No Brasil, a UCBC era porta-voz de outro organismo internacional, a União Católica Latino-americana de Imprensa (UCLAP), e seus integrantes eram, geralmente, leigos da igreja latino-americana, pertencentes à ala progressista e ocupados em difundir formas próprias de expressão no campo comunicacional católico na América Latina.

Influenciada pelas diretrizes do Concilio Vaticano II, principalmente pelas Conferências Episcopais de Medellín (1968) e de Puebla (1979), e pelos integrantes do CELAM, as diretrizes católicas brasileiras caracterizavam-se por uma mistura do pensamento católico europeu e do latino-americano. Ou, como considerou Montes (1988, p.78), a igreja dava início a uma verdadeira revolução, orientando-se "por uma profunda e dilacerada revisão autocrítica de sua própria história, procurando redescobrir ou reinventar sua vocação com base em uma releitura de sua atuação do ponto de vista do povo".

José Marques de Melo (1985, p. 68) identificava algumas características do debate sobre os meios realizado pela intelectualidade católica:

> O momento em que a Igreja latino-americana vive no campo da comunicação é de intensa e profunda reflexão. Compreende-se que a ação evangelizadora não pode ser feita sem o concurso dos modernísimos instrumentos da comunicação eletrônica; mas tem-se a consciência de que o processo da evangelização precisa ser inteiramente repensado, reestruturado, para evitar que se continue, como outrora, confundindo comunicação com persuasão.

Muitos dos intelectuais que faziam parte dos organismos latino-americanos de comunicação já haviam passado por experiências de censura e de silenciamento por parte de autoridades nacionais. No final dos anos 70, os veículos de comunicação ainda sofriam o peso da censura, embora esta tenha sido atenuada a partir do processo de abertura conduzido pelo governo Geisel. E a situação não era diferente com relação aos veículos católicos, sobretudo

com o material produzido pelos intelectuais que pertenciam à ala progressista e aos movimentos populares católicos. Entretanto, mesmo quando do endurecimento do regime militar, com a decretação do AI-5, surgiram vários pólos de resistência na chamada "Imprensa Alternativa" e na eclesiástica. A igreja, sofrendo na própria pele os efeitos da censura do regime militar, passa a defender a liberdade de expressão (SOARES, 1988, p. 271). Os chamados "anos de chumbo" caracterizavam-se pela forte oposição ao regime militar por parte de importantes lideranças católicas, muitas delas ligadas às Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), as quais se empenhavam em produzir publicações visando às classes populares, sempre buscando formas para a emissão de críticas às ações dos governos militares, como ressaltou Regina Festa:

> A verdadeira tarefa de comunicar e relacionar os acontecimentos ocorridos nos círculos de poder, no interior da sociedade civil e entre os movimentos populares coube, efetivamente, à imprensa alternativa e popular, apesar de todas as limitações. Na medida em que surgiam pólos de resistência social apareciam os meios de comunicação, que através de intelectuais de oposição ou de grupos partidários que, corajosamente, lançavam jornais tablóides (conhecidos no início como *imprensa nanica*, isto é, pequena); quer através das publicações que surgiam nas CEBs, Associação de Moradores, Sociedades Amigos de Bairro, Movimento do Custo de Vida, Favelados, Movimento de Terrenos Clandestinos, no meio operário, rural, etc. (FESTA, 1986, p. 16).

Para todos os grupos dentro da igreja, os meios de comunicação católicos eram imprescindíveis para a tarefa evangelizadora. Dentro da intelectualidade católica, tentavam-se produzir conhecimento e táticas de ação, através de documentos elaborados por entidades de jornalistas católicos, comunicadores latino-americanos ou mesmo pelos meios de comunicação popular; propostas que abrangiam a ideia de intervenção no campo da pesquisa e do ensino nos meios de comunicação até a identificação das formas de expandir a informação nos meios eletrônicos de uma forma mais eficiente. Esses agentes eram formados, basicamente, por uma parcela de intelectuais ligados à Pastoral da Comunicação, bispos, padres e leigos, os quais quase sempre participavam de atividades nos meios de comunicação, além de profissionais dos diversos órgãos da imprensa católica.

Fundada a partir do IV Congresso da UCLAP, realizado em 1969, a UCBC surgia em um momento de perseguições políticas e de intenso cerceamento do direito à informação. Desde seu início, tinha como prioridade o apoio a movimentos populares e à democratização do acesso aos meios. Soma-se a isso o fato de que alguns jornalistas que fizeram parte da sua fundação eram ligados à ala progressista católica. Segundo Pedro Gilberto Gomes (1995, p.

33), a UCBC formou-se a partir de fatores, tais quais como: "[...] o maior envolvimento dos leigos na vida da igreja; o surgimento das Comunidades Eclesiais de Base, que fizeram a união entre a fé e a vida; a importância dada pela igreja à comunicação social; o desenvolvimento do espírito ecumênico; o surgimento da teologia da libertação, com suas instituições básicas que valorizavam a prática concreta da fé". Segundo Marques de Melo (1980, p. 16 *apud* GOMES, 1995, p. 50), a UCBC nasceu com os seguintes objetivos:

> 1. opor-se ao autoritarismo e defender a liberdade de expressão; 2. rejeitar a atomização da atividade da comunicação reunindo pessoas de todos os setores e veículos, das empresas e das escolas; 3. condenar a intolerância, agregando participantes de todas as confissões religiosas e de todas as correntes de pensamento, engajados na prática de um autêntico cristianismo.

A UCBC contribuía intensamente com a Pastoral das Comunicações, fornecendo subsídios para o pensamento católico sobre a mídia, ainda que, nos anos de 1980, alguns intelectuais que fizeram parte do início da entidade tivessem se afastado dela por convicções ideológicas, preferindo o debate político partidário a temas efetivamente restritos e técnicos da área de comunicação. Em sua primeira expressão pública, realizada por meio de um manifesto, a entidade propôs um tipo de comunicação que pudesse dar voz a diferentes setores da sociedade, reafirmando o direito à informação. Abordando a problemática das revistas católicas no Brasil, a UCBC insistiria na necessidade de expandir as publicações católicas que dessem interpretação cristã aos fatos, sem, no entanto, serem exclusivamente confessionais. Em vista do desaparecimento de muitas revistas católicas em anos anteriores ao de sua fundação e das dificuldades enfrentadas pelas "sobreviventes", a entidade recomendava um estudo sobre as possibilidades de expansão e a criação de novas publicações.

Dentre os principais intelectuais que permaneceram contribuindo com a instituição, destacam-se José Marques de Melo, Ismar Soares, Gilberto Gomes e Joana Puntel. Todos se encontravam em outros fóruns de debates sobre os meios e colaboravam com a publicação de artigos em diversos periódicos católicos, ou mesmo ocupando cargos. Joana Puntel fez parte da direção editorial da revista católica *Família Cristã*, em meados dos anos 1990, e José Comblim foi colaborador da *Revista Eclesiástica Brasileira*. Uma das maiores contribuições desses intelectuais em conjunto com entidades já citadas e a CNBB foi a elaboração e a divulgação da Campanha da Fraternidade de 1989. A escolha do tema foi pautada pela preocupação com a qualidade dos programas veiculados pelos grandes meios de comunicação. Com base nas discussões de tais pontos, esperava-se que os fiéis pudessem discutir o tema sob "o ponto de vista de um estudo sério da realidade". O objetivo da

Campanha da Fraternidade seria alcançar todas as dioceses e disseminar a tomada de consciência por parte dos líderes e fiéis, promovendo diálogos com a intenção de oferecer também uma resposta ao avanço evangélico na mídia. Com a mesma inspiração que serviu de base para a elaboração da Campanha da Fraternidade de 1989, dois anos antes, a CNBB divulgou documento referente ao Dia Mundial das Comunicações. Intitulado *Diretrizes gerais da ação pastoral da igreja no Brasil,* o documento tratava do senso crítico dos fiéis em relação aos meios de comunicação e chamava a atenção para a tentativa de fazer o fiel enxergar as formas de manipulação das informações por parte da mídia, além de preconizar a criação de grupos de estudo para conscientizá-los sobre a importância dos meios na evangelização. Essa ideia forneceu bases para as publicações que definiriam algumas diretrizes gerais para a Ação Pastoral da igreja no Brasil. Na 25ª Assembleia Geral da CNBB, em 1987, os meios de comunicação foram eleitos como a preocupação central para toda a ação pastoral, durante os quatro anos seguintes. Conforme o art. 166 do documento, datado de 1987:

> É significativa, ainda, neste momento da igreja no Brasil, a escolha do tema da Campanha da Fraternidade e Comunicação. A escolha do tema é resultado de um processo que se iniciou há alguns anos, através de cursos, encontros e reflexões sobre o assunto. Muitos grupos de base, juntos com bispos e sacerdotes foram percebendo a necessidade urgente de atuar de maneira mais sistemática e coordenada nesta área, integrando o que já existe e buscando novos caminhos. E essa é uma realidade e perspectiva já com dimensão nacional, uma vez que diversos Regionais da CNBB assumiram de forma explícita como prioridade, a comunicação.[3]

Tornar o tema da comunicação essencial para a igreja brasileira foi, seguramente, uma conquista para os integrantes da Pastoral da Comunicação dentro da luta político-institucional. Era preciso instruir toda uma massa de sacerdotes e de leigos para que participassem ativamente do processo de criação de materiais midiáticos. Foram importantes para o desenvolvimento da Pastoral de Comunicação também as reflexões elaboradas por jornalistas e intelectuais católicos, como aquelas refletidas no livro de Ismar Soares que, intitulado "*Como organizar a pastoral de comunicação"*, fora editado e organizado em parceria entre a UCBC e o Serviço à Pastoral da Comunicação das Edições Paulinas (SEPAC-EP), e publicado em 1989. Trata-se de um manual voltado para os intelectuais, leigos e as lideranças da igreja católica, instruindo-os sobre como proceder para promover a Pastoral da

[3] Extraído de Documentos da CNBB, n. 38 – Diretrizes gerais da ação pastoral da igreja no Brasil (1987), cf. DARIVA, 2003, p. 533.

Comunicação em suas dioceses e oferecendo subsídios de como melhor se utilizar dos meios para a evangelização e a discussão sobre o papel da igreja no mundo midiático.

Nos anos de 1980 e 1990, grande parte dos intelectuais e comunicadores católicos ocupados com temas relativos à comunicação social estava ligada aos movimentos católicos populares e, assim, faziam valer sua voz em documentos oficiosos, fosse por intermédio das instituições católicas de comunicação, fosse em congressos episcopais latino-americanos, embora suas ideias e posições não desfrutassem de unanimidade nos círculos católicos, principalmente quanto à "opção pelos pobres". Por outro lado, seus posicionamentos referentes ao acesso católico aos meios de informação ganhavam coro no interior das igrejas latino-americanas.

Ao final dos anos 1970 e início da década de 1980, houve conflitos entre os organismos católicos ocupados com a imprensa e a igreja romana. Assim, surgia a Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação (NOMIC), uma organização internacional ligada à UNESCO, que buscava empreender esforços para modernizar e adaptar a comunicação aos novos meios. Entretanto, viam-se aí diferentes grupos tentando influenciar o campo comunicacional, movimentação essa percebida já nos primeiros anos do pontificado de João Paulo II e constatada pelos intelectuais católicos que participaram do encontro conciliar de Puebla, em 1979. A CNBB, em conjunto com a UCBC, patrocinou, no início dos anos 1980, iniciativas para defender suas posições em relação ao NOMIC. Em encontro da CNBB ocorrido na cidade paulista de Embu, em 1982, criou-se uma nova agenda para a ação no campo comunicacional católico, que deveria servir para aproximar ainda mais as entidades de comunicadores católicos e não católicos, como, por exemplo, a *Federación Latinoamericana de Periodistas* (FELAP); a Organização das Nações Unidas para Ciência e Cultura UNESCO; a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM); o *Instituto Latinoamericano de Estudios Trasnacionales* (ILET); a Associação Mundial para a Comunicação Cristã (WACC); a Conferência Latino-americana de Religiosos (CLAR); e a Associação Latino-americana de Pesquisa e da Comunicação (ALAIC) (GOMES, 1988). Durante os anos seguintes, o intercâmbio entre esses organismos tornou-se mais intenso e consolidou a liderança da UCBC no campo comunicacional católico brasileiro.

A força que a UCBC desfrutava refletia-se nos inúmeros congressos que a entidade realizava e na divulgação dos mesmos em quase todos os meios católicos, visto que seus integrantes possuíam posições de destaque não apenas nos meios católicos, mas também

dentro de universidades de renome e, por isso, participavam de redações de importantes meios da grande mídia. Tal afirmativa pode ser exemplificada pela composição da primeira diretoria da UCBC, então formada em 1970:

> Presidente - Marcelo Casado de Azevedo, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul;
>
> Vice-presidente - Áurea M. de Jesus da Silva, diretora do jornal *O Eco*, de Guaratinguetá (SP);
>
> Secretário geral - Frei Romeu Dale, O.P., do Secretário de Opinião Pública da CNBB. Conselho Diretor: Frei Clarencio Neotti, O.F.M., redator da revista *Vozes*; Helio Damante, jornalista de *O Estado de S. Paulo*; Sabino Henrique, jornalista de Fortaleza; José Marques de Melo, da Escola de Comunicação e Artes da USP; Helio Furtado do Amaral, setor de cinema; Padre Tarcisio Santiago, editor do periódico *Atualidade e Comunicação*, de Fortaleza.
>
> Delegados regionais: Jose Ribamar, Norte-Nordeste; Lucia Teresa L. Carregal, Leste; Luis Beltrão, jornalista e professor do curso de jornalismo no Rio de Janeiro, Centro; Maria L. Sampaio Pinto, Sul.

Foram também significativas as posições dos membros de entidades católicas, como dos organismos latino-americanos que se ocupavam com a comunicação católica, que reverberavam através dos textos da UCBC, nas universidades e revistas católicas. José Marques de Melo e Ismar Soares, por exemplo, são intelectuais que possuem relações com universidades e têm destaque em suas atividades acadêmicas, ao mesmo tempo em que defendiam, dentro da UCBC, atitudes que englobavam anseios dos movimentos populares, como empreendimentos alternativos de comunicação e com poucos recursos. Entretanto, não deixavam de se posicionar de acordo com visões consagradas no meio acadêmico, como era o caso da defesa prioritária do uso dos meios eletrônicos como sendo as melhores e mais eficazes formas de comunicação. Tal defesa era realizada em várias instâncias do campo acadêmico e reforçava posições dentro do campo comunicacional, assim como no comunicacional católico, uma vez que estes dois notáveis desfrutavam de autoridade e credibilidade nos dois campos.

Embora os integrantes da UCBC, durante os anos 1980, não abandonassem a militância em prol da democratização dos meios de comunicação para as camadas menos

favorecidas da sociedade, a expansão nacional de publicações dos movimentos populares ligados à entidade não ocorreu, mesmo porque o custo financeiro para manter um periódico não viabilizava a criação de mídias a partir daqueles movimentos. Movimentos populares que, como salientou Dirceu Benincá (2005, p. 56), são gestados no interior das CEBs, sob a influência do Concílio Vaticano II, ou mesmo pela Ação Católica e por movimentos de alfabetização. Apesar de sua intensa atividade no interior da igreja, os movimentos progressistas e setores ligados à esquerda católica não conseguiam superar as barreiras econômicas para viabilizar projetos de criação de mídias eletrônicas restringindo-se aos folhetos, impressos e material realizado em sindicatos, clubes e associações. No campo comunicacional católico, era notória a hegemonia das editoras católicas, as quais já tinham tradição no meio editorial, como, por exemplo, editoras mantidas pelas ordens dos irmãos e irmãs paulinos.

A igreja possuía, no final da década de 1970 e início dos anos 1980, 14 editoras, sendo que sete eram consideradas de grande porte; 23 jornais semanais, impressos sob a responsabilidade direta dos bispos; 10 jornais publicados por congregações ou grupos leigos; 11 revistas de circulação nacional, destinadas a um público amplo; sete revistas de cultura, oito revistas de teologia, liturgia e pastoral; mais de duas dezenas de periódicos destinados a públicos específicos, organizados pela CNBB e congregações religiosas; e mais uma quantidade previsível de três mil boletins impressos ou mimeografados em todo o país pelas comunidades, paróquias, movimentos e dioceses, perfazendo, segundo cálculos estimativos de Frei Clarencio Neotti, em 1979, três milhões de exemplares (SOARES, 1988, p. 286). A quantidade de veículos impressos com conteúdo católico, já em meados dos anos 1980, não era pouca, entretanto o público não era homogêneo e muitas das publicações ficavam na dependência da arbitragem dos bispos no que se referia às orientações do que ler e do que não ler. Contudo, as principais intervenções realizadas no campo comunicacional católico ocorriam a partir de periódicos ligados às ordens religiosas e de veiculação nacional. As principais editoras que conseguiram se consolidar e influir no campo católico foram: Editora Loyola, com a produção de livros e revistas, cerca de 1,5 milhões de exemplares por ano; a Editora Paulinas, com média de 1,1 milhões exemplares; a Paulus Editora, com a produção de 1,5 milhões exemplares; e a Editora Vozes, com média de1, 2 milhões exemplares. (BELTRAMI, 1996).

A *Revista Eclesiástica Brasileira* (REB), fundada em 1942 e publicada pela Editora Vozes, era e continua sendo um periódico trimestral, cujo público-alvo são os teólogos, a

comunidade eclesial e os intelectuais católicos. Ela estrutura-se da seguinte forma: editorial, geralmente elaborado pelo editor-chefe; seção de artigos, composta, em regra, por cinco artigos, todos assinados, abordando os assuntos considerados mais relevantes do semestre; seção de comunicações, aberta aos membros do clero, também com uma média de cinco textos; seção de reprodução de documentos oficiais e oficiosos; crônica eclesiástica, representando a opinião da revista, uma vez que não é assinada; páginas destinadas à necrologia; e, por fim, uma seção abordando a liturgia do trimestre. De forma geral, ela não apresenta em suas páginas material de propaganda. Os articulistas, quase sempre, estão vinculados a alguma instituição educacional, seminário ou clero regular. Por sua especificidade, a REB pode ser encontrada nas bibliotecas das dioceses, universidades ou junto a membros do clero. Até meados dos anos 1980, a revista era coordenada pelo frei franciscano Leonardo Boff, um expoente da Teologia da Libertação. Entretanto, após a saída de Boff, devido à censura que lhe fora imposta pelo Vaticano, a revista não mudaria sua linha editorial, mantendo em seu quadro de articulistas membros ligados à ala progressista católica. Alguns nomes de seu corpo editorial que podem ser destacados são: Clodovis Boff, João Batista Libânio, Eduardo Hoornaert, José Comblin, este considerado um dos mais influentes na revista, Frei Betto e Neri Feitosa, além de Oscar Beozzo e Bernardo Cansi. Dentre os autores que mais publicaram textos sobre os meios de comunicação no periódico, destacam-se os clérigos Gilberto Gomes e Clarencio Neotti. Durante os anos 1970 e 1980, sob a liderança de José Comblin, a linha editorial adotada aproximava-se sempre de discussões que permeavam a situação social do país e a participação popular nos meios de comunicação. Segundo Paula Montero, a Editora Vozes estava se consolidando, desde os anos 1960, como porta-voz da intelectualidade católica, esta desprezada por outras editoras católicas durante os anos 1950. Ainda segundo a autora, as publicações da Editora Vozes caracterizavam-se “[...] pela independência de sua linha editorial, pela sua vocação polêmica, pela aglutinação em torno de si de um público mais acadêmico e pensadores preocupados em renovar o campo intelectual e teológico”. (DELLA CAVA; MONTERO, 1991, p. 172).

Com tiragem trimestral e, aproximadamente, 300 páginas por edição, a REB proporciona um amplo espaço para os articulistas. Podem ser encontrados textos de até 20 páginas que trazem reflexões de intelectuais católicos. Normalmente, a revista apresenta 10 textos assinados, entre artigos e comunicações, a cada edição. Entre 1985 e 1995, foram publicados mais de 400 artigos, sendo que 25 deles tratam especificamente dos meios de comunicação social. Este é um número significativo e que pode ser compreendido em razão

da efervescência do quadro político e comunicacional. Nos anos 1980, os artigos ocupavam-se com mais intensidade da participação católica no cenário político nacional, este motivado sobremaneira pela da elaboração da nova Carta Constitucional, além daqueles que tratavam das políticas centralizadoras da igreja romana e dos debates em torno das políticas institucionais propostos pelos integrantes da Teologia da Libertação. A REB também publicava o resultado de reflexões dos encontros católicos promovidos por entidades como UCBC e CELAM. A diretriz básica dos artigos estruturava-se a partir de reflexões do Concilio Vaticano II e dos encontros episcopais de Puebla e Medellín.

Destinada a um público católico mais abrangente, quando comparada às revistas católicas voltadas às questões teológicas e institucionais, a revista *Família Cristã*, editada pelas Irmãs Paulinas, é uma revista de tiragem mensal voltada à evangelização da família. Bem editada, assemelha-se aos moldes de uma revista comercial, com manchetes bem destacadas, amplos espaços para propagandas comerciais, painel do leitor, colunas fixas e participações de autores não católicos. Suas matérias geralmente trazem a participação de especialistas de diversas áreas da sociedade, expediente que acaba por legitimar o conteúdo da matéria publicada. Seus assinantes são basicamente fiéis católicos, situação que permite boa circulação do periódico entre milhares de famílias católicas. Paula Montero define assim a linha editorial do grupo Paulinas: " o trabalho das Paulinas se destina àqueles que executam na base o trabalho de renovação da igreja, àqueles que vão traduzir em visão de mundo e para a experiência concreta os conceitos chaves forjados no trabalho dos pensadores que Gramsci chama de criadores". (DELLA CAVA; MONTERO, 1991, p.172).

A Editora Paulinas tem um eficiente sistema de distribuição de seus produtos. Ela conta com diversas livrarias espalhadas por todo o Brasil e possui organismos que fazem divulgação e distribuição, como a Propaganda e Promoção de Vendas das Edições Paulinas (PROEP), que se encarrega da logística da empresa. A Editora Paulinas possui, ainda, um importante setor com a função de divulgar seus produtos e disseminação de ideias, trata-se do Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC), um centro de formação que oferece cursos nas áreas de Comunicação Social, de nível técnico e universitário. Através do SEPAC, muitas publicações de pensadores católicos foram difundidas e suas ideias apresentadas para um público que trabalhava exclusivamente na área da Comunicação.

A *Família Cristã*, diferentemente da REB, não depende somente de recursos oriundos de assinaturas. O número de material comercial e seu espaçamento gráfico, inclusive quanto

ao uso de cor, embora se assemelhe ao das revistas comerciais, é marcado pela divulgação e propaganda de materiais da própria editora e de suas lojas, as quais comercializam artigos referentes ao mundo católico. O espaço dado ao articulista raramente passa de duas laudas, salvo em matérias especiais. Não eram poucos os colaboradores da *Família Cristã* que se identificavam com a ala progressista católica e que colaboravam com outros veículos de comunicação, como publicações da UCBC e periódicos ligados à esquerda católica. Dentre estes, destacavam-se nomes como Joana Puntel, Frei Beto e Plínio de Arruda Sampaio. Na *Família Cristã*, o tema comunicação social nunca saiu de pauta. A filosofia da ordem Paulinas baseia-se na evangelização através dos meios de comunicação e sua atuação não se restringe aos meios impressos. Desde 1977, a editora já ocupava espaços em diversas rádios brasileiras, mediante programas que pregavam o evangelho e anunciavam seus produtos e serviços, como material radiofônico, audiovisual, cursos e palestras. A produção de materiais para o meio televisivo seria consequência da política editorial e empresarial do grupo. Segundo padre Tiago Alberione, um dos fundadores da Paulinas, a evangelização pela televisão faria parte do coração da Paulinas.

A *Revista Família Cristã*, nos anos 1990, passou a contar com uma seção cuja finalidade específica era a de tratar de assuntos sobre o meio televisivo que, por sua vez, já ocupavam um espaço maior em comparação às outras mídias. Em certa medida, a abertura de espaço na revista para tratar de TV deve-se ao aparecimento de empreendimentos no meio televisivo por parte de grupos católicos, os quais, inclusive, começavam a usar a *Família Cristã* para divulgar sua programação, como foi o caso dos anúncios da rádio e da TV Canção Nova, de propriedade de um grupo carismático.

O avanço dos carismáticos foi um duro golpe para os intelectuais ligados à esquerda e que atuavam no campo comunicacional católico. No início dos anos 1990, o crescimento do movimento carismático foi vertiginoso. Enquanto alguns grupos católicos faziam a “escolha preferencial pelos pobres”, expandindo a ideia para a prática da militância política partidária, uma parte significativa dos fiéis procurava apenas consolação espiritual e, dessa forma, fugia para outras seitas ou se abrigava nos grupos de oração dos carismáticos. Aliás, convém aqui mencionar que a Renovação Carismática é um movimento tipicamente urbano e sua incidência é maior entre as classes médias. Edênio Vale (2004) a define da seguinte maneira:

> Contrapondo-se ao clima dessacralizado, plural e permissivo da cultura em geral, ela cobra de seus membros um programa de vida no qual a espiritualidade e a fidelidade doutrinal e moral católicas constituem o eixo

> central. Primeiro vêm a transformação espiritual, as mudanças na vida familiar e profissional, a retomada das práticas de piedade, o abandono do que é mundano, o controle da sexualidade etc. Só depois, lentamente, e como que por força, seguirão as mudanças sociais. Dessa moral do indivíduo só se pode esperar uma visão conservadora dos processos sociais e da história. A tendência é a de ver o social como um projeto de moralização e isto sob o prisma de um catolicismo voltado para si mesmo.

Um dos pioneiros do avanço carismático brasileiro nos meio de comunicação foi Eduardo Dougherty. Ele afirmava que a intelectualidade dentro da igreja era coisa do passado, e pregava: "Queremos falar diretamente com o povo sem formalismos".[4] Em 1993, os carismáticos já controlavam 16 emissoras de rádio, contavam com alguns programas de televisão de elevado alcance, como o *Anunciamos Jesus*, exibido nas manhãs pela TV Bandeirantes, e preparavam a construção de um complexo televisivo em Valinhos (SP), o Centro de Produções Século XXI, com propostas para produzir programas do gênero televisivo. Além de perderem adeptos dentro da instituição religiosa, os grupos ligados à esquerda católica e à Teologia da Libertação perdiam espaço também na política nacional brasileira, ou, como noticiava a revista *Veja*:

> Um dos pilares do crescimento da Renovação Carismática é justamente o entusiasmado apoio que recebe do papa. Enquanto os bispos ligados à Teologia da Libertação têm dificuldades até para nomear padres para suas paróquias, o deputado federal Osmanio Pereira (PSDB-MG), integrante do conselho internacional da Renovação Carismática Católica (RCC) e uma espécie de cacique dos carismáticos brasileiros, já teve seis audiências com João Paulo II, marca incrível para qualquer leigo que não seja chefe de Estado. Outras mãozinhas vêm da recém-formada bancada do movimento, integrada por dois deputados federais e oito estaduais, eleitos paradoxalmente com votos de quem declara não misturar religião com política.[5]

De uma forma mais eficiente e apoiada pelo Vaticano, os carismáticos avançavam efetivamente em direção aos meios eletrônicos em nível global e, em 1987, aventava-se a proposta de um sistema telemático que envolveria todas as dioceses latino-americanas, com pólo gerador em São Paulo, Buenos Aires e Bogotá. Tratava-se de uma versão do *Lumen 2000*, um programa religioso montado e financiado por um grupo carismático holandês e em atuação desde 1983. Orientados pelo CELAM, os comunicadores deveriam caminhar para promover os valores cristãos na sociedade. Para tanto, assumiu-se o compromisso de elaboração de um plano de formação para a produção de pesquisas na área de comunicação,

[4] *Veja*, p. 59, 7 abr. 1993.
[5] *Veja*, p. 76, 20 set. 1995.

distribuição de vídeos e outros materiais televisivos para as dioceses, a fim de divulgar materiais audiovisuais católicos.

Outro projeto que teria amplo apoio de João Paulo II denominava-se *Evangelização 2000*, que propunha um esforço mundial para a evangelização católica entre os anos de 1990 e 2000. Muito parecido com o formato do *Lumen 2000*, aquele projeto incluía a participação, via satélite, do pontífice em programas de rádio e televisão para todo o mundo, além da realização de retiros e programas de formação de teólogos, sempre acompanhando a linha pastoral de Roma. Os projetos seriam bancados com dinheiro de organismos ligados à ala da Renovação Carismática Católica, como o movimento carismático alemão Schoenstadt e o holandês Testemunhas do amor de Deus. Segundo Tom Forrest, diretor internacional da *Evangelização 2000*, os dois projetos estariam voltados para sete estratégias:

> A primeira é a conscientização dos católicos para que sejam evangelizadores. A segunda é um programa mundial de oração, baseado na ideia de que a missão do cristão é sobrenatural. A terceira é a promoção de retiros espirituais para padres, bispos e teólogos, em Roma. A quarta é a fundação de escolas de evangelização. A quinta estratégia é o Lumen 2000, a sexta tem caráter ecumênico e a sétima, a conquista da juventude.[6]

Esse sistema não contemplava os princípios ideológicos dos grupos ligados à Teologia da Libertação e à comunicação popular. Um dos fatores que contribuem para essa afirmação era o grande dispêndio de recursos financeiros necessários para colocar em prática o projeto, dificuldade encontrada pelos grupos ligados à Teologia da Libertação e aos movimentos populares. Além disso, eles refutavam o projeto em razão de o mesmo estar vinculado a grupos carismáticos, os quais enfraqueciam os movimentos progressistas das igrejas latino-americanas. Desse modo, o *Lumen 2000* e a *Evangelização 2000* não foram poupados de críticas vindas dos pensadores ligados, principalmente, à UCBC e às entidades comunicacionais católicas da esquerda. Esses intelectuais consideravam os projetos como concorrentes pela disputa de legitimidade dentro do campo comunicacional católico, que influía na produção de informações e na elaboração de políticas comunicacionais para o campo católico brasileiro. Especificamente sobre o *Lumen 2000*, Joana Puntel asseverou:

> A aceitação deste programa religioso, aliás, que tem o potencial de atingir a todos, é um passo histórico na evangelização do continente. No entanto, representa um passo atrás no processo de "comunhão e participação", pretendido pelo documento de Puebla e precedido pelos esforços da pastoral

[6] *Folha de S. Paulo*, p. A-12, 28 abr. 1988.

> dos vinte anos anteriores, tanto do clero quanto do laicato. Ao invés de construir uma igreja comprometida com a realidade sócio-econômica e cultural da América Latina, *"Lumen 2000"* coloca-se numa visão espiritual do mundo, deixando as atividades sociais em segundo plano, sem integrá-las. Indubitavelmente, esta é uma estratégia que tem o potencial de anular os grandes avanços conseguidos pela teologia da libertação. (NEOTTI , 1986, *apud* PUNTEL, 1994, p.176).

Ainda sobre o projeto *Lumen,* frei Clarencio Neotti advertia:

> Evidentemente que um programa religioso 24 horas por dia, acessível a todos, seria um passo histórico na Evangelização do Continente, e mereceria a inversão de todo o dinheiro necessário. Penso, porém, que o senso de coparticipação e corresponsabilidade, tão lembrado no Documento de Puebla, nos deveria levar a discutir a implantação desse programa europeu e seu sentido pastoral num continente em que bispos, teólogos e líderes comunitários, sobretudo nos últimos 20 anos, se esforçaram até o martírio, para plantar a igreja na realidade geográfica e histórica, econômica e social da América Latina. (NEOTTI, 1988, p. 47).

Apesar do grande dispêndio de recursos financeiros, o projeto L*umen 2000* encontra-se aquém do idealizado, ficando relegado ao âmbito das idéias. O sistema via satélite não se concretizou, fato que inviabilizou a expansão do projeto em território brasileiro.

Além da efetiva entrada dos carismáticos na disputa da área teológica e político-institucional, as igrejas evangélicas adquiriam maior espaço no meio comunicacional brasileiro, o que enfraqueceu ainda mais a esquerda católica. Por sua natureza protestante, as práticas comunicacionais evangélicas não poderiam deixar de ser agressivas, já que se destinavam a combater uma das maiores instituições do mundo ocidental, a Igreja católica. As linhas pentecostal e neopentecostal conseguiram, a partir da segunda metade do século XX, organizarem-se melhor na tarefa de se expandir através dos meios comunicacionais. Contando com a assessoria de comunicadores evangélicos norte-americanos, os protestantes conseguiram avançar no meio radiofônico a partir dos anos 1950 e na televisão a partir do final dos anos 1970. Televangelistas, como Pat Robertson, um ícone da mídia evangélica norte-americana, vinham em caráter missionário ao Brasil e conseguiam espaço em emissoras locais da cidade do Rio de Janeiro. As primeiras experiências deram-se nas madrugadas das grades de emissoras menores. Em 1980, o evangélico da igreja Batista, Nilson Amaral Fanini, tinha seu programa religioso retransmitido por 88 emissoras (CAMPOS, 2008, p. 73). Devido a problemas falimentares, os espólios de Fanini foram adquiridos pelo Bispo Edir Macedo, líder da Igreja Universal do Reino de Deus e que, no final da década de 1980, conseguiria a concessão da TV Record.

As lutas internas em nível nacional e internacional nos moldes constatados no campo católico não estavam presentes no meio evangélico. As aplicações de diretrizes comunicacionais eram colocadas em prática prontamente, seja pelo tipo de organização institucional, seja pela despolitização de temas. Assim, não ficavam expostos aos fiéis problemas político-teológicos, conforme observado no meio católico. A entrada efetiva e eficiente dos evangélicos no meio midiático não poderia ter outro efeito a não ser o aumento dos números de fiéis e, em grande parte, oriundo das fileiras católicas. Em 1981, nove em cada dez brasileiros diziam-se católicos; dez anos depois, o número caía para oito. A falta de unificação dos católicos na questão da comunicação foi um dos problemas identificados em encontros de clérigos, em 1988. Setores da Igreja católica responsabilizavam a mídia por criar falsa imagem da instituição. Monsenhor Beltrami, em 11 de julho de 1988, em entrevista concedida à *Folha de S. Paulo,* afirmava que a mídia criava uma imagem nociva da igreja, quando fazia referências à proximidade da instituição com o governo. Ele criticava também a exposição maniqueísta acerca dos movimentos conservador e progressista e acusava a grande mídia de querer manipular as informações. Em reportagem da revista *Veja*, articulistas indicavam como fator desagregador da Igreja católica as lutas políticas internas:

> Os bispos e padres de esquerda põem a culpa no cura gordo, preguiçoso, de batina engordurada e politicamente conservador que, se pudesse, ainda hoje estaria rezando a missa em latim e de costas para assistência. Os conservadores enxergam nas atitudes dos religiosos ligados à Teologia da Libertação o casamento tropical do marxismo com o cristianismo a razão do enfraquecimento da igreja. O certo é que na tensão provocada pelo cabo de guerra travado entre as duas correntes políticas da igreja abria-se a fenda por onde o rebanho mais pobre fugiu rumo aos templos pentecostais e os mais abastados para os braços dos médiuns espíritas, cartomantes, videntes e tarólogos.[7]

Dentre os fatores que levaram os evangélicos a ter uma maior atuação e maior efetividade ante as outras denominações religiosas, Leonildo Campos (2008, p. 78) destaca: "A visibilidade dos evangélicos na mídia resultou, portanto, de uma série de fatores: dentre eles, sua visão missionária ou prosélita que os leva ao aproveitamento de todos os novos veículos comunicacionais inventados pelo homem". As práticas adotadas pelas igrejas evangélicas no campo comunicacional religioso contribuíram para a consolidação de um novo tipo de cultura. Magali Cunha chama esse fenômeno de "*cultura gospel"*. Segundo a autora, os meios eletrônicos colaboraram na mudança do ato de comunicar para o público religioso,

[7] *Veja*, p. 12, 25 dez. 1991.

principalmente entre os evangélicos, e têm adaptado seus bens simbólicos à lógica do capitalismo globalizado:

> Há uma padronização na oferta de bens simbólicos, que vem sendo processada pelas diferentes tradições evangélicas. Essa padronização é expressa por práticas comuns na forma de cultuar a fé, de fazer a leitura bíblica e educar os adeptos, na reinterpretação das doutrinas e costumes e na compreensão da realidade da vida cotidiana. (CUNHA, 2005, p. 111).

Porém, em abril de 1992, durante a XXX Assembleia Geral da CNBB, foi redigida uma propositura para melhor utilização da mídia pelos católicos, uma das mais elaboradas sobre o tema. O documento citava exemplos práticos como: "Formar no povo o espírito crítico em relação aos MCS, através de cursos de leitura crítica, especialmente para adolescentes e jovens, por meio de telefóruns, comentários de programas e artigos, uso de vídeos, campanhas de cartas e telegramas de apoio ou denúncia. E isso até nos sermões." [8] As propostas para a utilização de videocassetes e audiocassetes foram sugeridas por João Paulo II, em 1993. Ressaltando a importância deste tipo de material, o papa salientou sobre a facilidade de se produzir ilimitados produtos midiáticos, como audiovisuais e radiofônicos, tanto com entretenimento quanto com informação, levando a mensagem católica. Ainda sobre a questão de despertar o espírito crítico nos jovens, Eduardo Bezerra Neto, em um artigo intitulado *A família diante da televisão*, fornecia informações de como orientá-los:

> Quando, entretanto, se menciona explicitamente o senso crítico, a expressão costuma ser aplicada ao julgamento de situações pessoais ou sociais complexas, o que somente é possível em etapa da vida em que a percepção da realidade é mais clara. Ocorre, porém que não se pode julgar com propriedade situações complexas se antes não se aprendeu a julgar situações simples. Daí por que a evolução natural do senso crítico deve ser estimulada e orientada pelos pais, em relação aos filhos. Não se trata de projetar neles os seus próprios valores, mas de ensiná-los a pensar, avaliar, decidir e agir com a coerência.[9]

E continua com o exercício prático: "O ponto de partida é sempre uma pergunta semelhante : o que vocês acham disso que a gente acabou de ver?" [10]. Sem dúvida, o maior colaborador para o pensamento católico e a análise crítica da comunicação foi o trabalho seminal de José Marques de Melo, *Para uma leitura crítica da comunicação* (1985), que balizou todo o debate em torno do assunto no meio católico.

---

[8] *Revista Eclesiástica Brasileira*, p. 661, jun. 1992.
[9] *Família Cristã*, p. 28, dez. 1987.
[10] Ibidem.

Uma das maiores preocupações dos agentes responsáveis pelas diretrizes de comunicação era como colocar em prática todas as sugestões no que se referia à profissionalização dos produtores de informação. A evangelização católica sempre apostou na educação e com a questão da evangelização pelos meios não seria diferente. Em 1986, a Congregação para a Educação da Igreja, uma entidade da Santa Sé, divulgou documento denominado *Orientações para a formação dos futuros sacerdotes*, no qual eram propostos três níveis para a formação de agentes no processo comunicacional da igreja:

> - Nível 1: formação dos receptores – aprimorar o senso crítico do receptor, evitar os conteúdos que trazem " prejuízo espiritual". Aqui, destaca-se o papel do sacerdote, das famílias e da catequese.
> - Nível 2: formação pastoral – sacerdotes devem preparar-se para poder usar o *mass media*. Posturas e linguagem apropriadas são as principais características de um bom comunicador.
> - Nível 3: formação especializada – instruções para quem já trabalha ou tem conhecimento dos meios. Procurar uma formação acadêmica. (DARIVA, 2003, p. 144-145).

Em relação à família e aos meios, vale destacar a mensagem de João Paulo II, em 1994, que propõe uma reflexão sobre os meios de comunicação nos lares. Quando bem usados, os meios poderiam enriquecer a família e aproximar os membros, mas, por outro lado, eles poderiam isolar as pessoas, estimular a violência e pregar o ceticismo, sentenciava o papa. Sugeria também que se deveria criar uma visão crítica, apresentando novas propostas de evangelização através dos meios junto aos produtores e dirigentes dos veículos de comunicação.

Os apontamentos mais substanciais sobre a liturgia da CNBB, datados dos primeiros anos de 1990, estão contidos em um livro chamado *Liturgia de rádio e televisão: conclusões de quatro encontros nacionais* (1994), um manual para se empregar a liturgia nos meios de comunicação. Nele, era proposta a união dos católicos pela "mesma fé e eletronicamente pelo mesmo rádio e mesma televisão". As diretrizes apontavam para uma modernização nos cânticos e na forma de executar a missa nos meios eletrônicos, tudo isso obedecendo a uma hierarquização mais rígida que disciplinasse o processo litúrgico por parte dos líderes e das comissões pastorais ligadas aos meios. Nessas diretrizes, observa-se ainda o método ver/julgar/agir, já citado anteriormente, chamando a atenção para as formas de transmissão das missas e das mensagens religiosas, como adequação de cenários e linguagem apropriada ao meio. Outra característica era a atenção primordial aos documentos conciliares, deixando um pouco à margem os princípios da Teologia da Libertação. Na prática, o documento propõe

a criação de grupos que teriam papéis definidos na liturgia, uns orando no estúdio, outros efetuando as leituras, tudo isso organizado por agentes preparados e iniciados no ofício de comunicador. A prática desse tipo de liturgia estava atrelada à ideia de uma mídia mais abrangente, com divulgação em meios de comunicação internos e externos à igreja, que seriam mais eficientes se expandissem para mais veículos de comunicação.

Inúmeras foram as experiências em programas de rádio e produção de material audiovisual por parte dos católicos nos anos de 1980 e 1990. Dentre as atuações existentes no cenário latino-americano, destacam-se duas experiências de emissão radiofônica. A primeira, em 1985, na área rural de Petrolina, sertão pernambucano. Uma emissora de rádio local divulgava projetos da diocese, incentivando a população rural a escrever e noticiar as principais informações da região. Através do rádio, as comunidades trocavam experiências e faziam reivindicações em conjunto, além de produzirem programas educativos e religiosos, sempre com o apoio da diocese[11]. A segunda experiência trata-se do projeto executado pelo Centro de Comunicações e Educação Popular São Miguel Paulista, o qual tinha como finalidade a publicação de um jornal mensal, intitulado *Grita Povo,* além de integrar também experiências radiofônicas com sistema de som, alguns toca-discos e microfones, então levados até as comunidades carentes.[12]. Com relação à área radiofônica, não se pode deixar de mencionar uma das principais vozes da ala progressista brasileira, embora esta tivesse sido interrompida, em 1973, pelo regime militar: a Rádio 9 de Julho. Pertencendo à cúria diocesana paulistana, a rádio servira para Dom Paulo Evaristo Arns criticar a ditadura militar. Em 1986, havia uma expectativa de devolução da concessão da rádio por parte do governo, mas esta foi vetada pelo então Ministro das Comunicações, Antônio Carlos Magalhães.

No ano de 1991, em Juazeiro (BA), o Bispo Dom José Rodrigues de Souza criou o Setor Diocesano de Comunicação Audiovisual. O órgão produzia programas e noticiários radiofônicos, vídeos e jornais para toda a diocese. Ainda nos anos 1990, destacam-se os programas radiofônicos produzidos pela diocese de Parintins (AM) e que eram veiculados por três emissoras pertencentes à igreja local. Na mesma época, a cidade de São João Del Rei (MG) também foi palco de uma série de cursos voltados a comunicadores, fato que lhe rendeu a edição do folhetim *Vínculo Diocesano*.

[11] *Revista Eclesiástica. Brasileira*, p. 561, set. 1985.
[12] *Família Cristã*, p. 56, ago. 1987.

Outras experiências de católicos na grande imprensa são apresentadas na edição de novembro de 1994 da *Família Cristã*. A reportagem trazia o exemplo de dois profissionais que utilizavam os princípios cristãos na prática jornalística. Um deles era o editor assistente da revista *Isto É*, Gilberto Nascimento, que adotava princípios cristãos em suas matérias; o outro exemplo era da *Rádio Imprensa*, de São Paulo, com programa de cunho católico levado ao ar aos domingos à noite. A jornalista Rosangela Byanchi narra sua experiência:

> Não falo só para um publico católico, mas procuro sempre comunicar mensagens de amor e fé em Deus de uma maneira que não pareça que estou catequizando. Este é o fio condutor de todo meu trabalho. Acredito que devemos usar os meios de comunicação também para ajudar e orientar as pessoas nesse sentido e meu programa tem tido muita repercussão.[13]

A politização alcançada pela campanha presidencial de 1989 transferiu-se para dentro da igreja, com o apoio dos progressistas a Lula e os conservadores inclinados a votar em Collor. Isso causou a perda de muitos fiéis que pareciam considerar as aflições da alma mais importante do que as lutas políticas e sociais. No interior da igreja, a figura desgastada de Leonardo Boff era trocada pelas músicas intimistas de Padre Zezinho e, na sequência, o fenômeno musical Padre Marcelo Rossi daria mais um empurrão na ala progressista rumo ao ostracismo.

No campo televisivo, os católicos, quer conservadores ou carismáticos, quer progressistas, se encontravam ainda distantes da possibilidade de conquistarem o espaço almejado com relação à produção televisiva. As políticas publicas e a legislação em vigor não permitiam o acesso rápido e sem articulação política. Enquanto a esquerda católica continuava buscando o maior acesso aos meios através de conscientização política, os carismáticos e evangélicos entendiam que o capital particular poderia viabilizar a conquista de espaços televisivos.

1.2 Os católicos e a democratização dos meios de comunicação

Alguns setores da Igreja católica entendiam que a democratização dos meios seria concretizada com a Assembleia Constituinte, de 1987/88. Havia uma expectativa de que a nova Carta Magna, a ser elaborada por civis e defensores da democracia, garantisse e promovesse a participação popular nos processos de comunicação social. Deve-se ressaltar

[13] *Família Cristã*, p. 52, nov. 1994.

aqui que, em meados dos anos 1980 e início da década de 1990, o Brasil passava por um processo de redemocratização da política nacional. Foi um período notabilizado por inúmeros pacotes econômicos desastrosos e, em razão das eleições diretas para presidente, em 1989, políticos de atuação regional ganharam a oportunidade de se mostrar como uma nova opção para o povo brasileiro, em grande parte via meio televisivo, como eram os casos notórios de Fernando Collor e Lula. Paralelamente, a televisão torna-se o principal meio para difusão religiosa, e as instituições católicas perdiam espaço na TV tanto na questão de conteúdo veiculado quanto na posse de canais televisivos.

Desde 1985, a CNBB já participava de movimentos que deveriam tomar parte na elaboração da Nova Constituição do Brasil. Juntamente com entidades como a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), a Associação Brasileira de Imprensa (ABI) e partidos de esquerda, articulavam-se para atuar diretamente nos trabalhos de elaboração da Nova Carta. Dentre os temas que deveriam ser levados para discussão, ganhou destaque a comunicação social. No ano seguinte, promoveu-se o Encontro Nacional de Jornalistas, sob liderança da FENAJ, onde foram elaboradas propostas para políticas na área de comunicação social. Segundo Marcio Vieira de Souza (1996), nesse encontro foi proposto um novo sistema público de comunicação social, que teria como protagonistas entidades civis sem fins lucrativos e cujo sistema de concessão de radiodifusão deveria ficar a cargo de um órgão do governo, submetido ao Congresso Nacional.

Importante manifestação acerca da democratização da mídia e da reformulação do sistema de comunicação elaborados pela igreja viria da parte de Dom Ivo Lorscheiter, um ano antes da eleição Constituinte. Em 1985, Dom Ivo, em sua Carta aos Comunicadores, ressaltava e lamentava a ausência da igreja na mídia, e apontava como responsáveis por tal fato a economia e o monopólio vigentes na ordem comunicacional brasileira. Como solução ao problema, o então presidente da CNBB oferecia o seguinte caminho: “Mas com a graça do Senhor e com a força do Evangelho, iremos continuar e até intensificar esforços por praticar uma verdadeira comunicação no interior das nossas igrejas, bem como por instaurar uma ordem autêntica de comunicação massiva em nossa sociedade”. (LORSCHEITER, 1985, p. 19)

Não por acaso, o documento de número 36, editado pela CNBB, datado de 1986 e intitulado *Por uma nova ordem constitucional*, assinalava a defesa católica dos valores morais e das liberdades políticas, preconizava a educação cultural religiosa através dos meios de

comunicação social, bem como sua necessária democratização no Brasil. Fazendo alusão às diretrizes de Puebla e sem perder de vista a futura instalação da Assembleia Constituinte, o documento defendia o direito à "informação honesta" sobre os reais acontecimentos referentes à administração pública e à sociedade, inclusive para que tais fossem oriundas de diversas fontes e emitidas por meios de comunicação "verdadeiramente livres" e "não sujeitos ao arbítrio de governantes ou a pressões do poder econômico". (DARIVA, 2003, p. 528). Dom Ivo Lorscheiter, em um evento de comunicadores católicos, realizado em 1985 na cidade paulista de Piracicaba argumentava que:

> [...] quando a igreja, no Brasil, defendia os direitos humanos e pedia respeito à pessoa sempre recebia aplausos dos grandes órgãos de imprensa. Quando, porém começou a postular uma nova ordem econômica e da informação, muitas vozes, principalmente nos meios mais conservadores, logo protestaram.[14]

Afinadas com as diretrizes da CNBB em termos de crítica ao monopólio da mídia e defesa da democratização à informação e do acesso popular aos meios de comunicação, e com perspectiva de ver tais assuntos serem debatidos pela Assembleia Constituinte, a Revista *Família Cristã* abriu, entre 1986 e 1987, espaço em suas edições para tratar de questões referentes à necessária alteração do quadro comunicacional brasileiro. Em março de 1986, o artigo *Olho vivo na comunicação,* abordava a importância de se utilizar corretamente as novas tecnologias da área de comunicação e lutar pela universalização do direito de comunicação para todas as classes da sociedade, bem como pelo acesso à informação e à produção de conteúdo. Baseado nas diretrizes da Conferência de Puebla, que denunciava os monopólios das empresas de comunicação na América Latina, o artigo preconizava:

> Os mais voltados à realidade da comunicação, porém, sabem perfeitamente que não basta dispor de equipamentos sofisticados, capazes do mais amplo alcance, para se ter uma comunicação autêntica e satisfatória; para que esse processo, hoje atingindo dimensões tão relevantes, esteja realmente a serviço do bem comum. É mais que sabido o quanto tais instrumentos são utilizados para a manutenção de um estado de coisas que favorece apenas os interesses da classe dominante; o quanto esses meios vêm sendo manipulados como mecanismos de controle da população, seja pela forma parcial de se tratar certos acontecimentos fundamentais para a sociedade, seja pela total omissão diante de outros ou mais importante.[15]

[14] Texto extraído do I, II e III Consultas sobre Comunicação e Teologia, UCBC, Piracicaba - SP, Petrópolis – RJ e Embu - SP, de 1982 a 1985.
[15] *Família Cristã,* p. 48, mar. 1986.

Na edição de abril daquele mesmo ano, a revista abria espaço para um artigo de autoria de Laurindo Lalo Leal Filho, intelectual com atuação no campo acadêmico comunicacional, que se portava como defensor de uma nova política de concessões no Brasil, porém sem vínculos com grupos religiosos. Em seu artigo, Leal Filho trazia uma clara e veemente análise crítica sobre a relação do Estado brasileiro e dos concessionários da radiodifusão e, também, preconizava em linhas gerais o caminho para alterá-la:

> [...] é preciso questionar o direito que o Estado tem sobre as ondas. Não deve haver monopólio sobre algo que é público. A opção sobre quem pode ou não ter um canal de rádio ou televisão não deve ser mais uma decisão pessoal do Presidente da República. Há propostas para que isso seja feito no Congresso Nacional, de uma maneira mais democrática. E, além disso, antes de chegar ao Congresso, que a concessão de um canal seja analisada por um conselho de telecomunicações onde estejam representadas as mais variadas entidades da sociedade civil.[16]

Meses depois, a revista *Família Cristã,* publicava artigo de José Marques de Melo tratando do acesso popular aos meios de comunicação social. Embora defendesse a democratização dos meios, Marques de Melo ressaltava que não se poderia focar tal processo apenas no objetivo de dar voz aos pobres por meio de instrumentos mais simples de comunicação, tal como era defendido em várias instâncias católicas, como a UCBC. Atuante no campo comunicacional brasileiro, o autor reconhecia o protagonismo do meio televisivo e defendia que sua difusão para outros grupos, como, por exemplo, as universidades, seria imprescindível. Ademais, ele não deixava de salientar ao leitor a relação entre a televisão e o poder dirigente nacional:

> As classes populares não encontram espaço no vídeo porque os canais de televisão funcionam como um importantíssimo pilar de sustentação do poder vigente. Assim, não interessa ao sistema de comunicação que aí está discutir efetivamente os problemas sociais sob a ótica popular. Fiéis ao desígnio das classes dirigentes, a tevê acaba utilizando o próprio fato jornalístico como instrumento de controle social.[17]

Dentre os profissionais ligados à revista *Família Cristã*, o jornalista Fúlvio Giannela Júnior foi a principal voz do grupo Paulinas em defesa da democratização dos meios, com intensa atividade entre 1986 e 1987. Suas matérias abordando o tema eram, geralmente, editadas em duas páginas. Em setembro de 1986, Gianella Júnior discorria sobre os problemas do acesso aos meios, fazendo críticas ao modelo de jornalismo desempenhado no Brasil:

---

[16] *Família Cristã*, p. 48, abr. 1986.
[17] *Família Cristã*, p. 48, set. 1986.

"Funcionando como porta-vozes oficiais e contemplando a sociedade a partir da visão das elites, os programas jornalísticos na televisão omitem do vídeo o mundo das classes subalternas, que só aparecem no noticiário sob a forma de desvios sociais".[18] E o autor seguia em sua matéria apontando excessos e distorções que os veículos jornalísticos produziam, além de afirmar que posições sustentadas por uma burguesia eram privilegiadas pela mídia. Ao fim, tecia críticas aos programas de entrevistas veiculados pela TV, sugerindo que eles também eram colocados a serviço de uma parcela privilegiada da sociedade, tanto que os temas neles tratados não eram de conhecimento amplo da maioria da população.

Em outubro de 1986, Gianela Júnior trataria do papel social da mídia, em especial da televisão. Em seu artigo enfatizava que caberia aos profissionais da informação cumprirem a importante função social de informar com neutralidade ao seu público os acontecimentos relevantes ocorridos tanto em sua comunidade como no mundo todo. Gianella Júnior insistia que o modelo de radiodifusão brasileiro não contribuía para o maior acesso da grande massa aos meios de comunicação e para a mudança social das classes menos abastadas da sociedade:

> Em virtude da importância social da informação, os meios de comunicação de massa deveriam cumprir o importante papel social de conduzi-la em favor da coletividade. Contudo, cada vez mais influente, a mídia eletrônica, tolhida e controlada pelas classes dirigentes, transformou-se num eficiente tentáculo do poder a serviço de interesses particulares.[19]

Na edição de novembro de 1986, a *Família Cristã* publicava matéria intitulada *Democracia também para a comunicação*, assinada tambem por Gianella Júnior, cujo texto chamava a atenção do leitor para a importância da nova Carta Constitucional e a possibilidade de uma maior liberdade nos meios. O autor destacava: "Nosso sistema de comunicação social não está estruturado de forma compatível com os princípios de liberdade avocados pelo Estado brasileiro, por isso é preciso reformulá-lo, e o Congresso Constituinte apresenta-se como o fórum de debates adequado para tratar da questão''.[20] Nesse mesmo artigo, o jornalista recorria a especialistas, como Fabio Comparato - o qual havia observado a dificuldade de normatizar o meio midiático para que se evitassem privilégios nos processos de concessão pública -, para fundamentar sua tese, e cita ainda Perseu Abramo: "A área de comunicação social na vida moderna afeta de forma tão profunda o conjunto da população

[18] Família Cristã, p. 48, set. 1986.
[19] Ibidem.
[20] *Família Cristã*, p. 48, out. 1986.

que é inconcebível deixá-la subordinada às atividades da empresa privada ou mesmo nas mãos do Estado" [21].

Ainda sobre a posse da mídia restrita às mãos de grupos familiares pertencentes a "uma elite", as revistas católicas publicavam resultados de fóruns de comunicadores que debatiam sobre o sistema de concessão de TV como, por exemplo, os debates ocorridos no XV Congresso de Comunicação Social, então promovido pela UCBC, em outubro de 1987, e na Assembleia Constituinte, que estava em plenos trabalhos. Os participantes do congresso exigiam a democratização dos meios de comunicação e sugeriam que "a solução, seria a criação de um conselho integrado por representantes de vários setores da sociedade para tratar da concessão de emissoras e executar uma política capaz de evitar abusos por parte dos meios de comunicação".[22]

Em livro publicado pela Editora Paulinas, Ismar Soares, que compreendia bem o processo de concessões, defendia a ideia de que as mudanças no campo comunicacional brasileiro seriam determinadas pela via política de Estado e que caberia a este promover ações para fortalecer a democracia. Ciente da importância dos meios de grande abrangência, como a TV, tanto no campo comunicacional quanto no político, Soares justificava as reivindicações por democratização do acesso popular aos meios nos seguintes termos:

> Esta democratização é, na realidade, a realização bem concreta do direito à comunicação, que consiste não só em receber mensagens, mas assegurar condições tais que permitam o acesso aos meios, também de massa, de amplos setores que hoje são simples e passivos receptores. Nisto os meios do Estado devem se converter em modelos. (SOARES, 1988, p. 232).

Ademais, Ismar Soares, na mesma publicação, apresentava de maneira geral formas de propriedades dos meios que pudessem favorecer a democratização do campo comunicacional:

> Com respeito à propriedade dos meios, a democratização de que vínhamos falando abre certo leque de possibilidades. É preciso superar aqui esquemas rígidos como únicas soluções. Faz-se necessário ter bem presentes os objetivos a conseguir, e, em função destes, dosando bem realismo e utopia, formular políticas e estratégias correspondentes. Pode-se chegar assim a uma combinação de formas de propriedade (estatal, social, cooperativa, privada, mista; participativa autogestionária, co-gestionária etc.) que permitam efetiva democratização. (SOARES, 1988, p. 234)

[21] *Família Cristã*, p. 48, out. 1986.
[22] *Família Cristã*, p. 10, dez. 1987.

Organismos ligados à igreja também discutiam a possibilidade de maior acesso popular aos meios. O documento do Departamento de Comunicação Social do CELAM, por meio de publicação, em 1988, reivindicava:

> Desenvolver, junto àqueles atores sociais (instituições estatais, empresariais, populares, associativas, culturais, educacionais, etc..) as tarefas que levem ao estabelecimento de novas políticas de comunicação que tomem como ponto de partida a realidade concreta do homem latino-americano, com seus anseios, sua riqueza cultural e religiosa, suas características, sua situação de dependência, de pobreza, marginalização, injustiça e incomunicação.[23]

Grupos católicos vinculados à ala progressista divulgavam material sobre como o cristão deveria se comportar e agir diante dos meios. Também denunciavam o monopólio existente no campo comunicacional brasileiro, fortalecendo suas teses de que a mídia seria um dos pilares do colonialismo. Sobre o conteúdo dos produtos midiáticos, eles chamavam a atenção para que o fiel não fosse somente um receptor, aceitando passivamente qualquer tipo de informação, e que refletisse sobre o conteúdo. Para tanto, pregavam que a igreja deveria contar com os serviços prestados por agentes de comunicação, profissionais de mídia, os quais poderiam colaborar com a Pastoral da Comunicação[24]. Iraci Didoné frisava o papel dos líderes de comunidades e a necessidade de transformar os processos de comunicação:

> Novamente se enfatiza o papel do agente ou líder no sentido de romper com a comunicação piramidal e propor novas formas de participação, onde a cultura de cada um é valorizada, suas ideias e projetos, suas experiências de fé, e atuação política, mesmo que surjam contradições e divisões internas. Aos poucos, o líder agirá de forma a superar as divergências, caso atinjam o projeto da comunidade. Assim, todos os membros tomam consciência de que ninguém é dono da verdade; todos têm o direito de participar e não haverá um único informante, repetindo em célula microscópica o que a Globo faz nos horários de maior pico de audiência. (DIDONÉ, 1989, p. 80)

Grande parte das críticas que os católicos faziam aos meios de comunicação tinha o caráter de defender a imagem de sua instituição e seus posicionamentos ante a Assembléia Constituinte. A ideia era mostrar que a televisão estava denegrindo a igreja e mostrando temas atentatórios aos dogmas católicos e, sem um meio de comunicação significativo no cenário nacional através do qual pudessem se manifestar, restava-lhes tecer críticas. Monsenhor Arnaldo Beltrami, responsável pela Assessoria de Comunicação da CNBB, protestava contra

---

[23] CONSELHO EPISCOPAL LATINOAMERICANO. *Comunicação*: missão e desafio. São Paulo: Paulinas, 1988. p. 245.

[24] *Família Cristã*, p. 48, mar. 1986.

os grandes meios de comunicação afirmando que as empresas que os geriam estavam chegando ao ponto de interferir na política nacional brasileira e desestabilizar o governo, e contra a soberania nacional. Segundo ele:

> [...] os grandes meios de comunicação tratam a igreja de forma injuriosa porque ela defende as justas aspirações da população, como reforma agrária, direitos indígenas, participação popular na Constituinte [...], os grandes meios de comunicação são conservadores porque mantém as coisas como estão, não dando espaço positivo às instituições e pessoas que promovem mudanças sociais.[25]

Dermi Azevedo, repórter da *Folha de S. Paulo*, destacava a expectativa da igreja brasileira quanto aos trabalhos constituintes e sobre o direcionamento que a Campanha da Fraternidade de 1989 deveria tomar em seus princípios, calcada em aspectos do futuro texto-base da campanha. Nesse sentido o jornalista analisava:

> A CNBB defende, também, no texto-base, os direitos à informação de opinião, ao pluralismo cultural e a livre iniciativa. Destaca que esse último direito deve ser garantido, não porém sem resguardar o direito da comunidade em fiscalizar o uso social que se faz dos meios de comunicação social. Continua afirmando que para este princípio seja efetivo, deve-se dar condições para que as classes populares tenham a possibilidade de promover seus próprios meios de comunicação.[26]

Os católicos vislumbravam novos rumos para o setor de comunicação com o advento da Nova Carta constitucional. A indicação de Antônio Carlos Magalhães para chefiar o Ministério das Comunicações, feita por Tancredo Neves e ratificada por José Sarney, já indicava como seria tratado o tema das comunicações sociais na Constituinte. A indicação não agradou aos setores progressistas da igreja e membros do MDB. Sobre a indicação do nome de Antonio Carlos Magalhães, José Salomão David Amorim (1988, p. 29) salienta que Tancredo o nomeou devido a favores recebidos pela bancada baiana na eleição do Colégio Eleitoral de 1985 e pelo combate à candidatura de Paulo Maluf. Destaca, ainda, que Antônio Carlos Magalhães representava os setores não comprometidos com a mudança das políticas de acesso aos meios de comunicação social, notadamente no que se refere às propostas dos setores ligados à esquerda e de entidades de classe de inspiração progressista.

O sistema de concessão pública de veículos de comunicação não é de fácil compreensão para aqueles que não fazem parte do campo comunicacional. Trata-se de um processo que depende de um entendimento jurídico e de capital político suficiente para ter

[25] *Folha de S. Paulo*, p. A-4, 9 jun. 1988.
[26] *Folha de S. Paulo*, p. A-4, 22 jul. 1988.

seus interesses defendidos nas comissões temáticas do Congresso Nacional. O processo de concessão de radiodifusão, apesar de ter uma legislação específica, não estava imune às interpretações diversas e interferência política. No âmbito político, a televisão brasileira foi valorizada sobremaneira pelo regime militar. Mesmo durante o período democrático iniciado em 1946, os militares já se mostravam totalmente interessados na formação de um modelo regulador da radiodifusão nacional. Assim, nascia a TV brasileira e dava os seus primeiros passos por meio da iniciativa privada, porém ela esbarraria nas necessidades reguladoras do Estado, as quais se concretizariam através da Lei 4.117, de 27 de agosto de 1962, que foi estabelecida, portanto, durante a presidência democrática de João Goulart, e instituía o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT). Apesar disso, é preciso salientar que foram os militares e seus aliados civis que, por razões de segurança nacional e de mercado, criaram as condições de infraestrutura física indispensáveis à consolidação de uma mídia nacional. Eles foram "os que primeiro fizeram uso político dela, não só como recurso à censura, mas, sobretudo, com o apoio conquistado das principais redes impressas e eletrônicas, algumas consolidadas durante o próprio regime militar" (LIMA, 2004, p. 51). A opção pela integração nacional, via rede de telecomunicação e o avanço da infra-estrutura nesse setor, propiciaram a criação de oligopólios no setor de telecomunicações durante o regime militar.

As primeiras tentativas de regular o setor de telecomunicações no Brasil datam de 1917 e buscavam limitar e dar exclusividade ao cidadão brasileiro o direito de ser concessionário. As discussões sobre a quantidade e o tempo das concessões vinham sendo travadas desde 1924, ano do decreto 20.047, que tratava a radiodifusão como assunto de interesse estratégico nacional, assim como o decreto 16.657, de 5 de novembro de 1924. Sobre o decreto de 1924, Marcus A. Martins (2007, p. 307) salienta:

> Esse decreto determinava, por meio de seu artigo 51, que as licenças para a radiodifusão só seriam outorgadas, a partir de concessões federais, a sociedades nacionais que propusessem "exclusivamente a fins educativos, científicos, artísticos e de benefício público" dependendo de autorização prévia do governo a divulgação de anúncios comerciais e noticias de caráter político.

Sobre a evolução da legislação que trata da posse dos meios de comunicação, Cesar Ricardo Siqueira Bolaño (2007, p. 11) chama a atenção para a pressão que os empresários da radiodifusão empreenderam para o estabelecimento de regras sobre o espectro eletromagnético, posse e tempo de concessão. As manifestações foram proferidas no I Congresso Brasileiro de Radiodifusão, em 1946. A discussão evoluiu anos mais tarde com o Decreto 29.783, de 1951, quando Getúlio Vargas determinou a redução do tempo de

concessão para três anos, lei essa que seria revogada após sua morte. Em 1962, surge o CTB, o qual estabelecia ao Executivo federal o papel de distribuidor das concessões de radiodifusão e exercício de atividades de fiscalização no setor. Entretanto, os critérios realmente utilizados para as outorgas de canais foram essencialmente políticos e o poder de fiscalização mostrou-se muito tímido e inoperante. Sobre o advento do CBT, Bolaño (2007, p. 12) ressalta:

> Abre-se o campo, assim, para a consolidação, no país, diferentemente do que ocorrera em larga escala na Europa, por exemplo, de um sistema comercial privado de rádio e televisão, com base num modelo de concessões públicas - para 10 e 15 anos respectivamente, renováveis por períodos idênticos e sucessivos -, ainda que preservando o direito da União de executar serviço idêntico, dando preferência, no processo de outorgas, às pessoas jurídicas de direito público, inclusive universidades.

Contudo, em 1967, o Código sofreu algumas mudanças. Os militares, através do Decreto 236, tornaram mais rígido e centralizador o marco regulatório, com maior restrição à posse e limitando em 10 o número de concessões para cada grupo.

Durante o chamado governo de transição, sob a presidência de José Sarney, as concessões para radiodifusão e os benefícios aos concessionários seriam utilizados como moeda de troca na política. A segunda metade da gestão Sarney tornou o Ministério das Comunicações, pasta então dirigida por Antônio Carlos Magalhães, em um verdadeiro balcão de negócios. Durante o mandato de Sarney, o governo federal distribuiu 1.028 concessões de rádio e televisão e, dentre essas, grande parte foi concedida como forma de obter, juntamente com seus aliados, a maioria no Congresso Nacional para que fosse, enfim, aprovada a extensão do mandato presidencial para cinco anos. Aquela distribuição de concessões não contemplava as reivindicações de vários grupos sociopolíticos, especialmente no que dizia respeito ao caráter público e democrático da radiodifusão, assim como desprezavam os princípios da nova Constituição, a qual visava colocar fim aos privilégios para concessões e para o funcionamento de empresas concessionárias de TV, tão usualmente distribuídos durante o regime militar.

O processo de concessões favorecia quem já possuía meios de comunicação e/ou tinha relações políticas influentes no Congresso Nacional. Costa e Brener (1997, p. 10) consideram que o processo de concessão de rádio e televisão reforçaria o poder político de grupos em determinadas regiões, transformando o antigo coronelismo rural e patriarcal em um novo coronelismo eletrônico:

> Se as raízes dos velhos coronéis remontam ao império, os coronéis de agora emergiram principalmente a partir do regime militar. Os primeiros são expressão de um Brasil predominantemente rural, enquanto os novos coronéis são atores políticos de um país majoritariamente urbano. O coronel de hoje mantém práticas típicas do antigo coronel, como usar a sua influência junto ao governo para arranjar emprego para os apadrinhados ou levar obras e melhoramentos para as suas bases eleitorais, mas mudou muito a forma de fazer política. Se antes os métodos de cabala de votos se resumiam às instruções, dadas aos cabos eleitorais e aos comícios, é inegável que a televisão e o rádio se tornaram um novo e decisivo cenário da batalha política estadual e municipal.

No processo de elaboração da Carta Constitucional, instalavam-se comissões para debater e legislar sobre vários temas. A comunicação social era discutida através da Subcomissão de Ciência, Tecnologia e Comunicação.

Desde 1987, a igreja já vinha articulando seu "lobby" para atuação direta nas comissões. Nesse ano, sob a liderança de Dom Luciano, a CNBB procurou unificar o discurso a fim de obter apoio de outras entidades civis:

> Pela primeira vez na história de sua participação nos processos de elaboração das constituições brasileiras, a CNBB buscará, a partir da segunda quinzena deste mês, entidades como a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), a Associação Brasileira de Imprensa (ABI), centrais sindicais e, inclusive, a União Nacional dos Estudantes (UNE), para debater a possibilidade de uma plataforma comum a ser defendida nas oito comissões temáticas do Congresso constituinte, em torno de temas consensuais. Essas entidades serão contatadas pela Comissão Nacional Justiça e Paz, com sede no Rio de Janeiro, presidida pelo cientista social Cândido Mendes de Almeida, irmão do secretário-geral da CNBB, Dom Luciano Mendes de Almeida.[27]

Essa centralização das decisões para a ação junto ao Congresso Nacional dentro do processo da Constituinte gerava críticas aos líderes da CNBB. Porém, a força política de Dom Luciano fez com que as informações passadas ao público católico sobre o andamento dos trabalhos da Constituinte tivessem uma fonte oficial e muito influente entre o meio católico. Assim sendo, formou-se a Comissão de Acompanhamento à Constituinte da CNBB que iria reproduzir notícias através de boletins, vinculados nos espaços católicos nas rádios espalhadas pelo Brasil, nas revistas e nos jornais católicos e não católicos. Também seria dado incentivo para que os fiéis da igreja se manifestassem através de cartas e as enviassem aos membros da Assembleia Constituinte. Um dos nomes indicados pela CNBB, que, segundo a entidade poderia defender projetos católicos no processo Constituinte, era o então senador Fernando Henrique Cardoso. Cândido Mendes fez um balanço sobre a participação da igreja no processo Constituinte e também sobre os interesses específicos da instituição:

[27] *Folha de S. Paulo*, p. A-4, 13 abr. 1987.

> Nenhuma voz foi tão longe quanto a igreja no endereçar-se ao Plenário de Brasília. Não se limitou a tópicos definidos, no quadro costumeiro das campanhas dos lobbies. Falou como interlocutora tradicional do nosso Estado, na organização da sociedade brasileira e no desenho de seu retrato de corpo inteiro. Esta mirada se desdobra especialmente após o Vaticano II sob uma dupla exigência: o que permanece no texto como legado da nossa história e o que ganha como Pastoral, a igreja, na história por se fazer.[28]

Os debates em da regulamentação do setor de telecomunicações no processo constituinte acabaram por evidenciar duas tendências antagônicas e com interesses diferenciados. De um lado, parlamentares considerados progressistas e que representavam entidades de classe como os radialistas, jornalistas e centrais sindicais ligados à esquerda, como a FENAJ e a ABI. De outro deputados e senadores que representavam as entidades patronais e congressistas que possuíam empresas no ramo da comunicação. Faziam parte da Comissão de Ciência, Tecnologia e Comunicação, a deputada Cristina Tavares e o deputado Artur da Távola, parlamentares representantes de setores considerados progressistas, que pregavam uma maior abertura e maior acesso aos meios de comunicação. Sobre as diretrizes que vinham sendo contempladas pela comissão que discutia a comunicação social, Amorim (1988, p. 36) assevera: "No andamento dos trabalhos, a euforia deu lugar ao desencanto. Ao se analisar o caminho percorrido pelas propostas de políticas nacionais de comunicação, verifica-se que as teses progressistas foram pouco a pouco sendo desfiguradas e abandonadas".

Posteriormente, as propostas discutidas passaram pela Comissão de Sistematização, a qual sepultou a maioria das oriundas dos setores progressistas. Amorim destaca, ainda, que não se poderia mais reverter o cenário, pois, segundo ele, as forças conservadoras prevaleceram nas comissões e que se deveria concentrar esforços para o bom funcionamento do Conselho Nacional de Comunicações, criado pela Constituinte para estabelecer e gerenciar as políticas do setor, incluindo a outorga de concessões. Posteriormente o Conselho seria integrado, em sua maioria, pelos próprios donos dos grandes meios de comunicação, o que dificultava mudanças significativas no processo de acesso à posse dos meios de comunicação: "Isso pode ser evidenciado em sua pela relação de nomes que formaram a primeira e a segunda gestão do Conselho de Comunicação Social, já que os empossados, em sua maioria, são ligados à grandes empresas de comunicação, instituições de prestígio ou entidades de visibilidade na mídia". (BRITTOS; NAZÁRIO; SIMÕES, 2006)

[28] *Folha de S. Paulo*, p. A-3, 26 ago. 1988.

A Nova Carta definiria o Congresso Nacional como instancia decisória para renovar concessões e discutir sobre as permissões. Apesar da vitória dos conservadores e das entidades ligadas à eles, entendeu-se que algumas propostas da ala progressista foram contempladas, como por exemplo a livre expressão do pensamento, a criação de um Conselho de Comunicação Social e a abertura para uma produção regional.

Antes do final dos trabalhos constituintes, entidades católicas já se mostravam decepcionadas com o andamento das comissões, em especial com aquela que tratava sobre o tema dos meios de comunicação: "A UCBC acredita, em primeiro lugar, que o atual sistema de concessões de canais de rádio e televisão vigente no Brasil é uma permanente fonte de desmandos, clientelismo político e corrupção. Por outro lado, não vislumbra nenhuma melhoria segundo os encaminhamentos que o problema recebeu na Assembleia Nacional Constituinte". (GOMES; PIVA, 1988, p. 10). Em outro artigo, intitulado *Anúncio do evangelho na TV*: desafio à igreja[29], veiculado na REB, em setembro de 1988, foi destaque a reunião do CELAM do mesmo ano, em Tijuana, México. Dentre os temas tratados nesta reunião, o mais comentado foi a Igreja Eletrônica e seus efeitos nos EUA. Os integrantes diziam que o modelo não era o mais indicado para a realidade da América Latina e não atenderia ao propósito de informar bem a opinião pública e nem de difundir a "boa nova" adequadamente, além de indicar convênios que seriam feitos entre rádios norte-americanas e brasileiras.

Em dezembro de 1988, a Constituição já contava com dois meses de promulgação. Frei Bernardo Cansi, da cidade de Ceilândia, Sul do Distrito Federal, em artigo publicado pela REB, consciente de que a Constituição não ampliaria o acesso aos meios comunicacionais para outros setores da sociedade, propõe outras formas para alcançar a evangelização através dos meios de comunicação, levando em conta as dificuldades que a Igreja teria para conseguir concessões de radiodifusão:

> Em catequese devemos formar a consciência crítica a respeito do domínio capitalista quanto ao uso e desfrute, notícias e programações dos MCS (Meios de Comunicação Social – parênteses meus). O interesse dos poderosos é infiltrar nesses meios os produtos, o comércio, a propaganda e a ideologia que lhes interessa. Há, portanto, uma injustiça que deve ser denunciada quanto ao uso e acesso aos MCS no Brasil. Esta dominação dos grandes sobre os pequeninos é antievangélica. Se o catequista não consegue chegar diretamente aos meios e às produções de programas de rádio e TV, poderá organizar abaixo-assinados, cartas, protestos, denunciando este

[29] *Revista Eclesiástica Brasileira*, p. 729, set. 1988.

> imperialismo capitalista existente na comunicação e nos meios que ela emprega. Se não conseguir usar os grandes meios poderá utilizar os meios de comunicação mais populares que, bem usados e organizados, produzem frutos positivos. Usem-se revistas, informativos, folhetos, mimeografados, cartazes, sociodramas, rádio-teatro, dramatizações, encenações, áudio-debates, personificação de objetos, usos de simbolismos, fantoches, marionetes, teatro de sombras, celebrações litúrgicas, caminhadas, dispositivos, filmes, fotolinguagem grupal, murais, modelagem, flanelógrafo, papelógrafo, painel, televisor de papelão, exposição de desenhos.[30]

O autor deixa clara a relevância da televisão, ainda que defendendo formas alternativas de comunicação, como o uso de aparelhos não profissionais, e incentiva o receptor a dialogar com o produtor. Frei Bernardo Cansi também tratava sobre a posse dos canais de televisão por grandes empresas e os conteúdos por eles transmitidos. A alternativa, então, seria promover a evangelização através dos meios possíveis, o que motivou ainda mais a discussão em torno da Campanha da Fraternidade do ano de 1989 que, conforme citado anteriormente, trazia o tema da comunicação para o debate nacional.

Além disso, a Campanha da Fraternidade de 1989 trazia como uma de suas diretrizes denunciar o acesso restrito à posse dos meios eletrônicos no Brasil, em especial o direito à concessão televisiva. Segundo o texto-base da Campanha, a política de comunicação no Brasil favorecia os grupos econômicos e ideológicos em detrimento da maioria da população e os materiais veiculados pelos meios de comunicação incitavam ao consumismo e ao hedonismo. Conforme já observado, a maioria das manifestações e publicações católicas ocupadas com o tema da democratização dos meios de comunicação era produzida por intelectuais e religiosos ligados à esquerda católica e à ala progressista. Em geral, o material católico sobre os meios de comunicação, elaborado durante os anos de 1980, fazia referência à Conferência de Puebla, visando integrar os organismos católicos da área de comunicação social. Seus autores aliavam suas posições sobre a mídia à defesa de uma igreja pautada pela "opção aos pobres". Nessa linha de pensamento, as publicações e manifestações também não descuidavam da participação dos católicos brasileiros na produção de conteúdos midiáticos. Neste período, a órbita da igreja caracterizou-se pela intensificação das mensagens papais em relação à mídia e pela realização da Campanha da Fraternidade de 1989, sob o lema "Comunicação para a verdade e a paz". Já o âmbito político foi pautado pela eleição Constituinte (novembro de 1986), pelos trabalhos da Assembleia Constituinte (1987/88) e pela promulgação da chamada

[30] *Revista Eclesiástica Brasileira*, p. 916, dez. 1988.

Constituição Cidadã (outubro de 1988), bem como seus primeiros anos de vigência, além da eleição direta para a Presidência da República.

Seguem-se as principais diretrizes da Campanha da Fraternidade para ação junto aos meios de comunicação: promover os estudos dos processos de comunicação mantidos pela sociedade, motivando a participação na luta por políticas democráticas de comunicação; analisar os sistemas de comunicação adotados pela igreja, revendo, se necessário, sua política de produção e de distribuição de mensagens; descobrir e desvendar as estruturas de comunicação que desconhecem ou ocultam a situação da marginalidade em que se encontra a grande maioria do povo; criar/dinamizar o Setor de Pastoral da Comunicação para coordenar e animar a ação, o pensamento e o culto da igreja, dentro e fora de sua organização; fazer com que os agentes de pastoral conheçam, compreendam, experimentem o fenômeno da comunicação, para que o mesmo seja integrado à Pastoral de Conjunto e para que as respostas pastorais se adaptem a esta realidade; aprofundar e assumir o Objetivo Geral da Igreja no Brasil, com linha editorial de todo o tipo de comunicação, articulando e servindo aos outros setores de pastoral; programar cursos de formação teológica, pastoral e técnica para agentes de pastoral da Comunicação, a fim de que seja utilizado o Meio mais adequado para responder às necessidades urgentes de hoje; melhorar o conteúdo e a apresentação dos folhetos litúrgicos, para que facilitem a comunicação nas celebrações.

O tema da Campanha da Fraternidade de 1989 era visto pelo Vaticano como um projeto oriundo dos grupos ligados à ala progressista da igreja, com a qual o Papa possuía diferenças político-teológicas. Quando do lançamento da Campanha, e por meio do sistema televisão do Vaticano, João Paulo II pronunciou-se acerca da necessidade dos fiéis de se preocuparem com a qualidade e moralização do conteúdo veiculado pela TV brasileira, ponto comum da pauta de preocupações tanto de grupos católicos conservadores quanto de progressistas. O pontífice alertava, também, empresários e profissionais dos meios de comunicação social para o compromisso cristão que deveriam assumir em uma sociedade mais justa. E asseverava, ainda:

> A Comunicação Social representa um dos bens de maior consumo e seu controle desperta a cobiça do poder, do ter e do prazer da sabedoria terrena, contraposta à sabedoria que vem do Alto. E sucede que para sobreviverem, empresas de comunicação passam a incentivar padrões de comportamento

> que perturbam a ordem da sociedade, nomeadamente a violência, o erotismo e o consumismo.[31]

Em São Paulo, quando do lançamento da Campanha da Fraternidade, Dom Paulo Evaristo Arns politizava o conteúdo das diretrizes do documento-base, tentando vinculá-las ao momento político e às eleições presidenciais. E se aproximava de teses advogadas pela Federação Nacional dos Jornalistas que defendiam, entre outros pontos, a ideia de que as concessões de rádio e TV devessem ser oferecidas, prioritariamente, a entidades sem fins lucrativos.

As discussões em torno do posicionamento dos católicos ante os meios de comunicação, maximizadas pela dinâmica da Campanha da Fraternidade de 1989, ganharam visibilidade na grande mídia. Enquanto a esquerda católica pedia uma maior flexibilização nas leis para estender o acesso e a posse dos meios eletrônicos a uma parcela maior da sociedade, os grandes conglomerados de comunicação procuravam situar os grupos e o teor dos debates dentro da instituição católica, apontando tendências. Quando o tema passou a ser defendido pela CNBB e temas oriundos da esquerda católica entraram em pauta, a cobertura jornalística sofria algumas mudanças ao tratar de temas como concessões, responsabilidade da informação, organismos reguladores foram duramente criticados pela imprensa. Quando se levantava a ideia sobre a possibilidade de haver organismos reguladores da mídia, medidas de controle social do conteúdo vinculado, a grande imprensa não media esforços para combatê-las. Através do fenômeno da proliferação da pauta – aquele através do qual a televisão pauta o jornal que, por sua vez, pauta a revista semanal e assim por diante –, os grandes conglomerados de comunicação entrincheiravam-se para defender o que condenavam como modelo de imprensa livre. A mídia não poupava opinião de setores da igreja que, muitas vezes, se prestavam a reforçar o debate sobre os meios com ideal democrático de comunicação social distante dos defendidos pelas grandes empresas de comunicação. Editorial da *Folha de S. Paulo*, publicado em 11 de fevereiro de 1989, evidenciava a posição de setores da igreja que pleiteavam ações contra o monopólio no campo comunicacional brasileiro, e a presença maior do Estado nele, porém não sem certas críticas:

> As teses defendidas pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) sobre os meios de comunicação de massa oscilam entre resquícios populistas e reacionários e posições de corte democrático. Apesar disto, é mais razoável do que se poderia supor. A crítica aos monopólios e a ingerência do Poder Executivo no setor, em particular nas redes de TV, aponta para uma questão vital à continuidade do regime democrático. A

[31] *O Diário de Barretos*, p. 2, 10 fev. 1989.

> democracia vive do debate, da liberdade de expressão e do pluralismo de opiniões - pressupostos que não podem existir sem a concorrência entre os diversos meios de comunicação de massa e, principalmente, sem uma efetiva autonomia dos mesmos em relação ao Estado.

O editorial seguia discutindo os avanços que a Constituição trouxera no âmbito da liberdade de imprensa, mas asseverava que a legislação que definia sobre a posse dos meios não havia avançado. Para o matutino, os mecanismos de manipulação dos antigos grupos dominantes da "velha república" ainda se faziam presentes. E a crítica ao posicionamento da CNBB, crescia no decorrer do texto, o qual não fazia referência aos pensadores da esquerda católica que discutiam o tema há anos, e apresentava a posição do jornal contra os mecanismos de regulação social do setor de comunicações:

> As demais propostas da igreja estão em última análise articuladas com questão precedente. A prestação de serviços aos consumidores, a transparência sobre a produção cultural, o desenvolvimento de uma consciência crítica em relação à produção de informações transmitidas somente podem se desenvolver se existe uma concorrência efetiva entre os meios de comunicação e independência em relação ao Estado. Contudo, algumas propostas abrem caminho para o estabelecimento de novas formas de censura à produção cultural. Tal é o caso, por exemplo, da garantia de participação da população na gestão da comunicação. Esta orientação, além de seu viés populista, restringe a liberdade de expressão. Ademais o controle dos meios de comunicação é feito através do mercado. As tentativas de impor um controle externo escondem apenas o objetivo de restabelecer a censura, transferindo-a da órbita estatal para a de segmentos específicos da sociedade - como a igreja.[32]

O texto era finalizado tentando desqualificar os argumentos contidos na Campanha da Fraternidade, mostrando contradições da instituição como a falta de democracia na sua própria estrutura:

> Com efeito, a organização carrega uma ambiguidade permanente, uma contradição entre seu objetivo de expressar as opiniões de amplos segmentos da sociedade e seus estreitos princípios doutrinários, que asseguram sua identidade. O choque entre necessidade de se adaptar aos desafios impostos pela modernidade e sua estrutura arcaica refletem-se na ambiguidade de suas propostas. Cumpre, portanto, distinguir, dentre elas, aquelas que beneficiam a sociedade e as que cuidam apenas de assegurar sua sobrevivência enquanto instituição.[33]

Porém, poucos dentro do meio católico avançavam quanto ao tipo de modelo televisivo que deveria ser adotado no Brasil, ficando este assunto engessado, muitas vezes, na reivindicação pela posse e concessão dos meios. Essa discussão permaneceu restrita aos

[32] *Folha de S. Paulo*, p. A-4, 11 fev. 1989.
[33] Ibidem.

intelectuais ligados à academia e em número reduzido. As críticas concentravam-se ainda sobre o monopólio e sobre a dificuldade de acesso às concessões de rádio e TV. “No Brasil de hoje, os grandes Meios de Comunicação Social, os MCS, também chamados de ‘grande imprensa’, constituem poderoso oligopólio. Estão quase todos concentrados nas mãos de seis famílias [...]”, destacava a *REB.*[34] Padre Augusto Pereira (1994), nos anos 90, utilizaria o termo “capitanias do ar” para enfatizar o poder concentrado das concessões.

Nos anos de 1990, apesar de contar com vários programas de rádio e programas televisivos de curta duração, como a transmissão de missas e comentários de bispos, vide aqueles feitos por Dom Eugênio Sales em emissoras do Rio de Janeiro, os clérigos brasileiros não tiraram de pauta as reivindicações para que a igreja, no Brasil, tivesse maior presença midiática. No documento produzido em outubro de 1993, por meio da II Assembleia Nacional dos Organismos da Igreja, em Itaici (SP), foi debatido sobre o tema de expansão do evangelho e os desafios para a entidade nos próximos anos: “O empenho com a inculturação do evangelho na complexa situação da cidade e a maior presença da igreja nos meios de comunicação de massa, lutando para que esses meios sejam serviços socializados em prol do povo, e não objeto de monopólios”.[35] Nesse período, os textos abordavam mais detidamente sobre a urgência da igreja em contribuir para melhorar a qualidade das informações, seja através do avanço das experiências bem sucedidas, seja reivindicando um espaço permanente no sistema de concessões de rádio e TV.[36]

Ao olhar a preocupação de integrantes da Igreja católica em relação ao maior acesso aos meios de comunicação, pode parecer que a instituição não possuía participação na mídia. Alguns articulistas apontam que isto acontecia não pela falta de canais de comunicação, mas pela falta de organização entre aqueles já operados por integrantes da igreja. Em 1988, a igreja transmitia semanalmente 32 missas por meio de várias emissoras de TV e mais 700 pelas emissoras de rádio. Possuía ainda 110 emissoras de rádio, algumas de alcance nacional, como a Rádio Aparecida, além de possuírem uma concessão de TV em Pato Branco, no Paraná, gerenciada por freis franciscanos. Nesse período, a igreja controlava também 25 jornais diocesanos e 10 jornais não diocesanos, além de mais de 35 revistas de menor abrangência. As explicações para não conseguir articular todos esses meios partiam das justificativas de que faltavam recursos financeiros aos investimentos para qualificar pessoal

[34] *Revista Eclesiástica Brasileira*, p. 695, set. 1993.
[35] *Folha de S. Paulo*, p. 28, nov. 1993.
[36] *Revista Eclesiástica Brasileira*, p. 459, jun. 1988.

com a finalidade de desenvolver políticas de gerenciamento e adquirir equipamentos. Um dos exemplos dessa falta de gerenciamento foi a tentativa frustrada da CNBB, em 1988, de lançar um semanário nacional. A reivindicação pelo acesso aos meios por parte de integrantes do clero não pode ser vista somente como democratização da informação e posse das concessões. Trata-se de uma política institucional que visava, igualmente, impor um controle social sobre os meios de comunicação, com base na moral e nos valores do mundo católico

A partir dos anos 1990, os católicos passaram a apoiar ações isoladas como, por exemplo, projetos de lei que mudassem o sistema de concessões, a saber, a Lei da Informação Democrática (LID), de 1993, apresentada por intelectuais da área de comunicação e amplamente bem recebida nos meios católicos, mas que não logrou sucesso.

1.3 O controle remoto católico

O controle remoto da televisão não apenas facilitou a vida dos telespectadores em termos de sintonização de canais, como também tornou a vida mais sedentária, além de promover algumas pequenas transformações no hábito familiar de assistir TV. Mesmo que não seja praticante de algum credo religioso, o telespectador não deixa de perceber a avalanche e a proliferação de programas televisivos religiosos, bem como o fato de que a madrugada não é mais o período privilegiado a esse gênero de programação. É comum, durante o processo de "zaping", o telespectador deparar-se com indivíduos rendendo "graças ao Senhor", ou mesmo orando pelos males que afligem as pessoas, rezando um terço, distribuindo conselhos sobre problemas que vão desde o alcoolismo até questões sentimentais e financeiras. Esta constatação revela que o ambiente tradicional de culto não mais está restrito a locais fechados e a plateias específicas. O culto por meio da televisão chegou às casas com uma rapidez e um apelo tão fortes como nunca vistos. O meio religioso não só descobriu a televisão como procura tomar conta dela, seja por meio de expedientes midiáticos ocupados com a mercantilização da fé, seja pela divulgação de representações de cunho religioso sobre os problemas sociais e políticos.

A partir dos anos 1970, a televisão torna-se massiva e de grande audiência. Mudam-se comportamentos e criam-se modas a partir dos conteúdos apresentados nela. As produções televisivas brasileiras ganhavam espaço ante os enlatados estrangeiros e o nível técnico dos profissionais melhorava substancialmente, com méritos especialmente dados à Rede Globo.

Nos anos 1980, a novela tornava-se o principal produto televisivo, e temas como a condição da mulher e movimentos sociais começaram a ser mais explorados. Já nos anos 1990, a competitividade entre as emissoras aumentou e a saída encontrada pelas emissoras concorrentes da Rede Globo foi a conquista da audiência das camadas mais populares. Programas policiais, novelas mexicanas ou nacionais com menor investimento ganhavam a telinha nas tardes e noites brasileiras.

Por ocasião do XXVIII Dia Mundial das Comunicações, comemorado em 6 de maio, (a data pode variar conforme agenda papal), João Paulo II, em 24 de janeiro de 1994, publicou um documento que apresentava alguns conselhos para o fiel sobre como assistir à televisão. O texto indicava, entre outros assuntos, as formas para selecionar corretamente os programas a serem assistidos. A escolha do tipo de programa deveria ser debatida em família e nos organismos da igreja.

Os programas televisivos de maior audiência da mídia nacional eram alvos de críticas, as quais frequentemente eram publicadas nos periódicos católicos e na imprensa comercial, sendo, principalmente, de autoria de líderes eclesiais e teólogos. A violência gratuita nos noticiários e em filmes também era muito criticada. Os argumentos geralmente utilizados pelos católicos estavam relacionados à nocividade de programas que feriam a ética cristã e os valores morais:

> [...] tudo que a doutrina cristã tem de mais nobilitante, é agredido avassaladoramente. Anestesiado pelo *mass media*, o grande público é transferido para um mundo de ilusões e fica à mercê das injustiças e de toda uma avalanche de perniciosas sugestões destruidoras da família, da adesão à lei divina, das mais elementares normas de uma sadia convivência humana.[37]

José Geraldo Vidigal de Carvalho, Cônego de Mariana (MG), escreveu sobre a qualidade dos programas televisivos, em dezembro de 1987, na REB:

> Não adianta, porém, tomar uma atitude negativa de se fazer uma campanha sistemática contra o *mass media*. É necessário, isto sim, alertar e oferecer meios para que contradições e a peçonha dos programas sejam pinçadas. O conteúdo programático deve ser analisado em grupos de reflexão. Nas Universidades, nas reuniões de associações religiosas, nos clubes, enfim, onde se sente o impacto dos jornais, das revistas, do cinema, do rádio, da televisão se deve aguçar a capacidade de desmitificar o discurso apresentado.[38]

---

[37] *Revista Eclesiástica Brasileira*, p. 922, dez. 1987.
[38] Ibidem.

A telenovela era o alvo maior das críticas e dos comentários negativos de muitos católicos, no que se referia à qualidade de conteúdo de programas oferecidos pelas emissoras de televisão. Para muitos dos religiosos e fiéis católicos não haviam dúvidas sobre a integração da telenovela na vida cultural brasileira e nem sobre a abrangência de sua audiência entre os telespectadores, além de entenderem que esse gênero de programa tivesse amplo poder de persuasão junto à população brasileira, notadamente entre os grupos sociais cultural e economicamente menos favorecidos. Portanto, a tarefa dos católicos deveria ser justamente a de cuidar e de zelar para que a mensagem emitida pela telenovela não atacasse ou desrespeitasse a igreja e a fé católica. Sobre as novelas, Padre Augusto Pereira identifica a televisão como instrumento de formação da vida social brasileira, que molda comportamentos e transforma as relações sociais:

> Telenovela não é um mal; não é apenas ilusão; não é coisa para ignorantes; não é coisa só para mulheres... Não é mais um monte de coisas que inventaram... O cuidado a tomar é no que se refere às nossas carências sociais, afetivas e outras. A trama da novela aproveita muito bem disso. E consegue que a personagem preferida realize na novela aquilo que não realizamos na nossa vida. E a gente fica dependente da novela. (PEREIRA, 1994, p. 72).

O padre sugeria que os católicos devessem ficar atentos diante dos temas levantados pelas telenovelas, uma vez que os conteúdos nem sempre contemplavam os valores católicos. Orientava o telespectador católico a questionar se realmente gostou do episódio do dia e, a partir daí, buscar quais valores a novela trazia, identificando de que forma foram representados personagens como o pobre, o negro e quais os tipos de família apresentados. Indicava aos fiéis que procurassem perceber que tipo de sociedade a novela estaria moldando, quais os valores que poderiam ser difundidos por ela e a dinâmica que as emissoras davam aos folhetins ao mostrar luxo e pompas num país onde os pobres eram maioria. Nesse sentido, finalizava perguntando: “Você concorda com a teoria de Joãozinho Trinta: Pobre gosta de luxo; intelectual é que gosta de miséria?” (1994, p. 72).

No ano de 1985, os brasileiros puderam ver na televisão uma novela que mostrava de forma cômica alguns aspectos do mundo católico, o que aliás não era muito aprovado pelos setores mais tradicionais da igreja. Trata-se de *Roque Santeiro*, novela assinada por Dias Gomes e adaptada por Aguinaldo Silva, exibida pela Rede Globo, e que retratava a vida de uma pequena cidade brasileira, onde personagens estereotipados, como um padre, o coronel e um suposto herói/santo, eram tratados de forma irônica. Com altos índices de audiência, alcançando 80% no terceiro mês de sua exibição, a novela causou polêmicas e gerou

discussões em todo o território nacional. Dias Gomes já era conhecido por tratar de temas polêmicos, era criador de estereótipos, sempre tendo como pano de fundo, críticas ao momento social do país. “Ele se utiliza constantemente da comicidade quando mostra o trágico. Procura provocar o riso quando revela a farsa e o ridículo que se ocultam sob tantas situações político-administrativas injustas”. (AMORIM, E. R., 2007).

O texto de *Roque Santeiro* enfrentou problemas em 1965, quando deveria estrear como peça de teatro e a censura imposta pelo regime militar o proibiu, assim como sua estreia na Rede Globo, em 1975 Entre as diversas alegações estava a de que o texto “achincalhava a igreja”.[39] O debate interno da igreja que envolvia as tendências progressista e conservadora foi exposto pela telenovela, através do contraponto entre o conservador padre Hipólito, interpretado por Paulo Gracindo, e o “comunista” Padre Albano, representado pelo ator Claudio Cavalcante. Assim, a novela abordava um tema católico em voga na época: a divisão da Igreja Católica entre tradicionalistas e adeptos da Teologia da Libertação. Ao contrário do padre conservador, próximo do poder político e da elite da localidade, o progressista padre Albano lutava a favor dos trabalhadores e contra o mito de Roque Santeiro”. De qualquer forma, a vida de padres, de religiosos e de santos foi muito explorada em 1985. Enquanto a Rede Globo exibia *Roque Santeiro*, o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) colocava em sua grade a novela *Pássaros Feridos*, em horário logo após o término da novela de sua concorrente. *Pássaros Feridos* se tratava da adaptação de um seriado norte-americano que retratava a vida de uma rica fazendeira que tentava seduzir o padre da cidade.

A novela global e o seriado do SBT sofreram duras críticas por parte dos católicos ligados à esquerda da igreja, pois os classificavam como um gênero menor do que os folhetins que faziam parte da dinâmica da indústria cultural. Já os carismáticos, por sua vez, não se preocupavam com isso. Tome-se por base o projeto do religioso carismático Eduardo Dougherty, criador da Associação do Senhor Jesus, que já contava, no início dos anos 1990, com uma estrutura midiática considerável, contando com aproximadamente 54 mil sócios contribuintes, a qual estaria disposta a produzir novelas e seriados voltados para o público católico. A proposta seria alcançar todos os segmentos da sociedade, enfatizando princípios espirituais e intimistas. Contudo, para além dos meios, os ataques aos movimentos pentecostais evangélicos e também aos adeptos da Teologia da Libertação eram intensos. Claudionor Erasmo Peixoto, um dos líderes da Renovação Carismática, em São Paulo, e

[39] *Veja*, p. 108, 17 jul. 1985.

responsável pela idealização de material midiático católico, fazia severas críticas quanto ao clero "[...] que deixa as funções sacerdotais para fazer política e não garante o amparo espiritual às comunidades. Para ele, essa falha também pode ser estendida a setores não considerados progressistas, mas que se voltaram unicamente para os problemas do mundo".[40]

A CNBB já havia se manifestado sobre o tipo de programação televisiva que o país devesse produzir e exibir. No documento intitulado *Em defesa dos valores morais*, de 1984/1985 (*apud* DARIVA, 2003, p. 527), o texto pedia cuidado às emissoras de televisão ao divulgar materiais contrários à ética e à moral cristãs:

> É lamentável que, num momento tão grave da nossa história, em que se impõe a busca de novos caminhos para uma autêntica democracia, haja certas "forças" incentivando a alienação do povo por meio da permissividade moral. Enquanto continua a censura aos programas que discutem temas sociais, políticos, econômicos e religiosos, abrem-se, cada dia mais, possibilidades para programações em que o amor, a dignidade da mulher, os valores da família, os sentimentos de fraternidade, a administração do bem público e o respeito ao sagrado se veem diminuídos, menosprezados e vilipendiados. [...] Apelamos, pois, para o senso ético dos responsáveis das programações televisivas, das editoras e das produtoras cinematográficas e dos órgãos competentes [...].

E os círculos católicos não cansavam de apregoar que os jovens e as crianças eram os mais frágeis na recepção de valores que atentassem à moral cristã. A revista *Família Cristã* convocou o psicólogo Jacob Pinheiro Goldberg para legitimar a influência da televisão sobre os jovens, admitindo a importância dos programas televisivos em sua formação humana:

> É exatamente na faixa etária da juventude que os rapazes e moças estão à procura de paradigmas de comportamento, de modelos para imitação e é nesse gênero televisivo que eles encontram um prato cheio para satisfazer as necessidades. Isto é muito perigoso já que a telenovela não é elaborada com a finalidade de instrução, além de apresentar, na maioria das vezes, uma realidade distante da vivida pelo público.[41]

Os católicos utilizavam seu sistema educacional, que incluía escolas e institutos, além de algumas publicações, para ensinar sobre a importância dos meios de comunicação e de que forma os fiéis deveriam se portar diante dos meios. Criar institutos e escolas sempre foi um dos instrumentos utilizados pelos católicos, seja para ampliar sua influência na sociedade, seja para educar crianças sob a ética e a moral católicas. Uma das bandeiras da igreja, que sempre esteve em pauta, foi a inclusão do ensino religioso na rede oficial de ensino. Dentre os mais variados trabalhos, destaca-se o *Caderno pedagógico*, que faz parte de uma série chamada

[40] *Folha de S. Paulo*, p. 9, 27 maio 1990.
[41] *Família Cristã*, p. 51, maio 1987.

Projeto para o ensino religioso das escolas públicas, organizada por Maria de Lourdes Trujillo de Mello e Maria Helena Ferrini Batazza (1995). Trata-se de um projeto pedagógico que visa contribuir com subsídios para a implementação de educação religiosa na rede oficial de ensino no ciclo fundamental. Composto por oito temas, destaca-se o quarto volume, intitulado *A Comunicação humana.* Voltado para o uso dos professores, o texto indica os procedimentos metodológicos, as técnicas e os recursos pedagógicos que norteariam a aula. Esta seria composta por oito passos principais: preparação do tema, com liberdade de criação por parte do docente; delimitação dos objetivos, para não perder o foco; sensibilização, que consiste em expressar sentimentos e situações de vivência; palavra de vida, ou dar sentido às matérias do ensino religioso; vivência da palavra, perceber o uso prático daquilo que foi aprendido; oração; atividades, que consistem em colocar em prática na sociedade os valores cristãos; e canto. Dentre as lições propostas no texto, destacam-se três aulas que se referem à atitude do aluno ante os materiais televisivos. O primeiro texto destinado às crianças da 1ª série do ensino fundamental, trazia a seguinte pergunta: "Você gosta de assistir TV?" O material indicava ao professor como trabalhar para que o aluno conseguisse selecionar os programas. A atividade proposta visava à reflexão para possível reconstrução dos programas assistidos. O texto seguinte destinava ao aluno da 2ª série e propunha que eles identificassem se o conteúdo televisivo assistido era bom ou ruim. O texto incentivava, ainda, o desenvolvimento da visão crítica, sempre adotando valores e critérios católicos. Além disso, o material propõe a criação de material midiático por parte dos alunos, sugestão essa que deveria ser enviada para alguma emissora de TV. A terceira aula, voltada à 4ª série, propunha criar o hábito de assistir televisão somente aos programas pré-selecionados e entender o processo de produção dos programas, a fim de reunir condições de escolher somente os melhores. Ademais, indicava ao aluno elaborar um programa a ser enviado aos meios de comunicação televisivos.

A moralização da TV, nos moldes cristãos, esteve entre as principais pautas dos católicos no que se referia àquele meio. Em 1988, surgiu em Sorocaba, no interior paulista, a campanha que pregava a moralização da TV brasileira, organizada por um jornal local. A proposta era desligar a televisão quando o fiel identificasse que o conteúdo atentava contra os valores cristãos. Afonso José de Carvalho Neto, idealizador da campanha, definia à época, seus motivos:

> A campanha dos leigos tem procurado despertar em cada telespectador o senso crítico, para que em seu lar desligue os receptores ou mude de canal, por ocasião da veiculação de comerciais indecorosos, diálogos indecentes e

> cenas maliciosas ou libertinas. Quando nos depararmos com cena ou propaganda que violenta a doutrina cristã, contra a integridade da família, contra a formação do jovem, anotaremos o ponto da agressão, e comunicaremos os irmãos de nossa convivência, os nossos paroquianos, nossos movimentos cristãos e iniciamos a rejeição dos produtos das firmas e empresas que patrocinam tais promoções.[42]

A proposta não era nova, pois, entre 1978 e 1983, na diocese de Assis (SP), já ocorrera uma campanha similar. A campanha intitulava-se *Um dia sem TV* e propunha que os telespectadores desligassem o televisor na primeira sexta-feira do mês, em prol de uma maior reflexão sobre a programação televisiva e também em busca de uma maior aproximação entre os indivíduos, inclusive obtendo certa visibilidade em meios de comunicação de abrangência nacional . (BERNO, 2010). Ainda sobre o que deveria ser assistida pelo fiel, a Campanha da Fraternidade de 1989 notabilizou-se por oferecer inúmeros materiais para distribuição em território nacional, inclusive materiais audiovisuais. Especificamente sobre a televisão, o texto-base da Campanha de 1989 trazia algumas sugestões, tais como a redistribuição do tempo que o fiel deveria passar em frente à mesma, alternando essa atividade com práticas esportivas e brincadeiras em grupo, a fim de melhorar o convívio social. A outra proposta seria orientar o fiel a selecionar melhor a programação, atentando sempre para desligar o televisor ao notar conteúdos indevidos, além de redimensionar a posição espacial do aparelho, colocando-o em um local que não induzisse o fiel a ligá-lo desnecessariamente. Apesar dessas críticas contundentes, o documento expunha a importância da televisão para a evangelização.

As críticas dos católicos à TV, nos anos de 1990, já não traziam mais para o centro da discussão os posicionamentos maniqueístas políticos e teológicos que marcaram a década anterior. Palavras como "neoliberalismo" e "globalização" ganhavam mais espaço em detrimento das diretrizes da "opção pelos pobres". Em 1990, em Itaici (SP), a CNBB, em documento com mais de mil páginas, trazia como discussão substancial a luta contra as seitas evangélicas, o papel da mulher na igreja e o ensino religioso. E a hierarquia tornava publica a sua preocupação; "O avanço das seitas preocupa primordialmente a igreja e pretendemos recuperar esse rebanho que está se desgarrado para cultos estranhos".[43] Contudo, certa nostalgia ainda pairava nos discursos oriundos de congressos de jornalistas católicos, como o que aconteceu na reunião organizada pela UCBC, em 1992, em Campos do Jordão (SP). Nele, os jornalistas católicos criticavam o neoimperialismo e a invasão cultural através da mídia, e

[42] *O Diário de Barretos*, p. 1, 19 mar. 1988.
[43] *Veja*, p. 51, 9 maio. 1990.

defendiam, ainda, o posicionamento ecumênico da igreja, tanto social quanto eclesial, com possibilidades para debates em várias áreas da sociedade.

Na mídia nacional observava-se uma disputa pela audiência nas classes mais populares. Os programas policiais e popularescos, como o *Aqui Agora*, exibido no SBT, ganhavam mais espaço. O Bispo Dom Lucas Moreira Neves, arcebispo de Salvador, no início dos anos 1990, protagonizou debates calorosos sobre a ética e a moralização da TV. Muito influente no campo católico brasileiro e romano, seus textos com críticas à televisão ecoaram principalmente através do periódico carioca, *Jornal do Brasil*. Os textos eram polêmicos, como retratou a *REB*:

> [...] Dom Lucas acusa a televisão de descumprir as funções que lhe cabem por concessão governamental; ministrar aos telespectadores doses brutais de violência e pornografia; sistematicamente imbecilizar o povo, criando uma 'geração de debiloides'; fazer uma campanha demolidora dos mais sagrados valores, sem o mínimo respeito pela família, a escola, a religião; induzir nos telespectadores uma 'concepção totalmente aética da vida' [...].[44]

O arcebispo primaz do Brasil radicalizaria ainda mais o discurso, quando viu suas posições serem atacadas por inúmeros articulistas, nos principais veículos impressos nacionais. Em uma época de debates em torno da morte de Daniela Perez e da agonia de Fernando Collor ante denúncias de corrupção, Dom Lucas alertava para a nocividade que a televisão trazia. Com o título de *J'acuse*, inspirado no panfleto de Émile Zola sobre o caso Dreyfus, Dom Lucas escreveu no *Jornal do Brasil*, um periódico historicamente comprometido com os católicos, e no jornal *A Tarde*, nos dias 7 e 13 de janeiro de 1993, respectivamente, persistindo no discurso. A revista *Veja*, trataria assim as declarações do clérigo:

> Dom Lucas pode ter esquecido momentaneamente a terceira das virtudes teologais, a caridade, quando em vez de confortar a mãe sofredora machucou-a cruelmente, reforçando o sentimento de culpa que, segundo os psicólogos, é inerente ao luto pela perda de um filho. Também falou com a inexperiência de quem não é pai, não passou pela angustiante experiência de contemplar o filho chorando de dor de ouvido, quanto mais de ter uma filha assassinada. O esquecimento, a crueldade e a inexperiência do cardeal, ensina o catecismo, devem ser perdoados. O que é duro de desculpar é a diminuta inteligência de seu argumento. Que a televisão brasileira é apelativa e exagera nas cenas de erotismo e violência não há nenhuma dúvida. Os próprios profissionais do meio reconhecem isso. Mas se a televisão, e em particular as novelas, provocasse assassinatos diretamente, numa relação mecânica de causa e efeito, haveria um crime na vida real para

[44] *Revista Eclesiástica Brasileira*, p. 205, jun. 1993.

> cada capítulo levado ao ar. Qual assassinato que, comprovadamente, foi instigado pela televisão? Nenhum.[45]

Nessa mesma semana, as posições de Dom Lucas seriam ainda criticadas por Walter Clark e Geraldo Melo Mourão, nas edições de *Tribuna da Bahia* e *Folha de S. Paulo*, também nos dias 7 e 13 de janeiro, respectivamente. Atacado veementemente, Dom Lucas respondeu a Clark e Mourão por meio de texto intitulado *Passar a TV a limpo*, tentando reparar possíveis deformidades e más interpretações de seus pronunciamentos anteriores sobre a televisão. Dizia-se amparado por uma massa, não somente católica, que se preocupava com os excessos da TV brasileira. Refutava o rótulo de moralista e ressaltava sua trajetória militante para a democracia, porém, mantinha a crítica ao conteúdo veiculado e a defesa de veículos de inspiração católica:

> Tenho a máxima estima para com os meios de comunicação social. Penso que a igreja não está valorizando, tanto quanto deve, os meios de comunicação. Portanto, ressentimentos contra a televisão? Certissimamente não. Bastam-me alguns sentimentos: o de que a televisão tem no nosso país uma tarefa imensa, sobretudo no campo da educação de massa. O sentimento de que ela não está cumprindo essa tarefa; ao contrário, está amiúde deseducando. E, bem fundo, o sentimento de que, com a reta intenção à ajuda de todos, ela encontrará novos rumos em benefícios de todos.[46]

Com o texto *Resistir, quem há-de?*[47], o arcebispo pedia aos fiéis para serem pilares de resistência ao tipo de programação imposta. Conclamava o poder público a garantir, através do Conselho Nacional de Comunicação Social, que fossem inibidas veiculações contra os princípios éticos, morais, cívicos e religiosos e, se necessário, cassar concessões. Tema que, reconhecia, era considerado árido para as grandes empresas de comunicação do Brasil. E continuava, ainda, enviando recado aos empresários do setor televisivo, para que cessassem a demolição de valores e se colocassem como 'mola propulsora da reconstrução nacional". A palavra demolição perpassava seus textos na mesma quantidade que o termo imbecilizar. Dom Lucas não possuía uma relação muito amistosa com as Organizações Globo. Seus textos continham críticas ao sistema monopolista de radiodifusão e pediam controle pelo estado sobre o conteúdo televisivo, implementando códigos de ética para a TV. Enfatizava também que, mal usada, a TV poderia gerar violência. Leonel Brizola, inimigo declarado da Rede Globo, reproduziu textos de Dom Lucas e o explorou em seu discurso contra a imprensa carioca. Segue um trecho do material:

---

[45] *Veja*, p. 68, 10 fev. 1993.
[46] *O Diário de Barretos*, p. 2, 23 jan. 1993.
[47] *O Diário de Barretos*, p. 6, 30 jan. 1993.

> Ela não pode procurar álibis quando essa violência produz frutos amargos. Quem matou, há dias, uma jovem atriz? Seria ingenuidade não indiciar e não mandar ao banco dos réus uma coautora do assassinato: a TV brasileira. A novela das oito. E – sinto ter que dizê-lo – a própria novela *De corpo e alma*.[48]

Grupos católicos progressistas ponderavam sobre o conteúdo dos programas televisivos e não culpavam diretamente o meio pelos males da sociedade. Seria culpa da televisão a violência trazida diariamente aos lares? Padre Augusto Pereira defendia a televisão e asseverava:

> A atração pela violência sempre existiu. Acontece que nunca foi tão mostrada como na era da imagem da TV. São tantos e tão grandes os fatores que aumentam a violência, que se comete injustiça muito grande culpando a TV. A pessoa humana está sujeita a tantas violações de sua dignidade e assaltos ao seu equilíbrio mental, que será ingenuidade fulminar apenas a TV como bode expiatório. (PEREIRA, 1994, p. 61).

Ainda sobre a qualidade da TV no Brasil, Dom Serafim Fernandes de Araújo, arcebispo de Belo Horizonte (MG), acrescentava: "em especial os MCS (Meios de Comunicação Social) devem subordinar-se aos imperativos de uma informação verdadeira, com uma diversão sadia, e com a educação do povo". E acrescentava ainda: "A televisão, em particular, tem pesada responsabilidade e severas contas a prestar ao país, por sua ativa participação no processo de dissolução dos valores morais e de acelerada deterioração das normas que regem um sadio convívio social".[49] Porém, reconhecida que os meios pudessem contribuir para a diminuição de todos os tipos de violência que assolam a sociedade.

Para os católicos, não havia mais tempo a perder. A necessidade de divulgar seus próprios materiais audiovisuais e o avanço evangélico nos meios eletrônicos preocupava o clero. O clamor por uma rede católica de televisão entrou na pauta definitivamente nos anos de 1990.

O debate católico sobre os meios de comunicação social, mostrava que os diversos grupos não discordavam quanto à importância de se valer do meio televisivo para a evangelização. Porém, a forma de aquisição e as diretrizes sobre a posse e uso do meio não era consensual. Os carismáticos se contentavam em conseguir espaço, já que dominavam alguns aspectos da linguagem audiovisual. Já os conservadores entendiam que o meio televisivo serviria de base para uma maior centralização do poder dentro da própria

[48] *Jornal do Brasil*, 8 jan. 1993.
[49] *Revista Eclesiástica Brasileira*, p. 938, dez. 1993.

instituição. E os progressistas entendiam que os meios massivos deveriam servir para justiça social, diretrizes pregadas pelos adeptos da Teologia da Libertação.

CAPÍTULO 2 - BUSCANDO SINTONIA: POSSIBILIDADES PARA O SURGIMENTO DE UMA REDE DE TELEVISAO CATÓLICA

2.1 Comunicação local pautada pela política e religião

Os anos de 1990 começariam com outra dinâmica no setor comunicacional católico. Alas ligadas à esquerda perdiam apoio institucional e assistiam ao movimento carismático ganhar força e incentivo da cúria romana. As diretrizes católicas progressistas não conseguiam implantar na prática o que vinham trabalhando, fosse no sentido de interferir para um processo efetivo de democratização dos meios de comunicação, fosse na construção de conteúdos e materiais midiáticos para um público massivo. As possibilidades dos círculos da esquerda católica conseguirem espaço no campo televisivo mostravam-se quase que totalmente impossíveis. Tal situação devia-se a dois fatores, um interno e outro externo às alas da esquerda católica.

No plano interno, pesava o fato de os grupos católicos progressistas ou ligados à Teologia da Libertação não disporem de recursos financeiros para a produção e a veiculação de material audiovisual ou televisivo. Em relação ao âmbito externo, a Constituição de 1988 não abria de imediato, possibilidades de se acabar com o monopólio das concessões de radiodifusão e garantir o acesso das classes populares à mídia eletrônica. Ademais, a Renovação Carismática, então em ascensão dentro da igreja e dispondo de mais recursos financeiros, trazidos em parte pelo crescente número de fieis, terminaria a década de 1980 com a criação da Canção Nova, canal de televisão de âmbito regional e ocupado com programas religiosos de inspiração carismática. Entretanto, lideres católicos nacionais incentivavam o clero e os fiéis a reivindicarem aos órgãos competentes concessões de rádio e TV para a igreja.

E foi neste quadro que, em 1995, se daria a criação da primeira rede de televisão católica: a Rede Vida de Televisão. Entretanto, a formação desta emissora tornara-se possível apenas dentro de um feixe de relações que envolveriam ações políticas, regionais e nacionais, atuação de grupo comunicacional regional e o apoio de membros da hierarquia católica. No âmbito político e comunicacional, o empenho para a formação da Rede Vida ficaria sob a liderança de João Monteiro de Barros Filho e por parte da hierarquia católica, então sob a

condução de Dom Antônio Maria Mucciolo, bispo de Barretos e posteriormente arcebispo de Botucatu.

João Monteiro de Barros Filho iniciou sua carreira jornalística em 1955, atuando como radialista na PRJ-8 Rádio Barretos, tendo como companheiros de profissão Joel Waldo, Marco Antônio Siqueira e José Vicente Dias Leite, os quais o acompanhariam em sua trajetória posterior como empresário da comunicação, inclusive na formação da Rede Vida. Mais tarde, transferiu-se, a pedido do deputado Nadir Kenan, para a Rádio Piratininga de Barretos, ocupando a sua gerência. Em 1961, Monteiro de Barros adquiriu a concessão da Rádio Piratininga de Barretos, a qual mudou o nome para Rádio Independente de Barretos. Em 1969, ele expandiria seus negócios na área de comunicação fundando *O Diário de Barretos.* Criado no dia primeiro de abril, sua primeira edição circulou com a seguinte frase: "No dia da mentira, uma grande verdade". Com esse empreendimento, o grupo empresarial de Monteiro de Barros se fortaleceria no ramo da comunicação e o empresário não tardaria a colocar seus veículos de comunicação a serviço de grupos políticos locais e regionais.

Ao final dos anos de 1980, a produção de notícias e informações na cidade de Barretos estava nas mãos de dois grupos distintos: o Grupo Monteiro de Barros e o grupo Jornal de Barretos, de propriedade de Uebe Rezek. Ambos concorriam no âmbito regional, tanto no campo comunicacional quanto no campo político, quer com atuação política direta, quer se prestando a promover aliados ou derrubar adversários político-eleitorais. João Monteiro de Barros Filho contava politicamente com o apoio do clero barretense e de setores ligados à produção agrícola. Uebe Rezek tinha participação direta na vida político-eleitoral, tendo iniciada sua atuação nas fileiras do antigo MDB, ao contrário de Monteiro de Barros, filiado à ARENA.[50]

Uebe Rezek foi vice-prefeito de Barretos, entre 1969 e 1972; prefeito de Barretos, no período de 1983 a 1987; secretário do Interior do Estado de São Paulo, 1987/1988; chefe de gabinete do Ministério da Indústria e Comércio, de 1989 até 1990; deputado estadual, 1991/1994, quando foi reeleito para a legislatura de 1995 até 1998, tendo, porém deixado a Assembleia em 1997, para assumir novamente a Prefeitura de Barretos, durante o mandato de

[50] Aliança Renovadora Nacional (ARENA), partido político criado em 1965 que deu sustentação ao governo militar instituído a partir do Golpe Militar de 1964.

1997 até 2000, cargo para o qual foi reeleito e que ocupou entre 2001 e 2004. Em 2006, assumiu novamente o cargo de deputado estadual.

Embora Monteiro de Barros estivesse à frente de seu concorrente no ramo da comunicação, era Rezek quem obtinha melhores resultados políticos eleitorais. Monteiro de Barros tentou a eleição para prefeito de Barretos em 1972, concorrendo pela ARENA, mas não obteve êxito, uma vez que sua candidatura foi impugnada pela Justiça Eleitoral, em razão de ele possuir empresas de comunicação e se promover através delas. Nos anos seguintes, João Monteiro decidiria participar dos processos eleitorais de maneira indireta, colocando sua empresa de comunicação para promover aliados. De maneira geral, os grupos políticos aos quais Monteiro de Barros e Rezek estavam ligados revezaram-se na administração municipal entre os anos de 1980 e os de 1990, bem como as inserções de publicidade oficial da Prefeitura, que eram destinadas aos veículos de comunicação que apoiavam o executivo local. Prática, aliás, recorrente da relação entre imprensa e poder local em todo território nacional.

Os jornais da cidade de Barretos apresentavam tiragem relativamente baixa, em torno de cinco mil exemplares diários, com ligeira vantagem para *O Diário de Barretos*. O número de páginas durante a semana girava em torno de dez a doze, exceto aos domingos, e eles não circulavam às segundas-feiras. As notícias locais divulgadas em ambos os periódicos eram basicamente as mesmas, evidentemente tratadas de forma diferenciada e desigual caso tivessem caráter político-eleitoral. Era comum que os dois jornais reproduzissem material produzido e veiculado por grandes agências nacionais de notícias, principalmente do Grupo Folha da Manhã e da Agência Estado, sobremaneira quando as informações colaboravam, direta ou indiretamente, para promoverem grupos políticos locais.

A concorrência entre os dois grupos barretenses de comunicação ganhou novos contornos a partir de janeiro de 1988, quando Uebe Rezek conquistara a concessão de uma emissora de rádio AM para operar em Barretos. Rezek já obtivera, pouco tempo antes, a concessão da Rádio Jornal FM, a qual, como toda emissora operada em freqüência modulada, oferecia programação sobretudo musical, além de noticiário com dinamismo e rapidez, próprios do mundo urbano. No âmbito AM, marcado por programação destinada à prestação de serviços e noticiários políticos e desportivos, apresentando pouca inserção musical, o Grupo Monteiro de Barros operava solitariamente em Barretos, dispondo de duas emissoras, a já citada Rádio Independente e a Rádio Barretos.

Logo, as denúncias sobre a obtenção de concessões e o uso pessoal e político das emissoras ganharam as páginas da imprensa local. Em 7 de janeiro de 1988, o *Jornal de Barretos* ressaltava a importância de Barretos ganhar mais uma emissora de rádio AM e afirmava que, além da cidade comportar mais uma emissora, a nova rádio serviria para quebrar o monopólio do meio radiofônico local e para democratizar a informação na cidade. Com artigo intitulado *"O fim do monopólio"*, o jornal de Rezek não poupava críticas quanto à atuação de seu concorrente no âmbito da comunicação e da política local:

> Houve tempo que Barretos se debatia sobre as informações transmitidas por uma única empresa de jornalismo, e talvez por isto, deve-se a inércia que acamou o progresso da cidade. Não seria justo aqui radicalizar o assunto, e jogarmos o atraso barretense em função exclusiva do monopólio exercido pela "organização", entretanto, não podemos negar que foi este o fator preponderante. Uma cidade que se insere na bitola de um só meio de comunicação, perde o sentido de comparação, pois ficam circunscritas as mesmas notícias e aos interesses pessoais e de cúpula, que se engajam junto às diretrizes impostas pelo proprietário da empresa que exerce o monopólio, e em sendo assim, por vias de um único meio de comunicação, é muito difícil eleger um prefeito e vereador, mesmo que sejam incompetentes, como muitos que ocuparam o Executivo e o Legislativo barretense, colocando ainda as autoridades políticas na dependência quase total do corporativismo que lhes deram respaldo, restringindo por conseqüência a autonomia das mesmas que obrigatoriamente são levadas a se reportarem aos diretores ou proprietários da empresa que detêm o controle das informações a serem passadas ao povo.[51]

A obtenção da concessão de rádio FM por Rezek foi questionada pelo Grupo Monteiro de Barros, cujo proprietário, à época, posicionava-se contra a extensão do mandato presidencial de José Sarney. Em seu jornal, Monteiro de Barros remete a vitória da concessão de seu rival à distribuição política excessiva de canais de rádio e TV realizada pelo governo Sarney a apadrinhados políticos e membros de partidos aliados. Estrategicamente, as matérias envolvendo a concessão de Rezek foram divulgadas no final do ano, em pleno processo eleitoral, que tinha Uebe Rezek como candidato. Para dar maior credibilidade às denúncias sobre as condições políticas em que Rezek havia obtido a concessão de rádio, *O Diário de Barretos* elaborou e divulgou matéria, tendo como coordenada da matéria, informações veiculadas pelo jornal *O Estado de S. Paulo*:

> Em sua edição de ontem, o jornal *O Estado de São Paulo*, publicou a seguinte matéria: "a vitória fácil do presidencialismo e do mandato de cinco anos para os futuros presidentes da república na Assembleia Nacional Constituinte teve um custo alto para o governo, ou, em última análise, para o contribuinte. Nos dias anteriores à votação, um verdadeiro festival de

[51] *Jornal de Barretos*, p. 2, 10 jan. 1988.

> aprovação de recursos destinados às prefeituras espalhadas pelo interior do país e concessão de canais de rádio e televisão ilustraram as páginas do *Diário Oficial da União*. No primeiro caso, via Caixa Econômica Federal, do ministro Prisco Viana, o governo concedeu quantias bilionárias: Cz$ 9,6 bilhões ou cerca de US$ 86 milhões. As concessões de canais de rádio beneficiam principalmente, cidades de estados onde o presidente foi vitorioso, ou os governadores assumiram posições francamente favoráveis ao Palácio do Planalto". Na lista de concessões, o Estadão publica o nome da Rádio Jornal de Barretos OM Ltda., em Barretos, São Paulo. Trata-se de emissora conseguida pelo deputado federal Roberto Cardoso Alves, um dos líderes do Centrão, para seu grupo político liderado pelo Secretário do Interior, Uebe Rezek. Em apenas um ano o constituinte Roberto Cardoso Alves obteve duas concessões para a Rádio Jornal de Barretos (Família Rezek): uma emissora em FM e outra em Onda Média.[52]

O ano eleitoral de 1988 foi marcado pela tensão empresarial e política entre os dois grupos barretenses de comunicação, sempre em meio a trocas de acusações de seus respectivos jornais e rádios. Apoiado pela Frente Ampla, uma coligação constituída pelos partidos PMDB, PSB, PSC, PDT, PFL e PDS, Uebe Rezek lançara-se candidato ao executivo barretense. Monteiro de Barros, por sua vez, aliara-se ao grupo político formado pelo Partido Liberal, por setores ruralistas e da igreja, sustentando a candidatura de Ibrahim Martins da Silva. Partidos de esquerda, como o PT, lançaram candidatura própria, mas tiveram pouca expressividade no processo eleitoral de 1988. Cada grupo comunicacional ressaltava seu candidato e não dispensava críticas contundentes aos adversários. As críticas dos veículos de comunicação de Rezek ao candidato rival concentravam-se em torno de temas referentes à Santa Casa, instituição gerida pelo candidato apoiado por Monteiro de Barros, e que era julgada pela Frente Ampla como ineficiente. Já os órgãos de comunicação de Monteiro de Barros concentravam suas críticas ao que julgavam como políticas equivocadas do governo Quércia e mostrando, sobretudo, a falta de empenho de Rezek, então à frente da Secretaria do Interior, em conquistar melhorias para Barretos. Enfim, criticar o PMDB significava criticar Uebe Rezek.

A disputa eleitoral em determinado momento pautou-se pela legitimidade de utilização dos veículos de comunicação pelos candidatos no pleito eleitoral. Rezek elogiava e promovia líderes do PMDB, precisamente Orestes Quércia, o qual queria fortalecer suas bases no interior paulista e postular uma vaga entre os candidatos às eleições presidenciais do ano seguinte. Rezek refutava a tese de que integrantes do PMDB tivessem sido beneficiados pela

[52] *O Diário de Barretos*, p. 1, 2 nov. 1988.

política de expansão das concessões de rádio e TV a correligionários, então promovida pelo governo federal. Sem dar trégua, o Grupo Monteiro de Barros denunciava o suposto uso irregular de estação repetidora de televisão para fins eleitorais e apelava ao respeito às leis contidas no Código Brasileiro de Telecomunicações:

> Não apenas em Barretos, mas em diversos municípios paulistas onde se sente ameaçado de derrota no pleito municipal do dia 15, o PMDB tenta transformar repetidora em geradora de televisão. No Brasil, há o Código Brasileiro de Telecomunicações. Na Nova República do PMDB, deliberou-se que o Código Brasileiro de Telecomunicações não deve ser cumprido. O que aconteceu durante a votação na Constituinte? Houve autêntico festival de outorgas de canal de rádio e televisão. As palavras do peemedebista Roberto Cardoso Alves foram interpretadas religiosamente: é dando que se recebe. Quem deu ao governo mandato de cinco anos e outras exigências em detrimento do povo brasileiro, ganhou emissoras de rádio e televisão reivindicada para seus estados independente do que fixava o Plano Básico de Telecomunicações que se respeitava no país.[53]

A justiça eleitoral havia autorizado a emissão de propaganda eleitoral a partir das estações repetidoras de Barretos. O objetivo do Grupo Monteiro de Barros ao pedir a retirada do horário eleitoral da televisão em Barretos era impedir o amplo espaço televisivo que a Frente Ampla dispunha, condição garantida devido à representatividade que os partidos coligados usufruíam no Congresso Nacional. O argumento de Monteiro de Barros era que uma estação repetidora não poderia gerar imagens. *O Diário de Barretos* continuava denunciando as políticas econômicas do governo de José Sarney, as quais achava desastrosas, e associando seu mandato presidencial a escândalos de corrupção. O artigo prossegue destacando o cenário político municipal e o uso da televisão na campanha eleitoral pelo grupo de Uebe Rezek:

> É o que se vê diariamente, durante esta campanha eleitoral nos canais de televisão, TV Ribeirão Preto (que retransmite a programação da Rede Globo), TV Record (Franca) TVS, TV Bandeirantes. Em podendo em Barretos, colocar-se para gerar, uma repetidora, a Justiça Eleitoral, deve permitir que todos os demais municípios paulistas e brasileiros sejam alcançados pela medida.[54]

O grupo político ligado a Monteiro de Barros entrou com um mandado de segurança para que a transmissão do horário político não ocorresse e o mesmo foi acatado pelo judiciário. As eleições municipais de 1988, em Barretos, culminaram com a vitória de Ibrahim Martins e do grupo político de João Monteiro de Barros Filho, que também garantiria ao seu

[53] *O Diário de Barretos*, p. 2, 2 nov. 1988.
[54] Ibidem.

jornal a verba publicitária oficial do município por mais quatro anos. Derrotado, Uebe Rezek culparia a interferência da hierarquia católica local no processo eleitoral, ou como divulgou seu jornal:

> O Secretário do Interior denunciou o bispo diocesano Dom Antônio Maria Mucciolo, como responsável pela transformação da igreja em Barretos numa "entidade política". "Uebe disse que reconhece "o direito do bispo pedir voto ao candidato Ibrahim", mas não aceita esse comportamento de "colocar a igreja como partido político". [55]

Dom Antônio Maria Mucciolo sempre apoiou politicamente Monteiro de Barros. A relação de amizade entre ambos fiava-se entre afinidades religiosas e políticas. A parceria entre Monteiro de Barros e Dom Antônio mostrava-se sólida quando mais a hierarquia católica nacional defendia o uso dos meios de comunicação pela igreja. Dessa forma, Dom Antônio não teve dificuldades em se valer dos veículos de comunicação de Monteiro de Barros para ampliar o trabalho de divulgação de sua diocese. A diocese de Barretos possuía diariamente uma coluna no *O Diário de Barretos* e vasta participação nas rádios de Monteiro de Barros, embora dispusesse ainda, em menor grau, de espaço na rádio AM de Uebe Rezek, a *Rádio Jornal Barretos*. Em 1989, o espaço radiofônico para a diocese local pode ser observado no Quadro 1.

A participação da igreja nos meios de comunicação era produzida por uma comissão coordenada pela Pastoral da Comunicação da Diocese de Barretos e, apesar das diferenças políticas entre Dom Antônio Mucciolo e Rezek, a programação na *Rádio Jornal* prosseguiu. Além do espaço da Diocese nos meios radiofônicos e colunas diárias em jornais, Dom Antônio Mucciolo tentou implementar, sem sucesso, um boletim informativo, cujo objetivo era circular nas paróquias e igrejas da diocese, informando sobre os passos da igreja como um todo. Mucciolo procurava seguir as diretrizes da Campanha da Fraternidade de 1989.

A aproximação de Dom Antônio Maria Mucciolo e Dom Luciano Mendes de Almeida, que se estreitou principalmente através dos encontros da CNBB, em Itaici, propiciaria estudos para ações efetivas visando a aquisição de meios de comunicação eletrônica, intento este que contaria com o apoio técnico do Grupo Monteiro de Barros.

---

[55] *Jornal de Barretos*, p. 1, 19 nov. 1988.

Quadro 1 – Programação das rádios de Barretos em 1989

EMISSORA	DIA	HORÁRIO	PROGRAMAÇÃO	APRESENTADOR
RÁDIO INDEPENDENTE AM	Seg	12h00	A voz do pastor	Dom Antônio Maria Mucciolo
		18h00	Ave Maria	Aroaldo Moreira
	Ter	12h00	Mensagem ao meio-dia	Ribas Filho
		18h00	Ave Maria	Aparecida Fátima S. L. Araújo
	Qua	12h00	Mensagem ao meio-dia	Direção Padre Carlos Bozza e equipe das religiosas
		18h00	Ave Maria	Aroaldo Moreira
	Qui	12h00	Mensagem ao meio-dia	Padre Salvador Pereira Borges
		18h00	Ave Maria	Padre Gabriel Correr
	Sex	12h00	Mensagem ao meio-dia	Padre Salvador Pereira Borges
		18h00	Ave Maria	Padre Gabriel Correr
	Sáb	12h00	Mensagem ao meio-dia	Padre Carlos Bozza
		18h00	Ave Maria	Padre Luciano Orlando Giovani
	Dom	7h00	Missa	
		19h30	Missa	
RÁDIO BARRETOS AM	Seg	18h00	Meditação das 18h00	Cláudio Baston
	Ter	18h00	Meditação das 18h00	Lupércio Botacini – "A voz da Juventude"
	Qua	18h00	Meditação das 18h00	José Tomaz de Aquino
	Qui	18h00	Meditação das 18h00	Rogério Coltri – "A voz da Juventude"
	Sex	18h00	Meditação das 18h00	Padre André Bortolameoti
	Sáb	12h00	A voz de colina	Mensagem Padre José R. Santana
		18h00	Meditação das 18h00	Samuel Catilho
RÁDIO JORNAL DE BARRETOS	Seg	6h00	Prece da manhã	Dom Antônio Maria Mucciolo
		18h00	Prece da tarde	Ribas Filho
	Ter	6h00	Prece da manhã	Dr. Layer Garcia de Oliveira
		18h00	Prece da tarde	Ribas Filho
	Qua	6h00	Prece da manhã	Ribas Filho
		18h00	Prece da tarde	Ribas Filho
	Qui	6h00	Prece da manhã	Dr. Layer Garcia de Oliveira
		18h00	Prece da tarde	Ribas Filho
	Sex	6h00	Prece da manhã	Dr. Layer Garcia de Oliveira
		18h00	Prece da tarde	Rosa de Santis Ribeiro
	Sáb	6h00	Prece da manhã	Ribas Filho
		18h00	Prece da tarde	Maria do Carmo de S. Costa

Fonte: *O Diário de Barretos*, p. 2, 30 mar. 1989.

Frente ao avanço do grupo comunicacional de Uebe Rezek no setor midiático local, o qual além de jornal dispunha também de emissoras de rádio, Monteiro de Barros passaria a se ocupar com a obtenção de uma concessão televisiva. Assim como todo empresário do ramo de comunicação, ele sabia que tal conquista poderia posicioná-lo bem mais favoravelmente na luta pela dominância do setor de comunicação da região. Valendo-se da amizade com Dom Antônio, a primeira tentativa de Monteiro de Barros para conseguir concessão de radiodifusão através da igreja seria emprestando o nome de sua empresa para o bispo participar do processo licitatório, que se iniciaria em 1987.

Nos dois primeiros dias de março de 1988, os jornais *Folha de S. Paulo* e *Estado de S. Paulo* divulgaram a lista com o nome dos grupos ou empresas que fizeram solicitação ao Ministério das Comunicações para concessão de rádio e televisão. Nos pedidos para o estado de São Paulo, figuram nomes como o do senador Fernando Henrique Cardoso, do senador Mário Covas e do deputado federal João Hermann Neto. A matéria trazia um tópico exclusivo destinado a listar requerentes religiosos que haviam solicitado concessões de radiodifusão. Apresentado em blocos separados por estado, nome e pela instituição criada para receber a concessão, a matéria, entretanto, não distinguia se o requerimento fora para rádio ou televisão:

> São Paulo: Sistema Barretense de Comunicação e Cultura Ltda. (Dom Luciano Mendes de Almeida (CNBB) e Dom Antônio Maria Mucciolo, bispo de Barretos); Fundação João Paulo II (padre Jonas Abib); Rádio Assunção de Jales Sociedade Ltda. (presidente da CNBB, Dom Luciano Mendes de Almeida, Dom Ivo Lorscheiter, e bispo de Jales, Dom Demétrio Valentini); e Rádio Independência de Ribeirão Preto (Dom Luciano Mendes de Almeida).[56]

A reportagem prosseguiria criticando os pedidos de religiosos para obter concessão de rádio e TV, pois, dentre outras preocupações, os religiosos poderiam utilizar os meios para atuar politicamente. O mais criticado foi Dom Luciano Mendes de Almeida, por sua posição à frente da CNBB. O bispo divulgou nota dizendo ser um dever da igreja pleitear concessões de rádio e TV e que sua função institucional permitia tal expediente. O jornal de Monteiro de Barros saía em defesa de Dom Luciano:

> O presidente da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), Dom Luciano Mendes de Almeida, estranhou a inclusão de seu nome no dossiê divulgado pelo Ministro Antônio Carlos Magalhães, garantindo que nunca reivindicou para si a concessão de alguma emissora de rádio. “O que eu fiz foi encaminhar pedidos de bispos locais, função inerente ao cargo de secretário-geral da CNBB”. “[...] Para o presidente da CNBB, essas são

[56] *Folha de S. Paulo*, p. A-10, 2 mar. 1988

> concessões para utilidade pública e não tiveram caráter político. Obedecendo aos procedimentos legais, é um direito e um dever dos bispos atuar na área das comunicações sociais, concluiu.[57]

A crítica também atingiu Dom Antônio Maria Mucciolo, em Barretos. O *Jornal de Barretos* fez questão de divulgar o pedido de concessão feito para o grupo de João Monteiro, referente ao Sistema Barretense de Comunicação e Cultura. Assim como Dom Luciano Mendes de Almeida, Mucciolo ganhou espaço na mídia de Monteiro de Barros para se defender e preservar a empresa do amigo. Dois jornais de grande circulação, *O Estado de S. Paulo* e a *Folha de S. Paulo*, noticiaram que o governo Sarney, através do Ministério das Comunicações, concedeu uma rádio para Barretos, em nome do Sistema Barretense de Comunicação e Cultura, a pedido do Presidente da CNBB, Dom Luciano Mendes de Almeida e do bispo de Barretos, Dom Antônio Maria Mucciolo. Em artigo intitulado *"É meu dever esclarecer"*, o bispo respondia aos críticos, afirmando ser seu dever ajudar a quem lhe pedia apoio, sem deixar de citar que, com o apoio da igreja, Uebe Rezek já havia sido contemplado com uma concessão, a da *Rádio Jornal FM*:

> Esclareço ainda que esta Emissora não é da diocese e nem do Bispo. Não temos nenhuma participação lucrativa e nem sequer parte de suas ações. Em outubro de 1986, numa audiência com o Dr. Uebe Rezek, participei a ele a história do apoio de Dom Luciano e meu na concessão da emissora. É bom que todos saibam um pormenor. O Ministro das Comunicações, Dr. Antônio Carlos Magalhães, disse a Dom Luciano: "Vou conceder duas emissoras para Barretos. Uma para o Sistema, a seu pedido e do bispo de Barretos e outra para a Rádio Jornal (Grupo Uebe Rezek), por solicitação insistente do deputado Federal Roberto Cardoso Alves". [58]

As relações de Monteiro de Barros se expandiam entre as entidades de classe que representavam os proprietários dos meios de comunicação no estado de São Paulo. Nesta direção, ele integrou a direção da Associação das Emissoras de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo (AESP) e, em março de 1990, participaria da chapa encabeçada por Jayr Mariano Sanzone, da Rádio TV Metropolitana de São Paulo, ficando com a vaga de suplente da diretoria. Sua participação na diretoria da AESP foi muito divulgada pelas páginas de seu jornal. Para a posse da diretoria, fizeram-se presente em São Paulo os chefes do executivo e do legislativo barretense, para mostrar a força política no setor da radiodifusão aos seus adversários. Na ocasião, o presidente da Câmara Municipal de Barretos, Sebastião Misiara, aliado político de Monteiro de Barros, congratulava a nova diretoria:

---

[57] *O Diário de Barretos*, p. 1, 2 mar. 1988.
[58] *Jornal de Barretos*, p. 1, 6 mar. 1988.

> Considerando que na próxima quarta-feira será empossada a nova diretoria do Sindicato das Empresas de Radiodifusão do Estado de São Paulo; considerando que é meta da Presidência fortalecer o rádio no Estado, instituição que tantos e bons serviços tem prestado ao povo; considerando que de Barretos fará parte o ilustre Diretor da Organização Monteiro Filho, Sr. João Monteiro de Barros Filho, que por sua vez, tem propugnado pelo engrandecimento da imprensa em nossa região; pelo exposto requeiro à Mesa, cumpridas as formalidades regimentais, seja oficializado ao Presidente do Sindicato em tela, Jayr Mariano Sanzone, assim como o Sr. João Monteiro de Barros Filho, cumprimentando-os pela investidura.[59]

O jornal destacava, ainda, os apoios políticos que a nova diretoria recebera como, por exemplo, do representante da Secretaria das Comunicações do governo paulista, Marcelo Aparecido Coutinho da Silva, do deputado estadual Marcelino Romano Machado e do grande aliado de Monteiro no interior de São Paulo, Jorge Maluly Netto. O expediente usado era produzir notícias que enaltecessem feitos políticos de lideranças aliadas. Prática que pode ser entendida pelas acertadas observações de Wilson Gomes acerca da relação entre mídia e políticos:

> A presença do domínio dos negócios, como instrumento de pressão e como apoio financeiro, ilumina as relações entre as esferas da comunicação e da política. Sabemos bem o que querem da comunicação de massa os agentes da política e como podem obtê-lo do mundo da comunicação. Querem exposição midiática favorável, ou seja, aparecer nos jornais, nas revistas, no rádio e na televisão do modo que lhes renda o Máximo de benefícios junto ao público. Querem também a exposição midiática desfavorável aos seus adversários. Querem, além disso, que os meios de comunicação lhes sejam instrumentos para formar uma opinião no público que se converta em voto. (GOMES, W. 2004, p. 155).

João Monteiro de Barros Filho que já tinha familiaridade com tal prática na vida local, tratou, com vista a obter a concessão de televisão, de colocar seu veiculo de comunicação para melhorar a imagem de políticos da região de Barretos, bem como intermediava contatos publicitários com empresários que também tinham interesses políticos nas esferas estadual e federal. Empresário de sucesso no âmbito regional, João Monteiro de Barros Filho procurava aumentar sua propriedade com um meio televisivo, costurou muito bem alianças políticas locais e estaduais para pleitear a posse do Canal 11, então reservado para a região de São José do Rio Preto (SP).

Na busca de apoio político, à medida que este permitiria a extensão do mandato presidencial, Antônio Carlos Magalhães percorria o interior do Brasil como um negociador político, sempre valendo-se de sua posição de ministro das Comunicações, pois acenava ou

[59] *O Diário de Barretos*, p. 2, 23 maio 1990.

prometia concessões de radiodifusão àqueles que se dispusessem a apoiar o pleito de José Sarney por mais um ano de mandato.

Em sua agenda de visitas políticas, o ministro reservaria uma passagem pela cidade de Jales, com vistas a contatar políticos e empresários para uma futura visita de Sarney à região. À reunião com o ministro compareceram inúmeros políticos locais, membros do clero da região – inclusive o bispo de Jales, Dom Demétrio Valentini – e empresários de Ribeirão Preto, São José do Rio Preto, Barretos e Araçatuba. Na ocasião, o ministro, após receber o titulo de Cidadão Honorário de Jales, comunicou a concessão de um canal de TV para a região noroeste. Em seu discurso, como noticiaria a imprensa, Antônio Carlos Magalhães deixava claro que continuaria "com sua política destinada a dar ao interior todo o suporte necessário em telecomunicações" e alertava aos presentes que havia "atores contrários" àquela política empregada pela sua pasta, por defenderem "as concentrações de canais de TV nas grandes capitais".[60] A concessão à qual o ministro se referia era a do Canal 11, em VHF, e dirigida à região de São José do Rio Preto.

2.2 Concessão do canal 11 de São José do Rio Preto

O processo de concessão do Canal 11 de Rio Preto se iniciara em 1989, e contaria com as disputas dos seguintes grupos empresariais: Televisão Abril Ltda.; TV Três Ltda.; Televisão Independente de São José do Rio Preto; Diário da Região Televisão Ltda.; TV Studios de São José do Rio Preto S/C Ltda.; Televisão Centro América; Emissoras Continentais Ltda.; Sistema Araçá de Comunicações Ltda.; Sistema Clube de Comunicação Ltda.; TV Regional Ltda.; Jaraguá Rádio e Televisão.

Embora fosse, e ainda seja, prática comum a união de empresas de comunicação para o fim de concorrerem à obtenção de concessões de radiodifusão, formando grupos somente para tal objetivo e se desfazendo tão logo não obtivessem êxito em seus pleitos. Este expediente dificulta a identificação pormenorizada de todos integrantes de um grupo concorrente, todavia, é possível traçar alguns dados sobre os grupos competidores no processo licitatório do Canal 11.

[60] *Diário da Região*, p. 3, 15 abr. 1988.

Um dos critérios para a concessão da outorga era a capacidade de investimento e condições técnicas que pudessem viabilizar a implantação de uma emissora de televisão, questão prevista no segundo tópico do artigo 34 do Código Brasileiro de Telecomunicações:

> Art. 34 - As novas concessões ou autorizações para o serviço de radiodifusão serão precedidas de edital, publicado com 60 (sessenta) dias de antecedência pelo Conselho Nacional de Telecomunicações, convidando os interessados a apresentar suas propostas em prazo determinado, acompanhadas de:
>
> a) prova de idoneidade moral;
>
> b) demonstração dos recursos técnicos e financeiros de que dispõem para o empreendimento;
>
> c) indicação dos responsáveis pela orientação intelectual e administrativa da entidade e, se for o caso, do órgão a que compete à eventual substituição dos responsáveis. (BRASIL, 1962).

Dentre os concorrentes, o grupo TV Abril era o de maior força empresarial. Possuía um grande conglomerado de mídias, entre elas a Editora Abril, o qual conta com publicações líderes de segmento, como é o caso da revista *Veja*. O grupo tentava expandir sua área de atuação para o meio audiovisual, fato concretizado a partir de 1990, com a implantação da *MTV* e de empreendimentos ligados à área de televisão por assinatura. Porém, o sentido da concessão era agraciar grupos locais, o que não favorecia o grupo paulistano.

Outro grupo que também contava com recursos comprovados era o que representava o Sistema Clube de Ribeirão Preto, pois retransmitia pelo canal 9 VHF, a programação da TV Bandeirantes e produzia programas para o público regional, contando com estúdios de televisão e certo aparato técnico. Entretanto, Antônio Carlos Magalhães queria entregar a concessão a um grupo que ainda não tivesse emissoras de TV, conquistando e fortalecendo, assim, novos aliados políticos.

Contudo, o fator que realmente pesaria na escolha do futuro concessionário seria sua capacidade política para defender interesses junto à Presidência da República e às comissões do Congresso Nacional que avaliavam os pedidos de concessões de radiodifusão. O Grupo Centro América, de São José do Rio Preto, capitaneado por Cezar Casseb, empresário local do ramo da comunicação, proprietário do jornal *Folha de Rio Preto* e da Rádio Centro América, e político regional, porém sem contatos significativos com a política federal. Outro concorrente que tinha sede na cidade de São José do Rio Preto, era o grupo O Regional, o qual contava com pouca representatividade política. Da região de Araçatuba, participava o

Sistema Araçá, capitaneado pelo deputado federal Maluly Netto que, apesar de fazer parte da Comissão de Ciência e Tecnologia da Câmara de Deputados não tinha tanta experiência no ramo de radiodifusão quanto seus concorrentes. Anos mais tarde, Maluly conseguiria uma concessão de TV para operar na cidade de Araçatuba.

De todos os participantes, dois eram os grupos com chances reais de vencer a concessão: o Grupo Monteiro de Barros, pelo vínculo político regional e nacional, além do apoio de líderes católicos influentes, e o Grupo de Comunicação Diário da Região, por atuar no município sede da região contemplada e ser líder regional no segmento das comunicações, e contando com um possível apoio de deputados ligados à cidade. Os grupos do Diário da Região e o de Monteiro de Barros firmar-se-iam como favoritos, pois, além de poder agregar apoios políticos das suas regiões, eles reuniam condições técnicas e financeiras. Ademais, contavam ainda com outro fator positivo que era o fato de já possuírem experiência no processo de concessões de rádio.

O Grupo Diário da Região tinha como proprietário o jornalista Norberto Buzzini. Fundado em 1950, o jornal *Diário da Região* chegou aos anos 1980 como líder no setor, com uma tiragem de, aproximadamente, 25 mil exemplares. Circulava de terça a domingo e era a voz da elite política e cultural rio-pretense. A propaganda oficial era, na maioria das vezes, repassada aos seus concorrentes, que nunca conseguiam ameaçar a sua liderança em vendas e participação no mercado publicitário local. Norberto Buzzini, ao final dos anos 1980, não tinha atuação partidária, embora tivesse participado de eleições para o cargo de prefeito de São José do Rio Preto, em 1968, pelo MDB. Sua força política advinha da influência de seu jornal. O Grupo Diário da Região não tinha um concorrente empresarial à sua altura na cidade e, por isso, não se percebe uma polarização nos mesmos moldes que ocorria no campo político barretense. A experiência com o mundo da radiodifusão do Grupo Diário da Região vinha desde 1986, quando recebeu do Ministério das Comunicações a permissão para instalação de uma emissora de rádio FM na cidade paulista de Mirassol, distante cerca de 15 km de São José do Rio Preto, concessão que já havia sido pleiteada desde 1985. O Grupo deixava clara sua pretensão de se expandir para outras atividades da área da comunicação, como notificava o jornal de sua propriedade:

> A obtenção de uma concessão para a exploração de serviços radiofônicos vinha sendo pretendida pelo Diário da Região alguns anos antes, dentro do plano de estabelecimento da empresa de diversificar sua atuação no setor de

> comunicações. Atualmente, o jornal mantém posição de liderança na imprensa de toda região e terá, com a emissora de rádio um complemento de suas atividades.[61]

Na visita de Antônio Carlos Magalhães a Jales, em 1988, conforme já mencionado, diretores do Grupo Diário da Região encontraram-se com o Ministro das Comunicações para agradecer a concessão e mostrar os resultados obtidos pela recém-criada FM Diário, como canal de integração da região de São José do Rio Preto, além de elogiar a política de distribuição de canais pelo Ministério das Comunicações. A participação nesse encontro também visava mostrar apoio ao governo e estabelecer contatos para o processo licitatório de canal televisivo regional. A FM Diário tornar-se-ia a melhor propaganda do grupo para as disputas de concessão de TV. A qualidade dos equipamentos e a garantia de investimentos nesse setor tornar-se-iam a bandeira do grupo para os próximos processos. Sobre o ato de o governo conceder a rádio FM para o grupo, o *Diário da Região,* em seu editorial, destacou:

> Acertou o Ministério das Comunicações, por vários motivos. A própria implantação da FM em prédio próprio, projetado e construído exclusivamente com a finalidade de oferecer funcionalidade à emissora, equipada com a última palavra em tecnologia de radiodifusão, é uma comprovação do suporte técnico-financeiro do grupo concessionário. Acerta sempre a política nacional de telecomunicações quando elege, entre os grupos privados que se habilitam ao concurso de concessões de emissoras de rádio e TV, aqueles historicamente comprometidos com os anseios e expectativas da comunidade à qual servem.[62]

Todavia, os dirigentes do Grupo Diário da Região sabiam que o índice técnico não seria suficiente para obter êxito em uma disputa acirrada pela concessão televisiva à região, pois dependeriam de contatos e forças políticas. Não por acaso, uma de suas práticas foi aproximar-se de grupos políticos regionais e divulgar material jornalístico que beneficiasse o governo federal em sua busca pelo apoio à extensão do mandato presidencial. O Grupo Diário da Região esperava poder contar com o apoio do deputado federal rio-pretense Nelson Seixas em sua luta pela conquista do canal 11. No entanto, este apoio não se concretizou.

O Grupo Monteiro de Barros desfrutava de relações políticas mais consistentes se comparadas as do Diário da Região. Monteiro de Barros tinha o apoio do Partido Liberal (PL), da União Democrática Ruralista (UDR) e de políticos influentes na política paulista,

---

[61] *Diário da Região*, p. 2, 28 ago.1986.
[62] *Diário da Região*, p. 2, 14 abr. 1988.

como Guilherme Afif Domingos. No final de 1989, o empresário barretense apoiou a candidatura de Afif à Presidência da República e, em consequência desse apoio, o candidato visitou freqüentemente a cidade de Barretos, assim como ganhou exposição no *O Diário de Barretos*. Até mesmo Sarney e seu governo, outrora muito criticados pelos veículos de comunicação de Monteiro de Barros, passaram a figurar com destacados elogios em seu jornal. Em novembro de 1989, ou seja, em pleno processo licitatório da concessão do canal de TV para Rio Preto, o presidente Sarney ganhou homenagens e diplomas do grupo barretense.

O Grupo Monteiro de Barros estava disposto a modificar a imagem de Sarney. Em um longo editorial, o jornal *O Diário de Barretos,* defendia fervorosamente o governo de Sarney e tentava mostrar a justeza da sua política de concessões de rádio e TV do presidente: "Muitos afirmam que, nas disputas das concessões de emissoras de rádio, o Governo Sarney funciona na base do 'é dando que se recebe'. Não é verdade. A maioria das outorgas tem sido destinada aos radiodifusores que são do ramo, por justiça e merecimento". E prosseguia com elogios ao "estadista José Sarney":

> Qual foi o maior desafio do Governo Sarney? Conscientemente todos os brasileiros responsáveis o sabem: promover a transição democrática realizando eleições para vereadores, prefeitos, deputados, senadores, governadores, até chegar aos dois turnos que indicaram (sic) o futuro presidente da República. Foi também o governo Sarney que garantiu com total tranquilidade a elaboração da Nova Carta Constitucional, instrumento que recolocou o Brasil entre as nações livres e soberanas, cujos ideais, como as árvores, tem suas raízes na terra.[63]

E o editorial reservava as últimas linhas a uma verdadeira apologia a José Sarney, criticando também, nas entrelinhas, o posicionamento de Uebe Rezek, do PMDB, que, em seu jornal, não enaltecia o presidente:

> José Sarney é um homem magnânimo justamente porque teve coragem de dar cinco anos da sua vida preservando as instituições e consolidando a democracia brasileira. Quer queira ou não os inimigos do presidente José Sarney e principalmente seus falsos amigos que até ontem o acompanharam e hoje o apunhalam pelas costas, a História fará justiça à sua tolerância, à sua Constância e à sua coragem de viver como democrata, evitando o retrocesso de imprevisíveis consequências.[64]

[63] *O Diário de Barretos*, p. 3, 21 fev. 1990.
[64] *Jornal de Barretos*, p. 3, 21 fev. 1990.

Em 14 de março de 1990, o *Diário Oficial da União* divulgou que, no dia anterior, a concessão do canal 11 de São José do Rio Preto havia sido concedida ao Grupo Monteiro de Barros. O processo de concessão seguiria para o Congresso Nacional para ser homologado e, caso se confirmasse, o grupo vencedor teria dois anos para colocar a emissora de TV no ar. João Monteiro de Barros Filho divulgara nota afirmando que Sarney cumprira um compromisso com seu grupo. Segundo o empresário: "Nossa luta vem de 35 anos. Não só provocamos a abertura da concorrência, reivindicando a emissora por termos o compromisso do presidente, a garantia moral dele, de que sairíamos vencedores. Do contrário, nem teríamos entrado na concorrência". E justificava sua vitória enfatizando que o seu grupo tinha tradição no jornalismo regional e a maior prova disso eram os 21 anos de existência do jornal do grupo. E concluía: "Nossos argumentos nesse sentido, o da tradição jornalística, sensibilizaram o presidente".[65]

O Grupo Monteiro de Barros começaria, então, a divulgar que a concessão havia sido concedida pela promessa que José Sarney havia feito ao empresário barretense, além de justificar a vitória pela experiência no ramo da radiodifusão e no meio impresso, numa tentativa de retirar a questão política do debate.

A aprovação da concessão pelo executivo federal foi muito festejada pelo grupo barretense, levando-os a empreender uma viagem, em comitiva oficial, a São José do Rio Preto, com visitas ao executivo e ao legislativo municipais. Essa visita em parte servia para agradecer o apoio do vereador rio-pretense Dourival Lemes dos Santos que, nos bastidores, apoiava o grupo barretense junto aos políticos da cidade, alfinetando, indiretamente, todos os que se opunham à concessão. Em nota referindo-se a um programa tradicional da rádio de Monteiro de Barros, *O Diário de Barretos* comemora: "Viu, só? *Reportagem Que Não Para* continua na frente. Novamente. Com a TV Independente". E provocando os seus concorrentes, tripudiava: "Pergunta chatinha: Você tem televisão?".[66]

A Constituição de 1988 previa que, após a promulgação dos vencedores da concessão, o processo deveria passar pela avaliação do Congresso Nacional, especificamente pela Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática da Câmara Federal, antes de ser votado pelo plenário da mesma casa e pelo Senado. Pela excessiva quantidade de concessões de rádio e televisão ao final do mandato de Sarney, havia o receio de Monteiro de

[65] *Diário da Região*, p. 3, mar. 1990.
[66] *O Diário de Barretos*, p. 4, 29 mar. 1990.

Barros, assim como dos demais outorgados na ocasião, de que fosse realizada uma revisão das outorgas concedidas nos dois anos anteriores.

O deputado federal Lysâneas Maciel, do PDT carioca e vice-presidente da Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática da Câmara Federal, havia encaminhado à Presidência da Câmara dois requerimentos para a instalação da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) para que fossem investigadas as permissões e as renovações de canais de rádio e televisão. O pedido da CPI não foi aceito e as bases de sustentação do presidente Collor, que assumira há poucos meses, não se comprometeriam com tal empreitada parlamentar. Sobre o processo de concessões no início do governo Collor, o deputado federal Arnaldo Faria de Sá, da base governista, afirmava: "[...] a casa não foi organizada, o governo não remeterá novos pedidos de permissão ou renovação ao Congresso Nacional".[67]

Todavia, a morosidade do processo de liberação e análise das concessões continuava. Após a divulgação dos grupos ganhadores, os "lobbies" políticos e empresariais acentuaram-se. De um lado, os ganhadores da concessão tentando mantê-la, de outro, grupos querendo a revisão dos processos. Enquanto o processo de concessão do Canal 11 esteve em tramitação, o *Diário da Região* conclamava aos deputados federais da região de Rio Preto, Nelson Seixas e Roberto Rollemberg, para defender a revisão do processo licitatório. Ou, como noticiou:

> O deputado federal pela região de Rio Preto, Roberto Rollemberg (PMDB), que também é membro suplente da Comissão de Comunicação acredita que a revisão das concessões para exploração de canais de rádio e TV vai depender da forma que essas permissões e autorizações foram realizadas. Para o parlamentar peemedebista e ex-secretário do Governo do Estado de São Paulo "a Comissão poderá rever todos os casos de forma que as denúncias de concessões irregulares praticadas pelo governo anterior ou ainda de última hora e caracterizando políticas, devem ser reanalisadas", pondera. Rollemberg é da opinião de que as rádios e televisões devam ter características regionais.[68]

O debate sobre a revisão das concessões ganhava força. O principal argumento era que o quesito técnico fora dispensado, tendo vigorado, sobretudo, o caráter político para a entrega das concessões. A comissão da Câmara que analisava os processos estava composta basicamente por parlamentares ligados direta ou indiretamente por concessionários de

[67] *Diário da Região*, p. 4, 3 abr. 1990.
[68] Ibidem.

radiodifusão. O Grupo Diário da Região, empenhado na luta pela revisão, divulgava, através de seu jornal, opinião diferente da emitida anos antes, quando foi agraciado com a concessão de rádio FM para Mirassol, pelo Ministro Antônio Carlos Magalhães:

> A conclusão que se chega ao final das contas é que existem realmente irregularidades nas concessões de funcionamento para emissoras de rádio e televisão distribuídas pelo ex-Ministério das Comunicações do governo Sarney, como também na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática da Câmara Federal, primeiro passo para aprovação do processo pelo Congresso Nacional após publicação efetuada no Diário Oficial.[69]

O procedimento, após passar pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, deveria seguir para o plenário da Câmara e contar com um quorum mínimo de dois terços dos deputados e, para que a concessão fosse aprovada, deveria obter maioria simples, ou seja, 50% mais um voto.

Os deputados da região de São José do Rio Preto e aliados do Grupo Diário da Região não estavam conseguindo articular-se junto a outros parlamentares da Comissão de Ciência e Tecnologia para implementar a revisão das concessões. Enquanto isso, o Grupo Monteiro de Barros mostrava-se com força política. O *Diário de Barretos* intensificou a quantidade de matérias sobre o deputado Maluly Netto, integrante da Comissão de Ciência e Tecnologia, ressaltando a imagem do deputado como autêntico trabalhador pelas causas barretenses. Para os leitores, a impressão que o jornal transmitia era a de que Araçatuba e Barretos faziam parte da mesma região e possuíam interesses em comum. Maluly integrava a base parlamentar de Collor, daí o jornal barretense poupar críticas ao governo federal. Em abril de 1990, Maluly Netto compromete-se com Monteiro de Barros a trabalhar pela manutenção da outorga para o empresário barretense. E *O Diário de Barretos* noticiava:

> O deputado federal Maluly Netto visitará esta região brevemente para ouvir autoridades municipais sobre reivindicações comunitárias. Além de Colina, onde têm inúmeros companheiros políticos, o deputado Maluly Netto deseja encontrar-se com o prefeito (de Barretos) Ibrahim Martins Silva e lideranças barretenses. "Há projetos na esfera federal que poderão atender interesses regionais e pretendo detalhá-los para nossos amigos que têm justas reivindicações dos seus municípios" disse o deputado Maluly Netto falando à imprensa, pelo telefone. [70]

O objetivo de Monteiro de Barros era reunir o máximo de apoio político que conseguisse para que o Congresso Nacional ratificasse a outorga. A primeira demonstração pública viria da Câmara de Vereadores de Barretos, conduzida pelo grande amigo de

[69] *Diário da Região*, p. 4, 4 abr. 1990.
[70] *O Diário de Barretos*, p. 1, 3 maio 1990.

Monteiro Filho, o presidente Sebastião Misiara. Através de um ofício que contou com a unanimidade dos votos dos vereadores, foi enviado à Comissão de Tecnologia da Câmara Federal o pedido para a que fosse liberada a concessão para o grupo barretense:

> REQUEREMOS à Mesa, cumpridas as formalidades regimentais que se oficiem ao Deputado Antônio Britto (PMDB-RS), presidente da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática da Câmara dos Deputados, demonstrando o nosso apoio irrestrito à presente outorga ao tempo em que expressamos nosso júbilo também pela homologação, por parte dos ilustres Congressistas, fato que estará fazendo justiça à região e à organização Monteiro de Barros.[71]

A Câmara de Vereadores de Barretos enviou tal requerimento também para deputados e partidos políticos. Em resposta a esses ofícios, sempre mediado por Maluly Netto, o Grupo Monteiro de Barros recebeu apoio imediato dos deputados João Cunha e Ricardo Izar, como noticiava *O Diário de Barretos*:

> "Recebi com grande prazer, a solicitação do diretório do PL em Barretos. Farei o maior empenho em resolver o problema. Conte comigo, como membro da Comissão de Comunicação da Câmara." A carta do deputado Ricardo Izar foi entregue por Geraldo Correa, presidente do diretório municipal do PL, desta cidade.[72]

No final de junho de 1990, a Presidência da Câmara dos Deputados acolheu o parecer da Comissão de Constituição e Justiça, considerando inconstitucional a devolução ao Executivo dos processos de concessão de rádio e TV em andamento no Congresso e de todas as concessões oriundas do final do mandato de Sarney. Sem dúvida, esta foi uma vitória para os concessionários, mas ainda faltava passar pela aprovação da Comissão de Tecnologia da Câmara e pelo Senado. O relator da Comissão de Tecnologia era Bonifácio Andrada, pertencente aos antigos quadros do PDS mineiro, que tinha afinidades políticas com os deputados que apoiavam o grupo barretense.

O apoio à ratificação da concessão para Monteiro de Barros ecoaria até mesmo entre setores rio-pretenses, compreendendo entidades ligadas ao ramo da publicidade e propaganda, como o Sindicato das Indústrias Gráficas de São José do Rio Preto (SIGRAF), políticos municipais e inclusive, o deputado federal Nelson Seixas. Em oficio enviado ao presidente da Câmara Municipal de Barretos, o deputado confirmava seu apoio:

> Acuso o recebimento do ofício dessa Câmara no qual me notifica e pede apoio a nossos pares no Congresso Nacional, para homologação da TV

[71] Ibidem.
[72] *O Diário de Barretos*, p. 1, 3 maio 1990.

> Independente de São José do Rio Preto. Na certeza de que a referida emissora trará maiores esclarecimentos, bem como um trabalho educativo-cultural à população rio-pretense, Barretos e adjacências. Nessa linha de pensamento, trabalharemos, aqui no Congresso Nacional, pela homologação da mesma.[73]

Como moeda de troca pelo apoio recebido, *O Diário de Barretos* divulgava agenda, perfil e notícias dos políticos que o apoiavam. Com as eleições para governador e deputados a serem disputadas em outubro de 1990, o jornal tratava de forma positiva a imagem de Maluly Netto, de Ronaldo Caiado, este pertencente à ala ruralista, e de Afif Domingos que, depois, teria o seu nome lançado como candidato a governador de São Paulo. Monteiro de Barros também apoiava para deputado federal Marcelino Romano Machado, empresário da área de comunicações e vice-presidente da AESP.

No dia 28 de novembro de 1990, seria realizada a reunião da Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática da Câmara Federal, que analisaria o processo de concessão do Canal 11 de São José do Rio Preto. O Grupo Diário da Região solicitou ao deputado Nelson Seixas, que também fazia parte da comissão, para intervir contra a cessão ao grupo barretense. Pressionado, Nelson Seixas, contrariando suas declarações ao jornal barretense, passou, então, a defender os interesses do Grupo Diário da Região. Em depoimento ao jornal rio-pretense, o deputado justificava: "[...] depois que pedi vistas do processo, ainda não foi possível conseguir quorum para discutir sobre o parecer favorável do relator Bonifácio de Andrada". Seixas afirmava que não seria fácil derrubar um parecer favorável, especificamente sobre o relatório de Bonifácio Andrada, a quem considerava ser muito influente no Congresso Nacional. Ele admitia estar isolado politicamente dentro da Comissão de Ciência e Tecnologia, e tentava aproximar-se de membros ligados ao PSDB e ao PDT, com quem mantinha diálogos. Informara através do *Diário da Região* que, somente seria possível o veto do parecer do relator Bonifácio Andrada, se as forças políticas da região interviessem no processo, como o deputado Roberto Rollemberg, da região de São José do Rio Preto, que era suplente na Comissão de Ciência e Tecnologia. O deputado Nelson Seixas buscava através da Comissão, a anulação da concessão do Canal 11 e, desta forma, forçar a abertura de uma nova concorrência. Seus argumentos eram de que a concessão deveria ser outorgada a "um grupo local legítimo" e com condições técnicas para tal empreendimento. Sobre tais assertivas, Seixas declarou: "Eu vou tentar, afinal têm grupos de Rio Preto que

[73] *O Diário de Barretos*, p. 1, 12 jul. 1990.

reúnem todos os requisitos necessários para conseguir explorar as imagens. Não vejo razões para dar a um grupo de Barretos, que é da região de Ribeirão Preto".[74].

A Comissão de Ciência e Tecnologia da Câmara aprovou o relatório de Bonifácio Andrada, por 35 votos a quatro. Votaram contra: Nelson Seixas, Robson Marinho, Maurício Frueti e Lysâneas Maciel. O Grupo Diário da Região lamentava afirmando que Rio Preto perdia a última chance de ter uma emissora em VHF. Cobrado pelo grupo Diário da Região pela derrota, o deputado Nelson Seixas responderia: "[...] não fui só eu que marquei bobeira. Os políticos da cidade não vestiram realmente a camisa dessa luta. Fiz o que estava ao meu alcance depois que tomei conhecimento dos fatos. Mas, infelizmente, não conseguimos". E acusava: "Quem atuou como se fosse um verdadeiro advogado do grupo de Barretos foi o deputado Maluly Netto".[75]

Maluly Netto se justificaria através do jornal do Grupo Monteiro de Barros, ressaltando a importância da concessão do canal 11 para as regiões de Rio Preto e Barretos, bem como sua participação efetiva neste processo: "Eu me sinto feliz em ter dado minha modesta contribuição, até como obrigação pelos votos que tenho recebido em toda região. Entendo que é trabalhando pelo bem-estar, pelo desenvolvimento regional, que estou correspondendo aos anseios comunitários".[76] Em seu editorial, *O Diário de Barretos* prestou homenagem ao deputado, pela defesa e ajuda no processo de concessão:

> Aos diretores da TV Independente, Jorge Maluly Netto provou que, é um batalhador incansável, um político hábil e atuante, um parlamentar respeitado pelos seus colegas da Câmara Federal. A ratificação pela Câmara dos Deputados, da outorga da TV Independente, é conquista pessoal de Maluly Netto, que mostrou lado positivo da sua personalidade: lealdade.[77]

O discurso de Monteiro de Barros, antes de ser ratificada a concessão da Televisão Independente, voltava-se para a possibilidade de se unirem através do meio televisivo as regiões de São José do Rio Preto e Barretos. Faltava, entretanto, uma parte do processo para a outorga: passar pela aprovação do Senado e seguir para o plenário.

Inicialmente, a estratégia do grupo barretense era apresentar seu projeto como um empreendimento regional, visto que o processo licitatório ainda não havia terminado e o assunto não poderia sair de pauta de imediato, para não haver contestação. João Monteiro de

---

[74] *Diário da Região*, p. 6, 11 nov. 1990.
[75] *Diário da Região*, p. 4, 6 dez. 1990.
[76] *O Diário de Barretos*, p. 1, 6 dez. 1990.
[77] *O Diário de Barretos*, p. 3, 9 dez. 1990.

Barros Filho pregava em seu matutino que a TV Independente deveria propiciar o desenvolvimento econômico entre as regiões de Barretos e de Rio Preto:

> A realidade rio-pretense é desconhecida do grande público barretense, assim como, as coisas barretenses não tem penetração no mundo das comunicações de Rio Preto. O que fará a TV Independente? A geradora estará em São José do Rio Preto, mas haverá estúdio auxiliar em Barretos, para que as duas regiões sejam divulgadas como merecem, fortalecendo seus processos de desenvolvimento.[78]

A proposta de desenvolvimento, a partir da área de telecomunicações, deveria estender-se e atender à outras reivindicações da população da região norte e noroeste do Estado, reforçando que a TV Independente estaria em sintonia com os problemas regionais e seria a voz e a imagem de uma população:

> Em sendo assim, antes mesmo de ir ao ar, a Televisão Independente convidará as autoridades constituídas de Rio Preto, Olímpia e Barretos, para uma inédita reivindicação regional, a duplicação da rodovia Assis ChateaubrianDom Por quê? Uma moderna rodovia, com pista dupla, ligando os vales dos rios Turvo e Pardo poderá abrir para o Estado de São Paulo novo espaço agroindustrial. Não existe corredor industrial entre São Paulo e Rio pela Via Dutra? Por que não uma "grande avenida" entre Rio Preto e Barretos, passando por Olímpia, com incentivos para industrialização? [79]

O Senado Federal aprovou a concessão do Canal 11, em outubro de 1991. A assinatura do contrato que encerraria o processo de concessão ocorreu em 17 de dezembro de 1991, em Brasília (DF). O governo federal foi representado por Roberto Blois Montes de Souza, diretor do Departamento Nacional de Serviços Privados, em substituição a Joel Marciano Rauber, titular da Secretaria Nacional de Comunicações.

---

[78] *O Diário de Barretos*, p. 3, 25 out. 1991.

[79] *O Diário de Barretos*, p. 3, 25 out. 1991.

Figura 1 – Assinatura do contrato da TV Independente.
Fonte: *O Diário de Barretos*, p.1, 19 dez. 1991.

A TV Independente de São José do Rio Preto teria seis meses para apresentar o projeto e dois anos para colocar a emissora no ar. Segundo Monteiro de Barros, as redes de televisão Manchete, Bandeirantes e Jovem Pan mostraram-se interessadas em ter a TV Independente como afiliada. Outro projeto que solicitou a adesão da TV Independente foi o empreendimento do deputado federal paranaense José Carlos Martinez. Com sede em Curitiba, a TV-OM procurava expansão para o interior do Brasil. Seria um projeto em que se dariam às emissoras afiliadas a oportunidade de transmissão de programas jornalísticos e incentivos a produções locais. O projeto não agradou Monteiro, que já estava em negociações para a instalação da primeira rede católica do Brasil.

Anos mais tarde Monteiro de Barros divulgou nota em seu jornal que colabora para o argumento de que a busca por expansão de seus empreendimentos no setor comunicacional estava ligada à hegemonia política local. Em meio à campanha eleitoral para prefeitura em 1994, o empresário salientava:

> Perdedor no mundo das Comunicações, Uebe não se conforma. Conquistou duas outorgas de emissoras de rádio (AM-FM), montou jornal, pensando que, dominando imprensa e rádio, seria imbatível. Como concorrente motivou o crescimento da nossa empresa que tem 38 anos de atividade. Cinco emissoras de rádio, um diário em off set e uma geradora de Televisão que poderá ser cabeça de rede nacional, a partir de São José do Rio Preto.[80]

[80] *O Diário de Barretos*, p. 1, 21 maio 1993.

Monteiro de Barros buscava através da aquisição de uma emissora de TV, alcançar melhores posições no campo comunicacional, tanto regional quanto nacional. Também procurava colher melhores resultados dentro do campo político regional.

Com o a obtenção da concessão do Canal 11 de São José do Rio Preto, a aproximação com membros da igreja já estava sendo proporcionada a partir das relações de Monteiro de Barros com Dom Antônio Maria Mucciolo e o discurso exclusivo de integração regional foi sendo abandonado aos poucos, vindo à tona elementos que se aproximavam da elaboração e da criação de uma TV de inspiração católica:

> A TV Independente tem objetivos claros e muitos planos. Não pretende ser apenas um canal de comunicação de sons e imagens. A TV Independente não buscará somente o fortalecimento da comunicação regional, como será emissora de respeito à dignidade humana. A TV Independente quer motivar, animar lideranças e povos para conscientizá-los que muita coisa poderá ser feita em havendo trabalho conjugado. [...] Que venha a TV Independente com suas novas ideias, suas propostas comunitárias e cristãs, seus incentivos ao desenvolvimento regional.[81] .

2.3 A formação do INBRAC e a montagem da rede de televisão

Com a outorga da concessão para operar a TV Independente garantida a João Monteiro de Barros, a parceria entre o empresário barretense e Dom Antonio Mucciolo para viabilização de uma emissora televisiva com penetração no mundo católico tornava-se mais visível e sólida. Tão-logo fora confirmada aquela concessão, Dom Mucciolo, então já residindo em Botucatu e ocupando o cargo de arcebispo, enviara uma carta a Monteiro de Barros, a qual fora publicada no jornal do empresário barretense. Na carta, o arcebispo parabenizava o empresário pela recente conquista dele no campo televisivo e enfatizava o seu testemunho de fé católica, fornecido, segundo o remetente, tanto no passado quanto naquele momento, uma vez que o empresário objetivava colocar a TV Independente a serviço da igreja católica.[82]

A experiência adquirida anteriormente na parceria local entre o empresário barretense e o religioso, principalmente nos anos de episcopado de Dom Antonio em Barretos e que resultara na abertura de espaços à sua Diocese nos veículos de comunicação de Monteiro de

[81] *O Diário de Barretos*, p. 1, 17 dez. 1991.
[82] *O Diário de Barretos*, p. 2, 5 nov. 1991.

Barros, era tomada como base para se buscar uma parceria de abrangência nacional entre a nascente TV Independente e a igreja católica. Para a execução dos primeiros passos rumo à efetivação daquele projeto televisivo, o Grupo Monteiro de Barros entraria com sua experiência na gestão de empresas midiáticas e Dom Mucciolo com os contatos com a hierarquia e organismos católicos. União de esforços que se esperava poderia viabilizar o empreendimento de uma emissora de orientação católica, tanto em termos organizacionais e tecnológicos quanto financeiros. Entretanto, as ações desempenhadas por Monteiro de Barros para a consecução de uma emissora católica não devam ser vistas apenas pela lógica empresarial, mas, também, pela ótica da fervorosa fé católica do empresário e que se prestava a colaborar com a propagação da fé e moral cristãs. Posição do empresário que era há muito tempo conhecida por Dom Mucciolo e havia sido utilizada por ele em benefício de propósitos religiosos, e que, na busca de apoio da igreja para formação de uma TV de orientação católica, o arcebispo deveria apresentá-la aos seus pares e lideranças católicas.

Os primeiros contatos de Dom Mucciolo se deram com membros da hierarquia e lideranças do catolicismo atuantes nas regiões Norte e Noroeste do estado de São Paulo, sobremaneira com aqueles que lhe eram próximos. No final de 1991 o arcebispo acompanharia Monteiro de Barros em sua primeira reunião com membros da CNBB, oportunidade em que seria apresentado o projeto de formação da TV católica e se daria a formalização do convite à entidade da hierarquia católica para integrar o projeto televisivo. Em 4 de maio de 1992, Dom Antonio Maria Mucciolo, João Monteiro de Barros, Dom Luciano Mendes de Almeida, Dom Pedro Fré, Dom Ivo Lorsheiter se reuniram em Itaici (SP) e decidiram criar uma entidade que gerenciaria a grade de programação da futura rede de televisão, o Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã (INBRAC).

No início de junho de 1992, por intermédio do arcebispo de Botucatu, o Grupo Monteiro de Barros se reuniria com a Comissão de Comunicação da CNBB . A pauta da reunião tratara de planos para viabilizar a formação de uma rede de televisão católica, cuja cabeça de rede seria a TV Independente. Naquele momento, Monteiro de Barros já havia sepultado qualquer alternativa de fazer de sua emissora uma afiliada ou uma retransmissora de grandes redes de televisão e já se empenhava na conquista de autorização junto à EMRATEL para emissão via satélite. A possibilidade de contar com a força da CNBB e a audiência do mundo católico talvez levassem o empresário a apostar num projeto televisivo mais ousado em relação à dinâmica da televisão com relação à programação religiosa católica. Àquela reunião, além de representantes do Grupo Monteiro de Barros e arcebispo de Botucatu,

compareceram Dom José Ivo Lorscheiter, membros do Morada do Sol, emissora de televisão com sede em Araraquara, padre Eduardo Dougherty e o publicitário Miguel Kater Filho.

Dom Antonio Maria Mucciolo e Dom Luciano Mendes de Almeida levariam a proposta da TV católica para apreciação de Dom Paulo Evaristo Arns, em São Paulo. Tentavam convencer Dom Paulo a participar do INBRAC visto o reconhecimento que o religioso detinha tanto nos círculos católico quanto no campo político brasileiro, além da diocese paulista contar com uma Pastoral da Comunicação bem estruturada. Entretanto, Dom Paulo Evaristo Arns acabou evitando integrar o projeto ou apoiá-lo naquele momento. Em outro encontro realizado, em 24 de junho de 1992, a cúpula da CNBB receberia, a pedido de Dom Mucciolo, a diretoria do Grupo Monteiro de Barros para a exposição detalhada da proposta de uma rede de televisão católica. Na ocasião, Dom Luciano Mendes de Almeida, entusiasta do projeto da rede católica, tranqüilizaria as lideranças católicas sobre possíveis reações e riscos para aquele empreendimento: "Não faltará apoio a todas as iniciativas de bispos e leigos que queiram assumir responsabilidades de dotar o país de veículos compromissados com a Verdade e com o respeito que se deve à Família Brasileira" (*apud* BARROS FILHO, 2003, p. 27). Monteiro de Barros divulgaria em seu matutino as razões para o convite feito à hierarquia católica:

> A Igreja Católica tem sido convidada a prestigiar a formação da Rede Cristã de Televisão, porque é fonte natural que pode nortear novos rumos para a televisão brasileira. Não se trata de disputa econômica, ou defesa da religião católica sobre os espaços conquistados por outras seitas. A preocupação da Igreja sobre a utilização dos modernos veículos de comunicação é imperativo que nasce em todos os setores responsáveis que não aceitam omissões no exame de tão complexa realidade nacional. (BARROS FILHO, 2003, p. 28).

Como havia a possibilidade da CNBB recusar a participação no projeto televisivo proposto por Monteiro de Barros e Dom Mucciolo, por conta das divergências teológicas sobre a participação da igreja nos meios audiovisuais, o bispo e o empresário, juntamente com Dom Luciano Mendes de Almeida, já haviam decidido que o INBRAC, mesmo ainda sem um estatuto e diretriz definida, seria a mantenedora da grade de programação da futura rede de televisão.

Em 27 de agosto de 1992, houve mais uma reunião entre Monteiro de Barros e a cúpula da CNBB, quando ficou decidido que a entidade católica não iria estabelecer vinculação institucional com o projeto televisivo, mas, entretanto, liberara seus membros para atuarem de maneira individual na concretização do projeto. A partir desta decisão da CNBB,

o Grupo Monteiro de Barros passaria, de um lado, a contatar produtoras independentes ligadas ao mundo comunicacional católico para integrarem o seu projeto televisivo, e, de outro, a cuidar mais detidamente do seu plano de obter autorização para utilizar o satélite Brasilsat B1, com vistas a transmitir o sinal televisivo de sua emissora para todo o território brasileiro. Com esse cenário, propôs-se então seguir adiante com a idéia de criar um órgão mantenedor, que gerenciaria o projeto:

> A decisão da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil não impedia, entretanto, de que ouvisse sugestão da TV Independente para a formação do INBRAC, que seria a entidade mantenedora para possibilitar a formação da rede nacional de televisão cristã. Ao oferecer à Igreja Católica do Brasil, minuta do INBRAC, a Televisão Independente de Rio Preto está contribuindo para a constituição de uma associação civil que embora não seja órgão ligado à CNBB, pode acolher como membros os bispos preocupados com os meios de comunicação social, imprensa, rádio e televisão, sem proporcionar prioridades à TV Independente. (BARROS FILHO, 2003, p. 31).

Dom Luciano Mendes de Almeida, levando em conta a dificuldade histórica da igreja conseguir espaços nos meios massivos, considerava que somente seria possível a concretização de uma emissora de televisão católica com o apoio de uma entidade mantenedora como o INBRAC. (BARROS FILHO, 2003, p. 33).

Dom Mucciolo e Monteiro de Barros peregrinaram pela Europa com vistas a conhecer projetos católicos na área de radiodifusão e obter apoio junto a grupos e entidades católicas daquele continente. A primeira etapa da viagem se deu na Holanda, com a realização de visita ao empresário Piet Derkensesn, mantenedor da fundação “Testemunhando o Amor de Deus”, a qual financiava instituições de caridade e investia em projetos católicos em várias partes do mundo. Depois na Alemanha, realizando encontros com dirigentes católicos que financiavam projetos em países pobres. Segundo Monteiro de Barros, o projeto da Rede Vida não foi bem avaliado pelos alemães, tendo colhido de um dos contatados a seguinte observação de descrédito ao projeto da Rede Vida: “Se a Alemanha que tem dinheiro não tem coragem de lançar uma TV, como o Brasil, um país continental, com dívida internacional e sem verba, vai montar uma rede nacional?”. Já na Itália, os dirigentes do INBRAC se reuniriam primeiramente com John Foley, então responsável pelo setor de Comunicação Social do Vaticano, e depois foram recebidos pelo papa João Paulo II. A viagem se encerrou em Portugal, quando visitaram grupo ocupado com projeto televisivo católico, a Televisão Independente de Portugal (TVI). A forma de captação de recursos e tipo de programação

empreendidos pela TVI serviram de base para a implementação do projeto televisivo do INBRAC.

A constituição jurídica do INBRAC foi preliminarmente cuidada pelos juristas Celso Neves, Moacir Vaz Guimarães, Ives Gandra Martins e Gabriel Jorge Ferreira. Em reunião em São Paulo, realizada na residência de Luiz Mucciolo, irmão do arcebispo de Botucatu, seria aprovado o estatuto do INBRAC e definido os nomes de seus fundadores, bem como agendado para a dia 17 de dezembro de 1992 a inauguração da entidade, data posteriormente cumprida. Entre os nomes dos fundadores constavam os de Dom Luciano Mendes de Almeida, Dom Antonio Maria Mucciolo, Dom Pedro Fré, João Monteiro de Barros Filho, e os de seus filhos Luiz Antonio Monteiro de Barros e João Monteiro de Barros Neto. Ficou decidido também que a sede do INBRAC seria instalada, como de fato o foi, na cidade de São Paulo, escolha devida à importância estratégica da localidade junto ao mercado publicitário. No mês seguinte, se juntariam aos quadros do INBRAC, Celso Neves, o jurista e acadêmico João Grandino Rodas, Roberto Montoro Filho, proprietário e diretor da TV Morada do Sol, Jomar Wladimir Dal Moro. Ainda fariam parte, Antonio Mucciolo e Antonia Acarino Mucciolo, irmãos do arcebispo de Botucatu.

Com a fundação do INBRAC ficou definido que, além dos 11 nomes fundadores que comporiam o Conselho Superior (CONSUP), a entidade seria presidida por Dom Antonio Maria Mucciolo e teria na vice-presidência João Monteiro de Barros Filho. O Conselho Consultivo ficava composto pelos nomes de Dom José Ivo Lorscheiter, bispo de Santa Maria e presidente da Comissão de Comunicação da CNBB; Dom José de Aquino Pereira, bispo de São José do Rio Preto; Dom Lucas Moreira Neves, arcebispo de Salvador; padre Cesar Moreira, presidente da UNDA; Emilio Pedutti Filho, cidadão de Botucatu e de família ligada ao ramo de exibição cinematográficas. Para o Conselho Fiscal foram nomeados: José Pedro Domingues Netto, cidadão barretense; José Vicente Dias Leme, radialista do Grupo Monteiro de Barros; Rauwilson Sanches Leite, de São Paulo; Kalil Sales e Sebastião Monteiro de Barros, cidadãos barretenses

A entidade nasceria com a formação jurídica de associação civil, sem finalidades lucrativas. O CBT permite este tipo de associação, entretanto a concessão não seria transferida da TV Independente para o INBRAC, o que fazia de João Monteiro de Barros Filho o concessionário legal e responsável pelo gerenciamento da emissora. Se aventasse a possibilidade de transferir para o INBRAC o controle total da emissora, o que não foi

sugerido pelo empresário, seria necessário que a outorga fosse submetida à aprovação do governo, como indicado no artigo 38 do CBT, tópico c: “a transferência da concessão, a cessão de cotas ou de ações representativas do capital social, dependem, para sua validade, de autorização do Governo após o pronunciamento do Conselho Nacional de Telecomunicações; o silêncio do Poder concedente ao fim de 90 (noventa) dias contados da data da entrega do requerimento de transferência de ações ou cotas implicará na autorização”.

As diretrizes centrais do INBRAC, segundo João Monteiro de Barros Filho (2003, p. 82), são as seguintes:

> Realizar, patrocinar e promover, direta ou indiretamente iniciativa de atuação sobre os veículos de comunicação social, de forma a propagar e difundir a mensagem Cristã, buscando, principalmente o respeito aos valores ÉTICOS e SOCIAIS da Pessoa e da Familia; Assistir, desenvolver, apoiar e promover, direta ou indiretamente, isolada ou em colaboração com entidades que têm idênticos ideais e finalidades, projetos, empreendimentos ou investimentos voltados para Comunicação Social Cristã, em todo território brasileiro, destinados ao Serviço de Radiodifusão Sonora (radio); de Sons e Imagens (televisão), imprensa (jornal) e demais veículos de informação e expressão, sempre com vistas ao atingimento dos objetivos estatuídos nos Artigos 220 e 224 da Constituição Federal.

O artigo 220 da Constituição Federal, referido por Monteiro de Barros, trata da manifestação do pensamento, do direito à informação, direito à informação jornalística e direito à informação pública, além de tratar da responsabilidade do concessionário em não divulgar produtos e práticas “nocivos à saúde e ao meio ambiente”.

Já o artigo 224 faz referência à criação do Conselho de Comunicação Social (CCS) que seria instalado em 2002. O CCS regulamenta o setor de radiodifusão, desde questões referentes à classificação de programas televisivos e outorgas de novas concessões, bem como questões da liberdade de expressão. Porém, tal legislação não conseguiu acabar com os monopólios existentes no campo comunicacional brasileiro, como já citado no capítulo anterior.

A primeira reunião do INBRAC aconteceu em 5 de janeiro de 1993. Nesse momento a entidade tentava a legitimação dentro do campo católico brasileiro em busca de apoio entre os religiosos de maior prestígio. A entidade já havia tentado no ano anterior o apoio de Dom Evaristo Arns, mas este se recusou a apóiá-la. Uma das propostas era se aproximar de empresários do campo comunicacional, principalmente aqueles envolvidos de alguma forma com projetos católicos, e expor o projeto televisivo do INBRAC. A primeira reunião com

empresários do ramo de comunicação e donos de produtoras de vídeo foi realizada em São Paulo, em 25 de fevereiro de 1993, sob a liderança de Dom Antonio Mucciolo.

Em março de 1993, o INBRAC promoveu o Primeiro Encontro de Produtoras Católicas de Televisão, na Chácara da Associação Senhor Jesus, em Valinhos (SP), a fim de integrar as produtoras católicas e mídias independentes ao projeto da TV católica. Dentre as proposituras estava a construção de um parque técnico na cidade de São José do Rio Preto, que se encarregaria de receber os audiovisuais dessas produtoras e transmiti-los pela TV Independente, em rede nacional. Segundo matéria veiculada pelo *O Diário de Barretos*, as produtoras católicas estariam esperando um projeto semelhante havia mais de dez anos. Tais empresas atuavam e tinham sede em São Paulo, Belo Horizonte, Campinas, Cachoeira Paulista, e no estado do Rio Grande do Sul. As produtoras tinham grande ligação com a Renovação Carismática Católica.[83] Ainda no primeiro semestre de 1993, Monteiro de Barros se reuniria com integrantes do INBRAC para definir a reserva de um canal de televisão junto à Embratel, a partir do satélite Brasilsat B1, assim poder propagar desde Rio Preto a programação da TV Independente por todo o país. Em 17 e 18 de maio de 1993, o INBRAC organizou uma reunião com 10 produtoras de televisão no Instituto Pio X, em São Paulo. O nome da nova rede de televisão, que já havia sido tratada como TV Católica, cuja denominação não seguiu adiante pela negativa da CNBB em participar ativamente do processo, passou a ser chamada de Televisão Alternativa, em decorrência da proposta da emissora não seguir a mesma linha das televisões comerciais. A união de produtoras independentes e de diversas partes do Brasil seria a base para a viabilização da rede.

O nome Rede Vida apareceria pela primeira vez no jornal *Diário de Barretos* em 21 de maio de 1993. Com o nome definido, diretores do INBRAC escolheriam o evento da Associação do Senhor Jesus, em 20 de junho de 1993, para divulgar nacionalmente o projeto da Rede Vida. Por ocasião do XV Cenáculo e também da inauguração das novas instalações da produtora em Valinhos, a entidade liderada por Eduardo Dougherty reuniu no estádio do Morumbi em São Paulo, um público de 130 mil espectadores e fiéis, sobretudo aqueles ligados à RCC. Para esse publico, Dom Antonio Maria Mucciolo e João Monteiro de Barros Filho apresentaram o projeto que possibilitaria a implantação de um projeto televisivo de cunho cristão. Uma das primeiras ações dos membros do INBRAC seria a de rebater críticas quanto à filiação do projeto, dos nomes envolvidos e da participação de políticos.

[83] *O Diário de Barretos*, p. 1, 7 mar. 1993.

Em entrevista à *Folha de S. Paulo*, o secretário da CNBB, Dom Ivo Lorscheiter, explicou que as propostas do INBRAC seriam tiradas das teses divulgadas na Conferência de Santo Domingo e garantiu que no projeto teriam leigos como protagonistas.[84] O bispo buscava entendimento, declarando que a Rede Vida seguiria os conselhos do papa e as novas diretrizes de evangelização. Para isso buscou referencias nas diretrizes daQuarta Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano realizada em Santo Domingo, na República Dominicana, no período de 12 a 28 de outubro de 1992, presidida pelo papa João Paulo II. Nessa conferencia ficou evidenciado que a alta hierarquia romana, apoiada pelo papa, que propunha uma ruptura com a tradição inaugurada por João XXIII de dar atenção aos pobres. As novas diretrizes, que retirou a política da cena católica, visava combater as alas progressistas e sepultar os ideais afirmados nas conferencias de Medelin e Puebla: "Em Santo Domingo, os bispos e demais participantes foram formalmente proibidos de trabalhar segundo o consagrado método do "ver, julgar e agir". Todas as comissões deviam iniciar suas reflexões pela teologia, para, em seguida, debruçar-se sobre a realidade que devia ser examinada não à luz das ciências sociais, mas de uma difusa leitura pastoral da realidade" (BEOZZO, 2007).

A criação de uma rede de televisão de orientação católica organizada e acompanhada pelo INBRAC rendeu manifestações de apoio por parte de algumas lideranças católicas. Além das opiniões de Dom Antonio Mucciolo e Dom Luciano Mendes de Almeida, quando havia apoio de bispos e integrantes da igreja ao projeto televisivo do INBRAC eram prontamente publicadas pelo O *Diário de Barretos,* como bem exemplifica o trecho de matéria do jornal ocupada em divulgar opinião do arcebispo metropolitano de Campinas:

> [...] Dom Gilberto Pereira Lopes classifica a proposta de criação da Rede Nacional de Televisão Cristã uma iniciativa excelente, principalmente na medida em que aparece algo diferente num ambiente em que se veicula muita sujeira. Dom Gilberto comemora a possibilidade de se discutir através da televisão princípios e idéias cristãs. Adverte, porem, para a necessidade de se formular uma programação de boa qualidade para que a emissora não caia no vazio".[85]

E a matéria continuava detalhando a avaliação de Dom Gilberto sobre a iniciativa do INBRAC, destacando a posição do arcebispo em reforçar a condição do leigo como protagonista da comunicação social católica na disputa pelos espaços com outras seitas religiosas:

---

[84] *Folha de S. Paulo*, p.I-9, 1º maio 1993.
[85] *O Diário de Barretos*, p.1, 18 out 1992.

> O arcebispo acha preferível que a mantenedora da rede seja uma entidade como o Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã (INBRAC) e ressalta que é a oportunidade de se utilizar melhor os meios de comunicação social. “os interesses econômicos não permitem que, por exemplo, os jornalistas católicos difundam a mensagem cristã nos meios onde trabalham”, avalia. Outros religiosos entendem também que a criação de uma rede cristã de televisão poderia facilitar a luta dos católicos contra a proliferação de seitas místicas e de grupos formados por fanáticos.[86]

Os religiosos que pertenciam ao INBRAC eram vistos, pela grande mídia, como pertencentes às alas conservadoras, principalmente Dom Antonio Maria Mucciolo. Em 6 de julho de 1994, na seção Radar da revista *Veja,*[87] o jornalista Ancelmo Gois noticiava que, em abril de 1995, entraria no ar um canal de televisão ligado à igreja e que seu líder espiritual, Dom Antonio Mucciolo, possuía relações com o movimento conservador denominado Tradição, Família e Propriedade (TFP) e também com a União Democrática Ruralista (UDR). Dom Antonio Maria Mucciolo era um dos membros da UDR em Barretos. Uma semana depois, na seção dos leitores, da mesma revista, o arcebispo respondeu ao colunista explicando que a Rede Vida não pertenceria à Igreja Católica e sim a um grupo empresarial de Barretos: “Contesto a nota Igreja conservadora no ar. A TV Vida não é da ala conservadora da Igreja e sim da Igreja Católica do Brasil, com apoio por escrito de 285 bispos. A TV Vida não irá ao ar em abril de 1995, mas em fevereiro do mesmo ano. A TV Vida de modo algum está ligada à TFP e à UDR”.[88]

No dia 23 de julho, *O Diário de Barretos* reproduzia a nota de Dom Mucciolo enviada à *Veja*, reiterando que a Rede Vida tinha como geradora a TV Independente e era gerida por membros do INBRAC. Para minimizar as polêmicas sobre a filiação teológica e política dos membros do INBRAC, o jornal publicaria uma foto dos líderes religiosos da entidade recebendo do Papa João Paulo II a benção para a instalação da televisão católica. O assunto foi muito explorado por integrantes do INBRAC que utilizavam esse fato para a legitimação dentro dos circulos católico, tentando transmitir a mensagem de que o projeto televisivo estava acima dos interesses de grupos internos da igreja, posto que apoiado integralmente pelo pontífice máximo

Levando em conta a expansão dos grupos carismáticos, um público que se valia dos novos tipos de linguagem para a evangelização, como a música, por exemplo, o INBRAC

---

[86] Ibidem.
[87] *Veja*, p. 39, 6 jul. 1994.
[88] *Veja*, p. 13, 13 jul. 1994.

tentaria se aproximar das lideranças do movimento. O jornal e a rádio do Grupo Monteiro de Barros passou a dedicar maior espaço aos carismáticos de Barretos, principalmente entre o público jovem. A parceria com as produtoras de vídeo que produziam materiais para esse público seria vital para conquista do telespectador oriundo dos grupos carismáticos. Entretanto, os membros do INBRAC continuavam preocupados em não ligar o nome da entidade diretamente a grupos carismáticos. As declarações Monteiro de Barros eram feitas no sentido de esclarecer que antes de tudo a Rede Vida era uma televisão comercial aos moldes das grandes redes, porém, de orientação católica.

Um dos incentivadores da Rede Vida, padre Augusto procurava, por meio de livro, informar aos católicos sobre a filiação teológica dos membros da nova emissora, precisar questões da propriedade e condução da rede de televisão católica:

> - Seu padre, é verdade que vai haver uma televisão católica no Brasil?
>
> - É verdade sim.
>
> - Me disseram que vai ser uma televisão de carismáticos...
>
> - Não senhora. Não é isso. Esta televisão não será dos carismáticos nem de algum outro grupo.
>
> - Será da CNBB, então?
>
> -Também não. Nem será da Conferencia Nacional dos Bispos do Brasil
>
> - De quem então?
>
> - É um grupo de cristãos leigos que terá essa televisão. Uma pessoa de Barretos (SP) recebeu concessão do canal e ofereceu para a CNBB. Mas, a CNBB insistiu que os leigos é que devem atuar na emissora. E eles compreenderam. E assumiram a TV. (PEREIRA, 1994, p. 108)

O INBRAC promovia reuniões mensais com produtoras de vídeo, principalmente com aquelas sediadas na capital paulista. Com pouco apoio dos organismos que pensavam a comunicação católica, Monteiro de Barros se empenhava em dizer que os membros da igreja que estavam filiados aos quadros do INBRAC seriam os alicerces para legitimação de um ideal cristão. Os nomes de Dom Antonio Maria Mucciolo e Dom Luciano Mendes de Almeida eram sempre divulgados quando se noticiava sobre as iniciativas do INBRAC. A imagem que Monteiro de Barros queria passar era a de que os membros que davam corpo ao INBRAC representavam uma família e estavam sintonizados com o processo evangelizador da igreja brasileira. *O Diário de Barretos* noticiava que a responsabilidade pela condução do

novo canal televisivo estava a cargo de um importante líder religioso, Dom Antonio Mucciolo:

> Ele será nosso líder, nosso guia, e com a graça de Deus haverá de ser o Pastor que contribuirá para colocar a Igreja do Brasil no seu devido lugar no campo das comunicações, de sons e imagens. Barretos que tem a Cidade de Maria[89], centro de espiritualidade construída sob liderança de Dom Antonio, haverá de ser uma das incentivadoras da rede cristã de televisão, pois a diretoria da TV Independente colocou a emissora geradora de Rio Preto à serviço da Igreja.[90]

Os "onze fundadores" do IBRAC seriam idealistas de uma nova forma de fazer comunicação no Brasil, apesar da negativa da CNBB e de alguns principais líderes não aderirem ao projeto. O INBRAC seria o porta-voz da comunidade católica que estaria muito bem representada por três arcebispos, Dom Antonio Maria Mucciolo, Dom Luciano Mendes de Almeida e Dom Ivo Lorsheiter. Monteiro de Barros reafirmava a importância dos religiosos na condução da linha pastoral e o papel do INBRAC:

> Não há divisão na Igreja que o Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã quer servir sob orientação de Pastores que não se preocupam com seus interesses, mas com os interesses de Jesus Cristo. A fundação do Instituto de Comunicação Cristã é um dos maiores desafios que vive a igreja no Brasil, visto que, para ingressar no mundo das comunicações, especialmente da televisão [...]. [91]

Devido ao posicionamento adotado pela CNBB, Monteiro de Barros salientava que a igreja não teria ainda despertado para a realidade da televisão e que o INBRAC teria o papel de criar uma nova cultura televisiva para o Brasil: "O povo brasileiro terá em breve, dentro de seus lares, uma televisão sadia, com programas elaborados por produtores equilibrados dentro dos padrões da moral e da decência. Os pais não necessitarão mais preocupar-se com os programas que os filhos estiverem assistindo na TV. Os tempos mudarão, com certeza".[92]

A CNBB não discordava que deveria ter uma maior participação nos meios televisivos. Por ocasião da realização da XXXII Assembléia Geral da CNBB, a igreja reconhecia "as deficiências de comunicação" com a população.[93] Mas alguns bispos no congresso relutavam em participar do debate sobre a exploração dos meios comunicacionais

---

[89] A construção da Cidade de Maria em Barretos contou com o apoio financeiro de João Monteiro de Barros Filho.

[90] *O Diário de Barretos*, p.1, 19 dez. 1992.

[91] *O Diário de Barretos*, p. 3, 11 dez. 1992.

[92] *O Diário de Barretos*, p. 3, 9 maio 1993.

[93] *Folha de S. Paulo*, p. I-10, 13 abr. 1994.

pela igreja, mesmo sabendo da importância dos meios eletrônicos para por em prática a evangelização. O Instituto Datafolha fez uma pesquisa de opinião entre os participantes da Assembléia. A pergunta feita aos clérigos era se eles eram a favor que o governo controlasse a programação das emissoras de televisão. Dentre aqueles pesquisados, 62% disseram serem favoráveis ao controle estatal, enquanto 23% se manifestaram contrários.[94] Mas para algumas lideranças importantes do campo católico, como Dom Evaristo Arns, o processo eleitoral e o debate político das eleições presidenciais de 1994 teria mais prioridade. A preocupação com o processo eleitoral era tão grande que uma cartilha foi preparada pela CNBB para ensinar o leigo a votar. Dando prioridade a este assunto, Dom Paulo Evaristo Arns salienta: "o voto é mais importante do que qualquer revolução".[95]Nessa reunião foi apresentado também o projeto Igreja-Sat, que fora inaugurado em 1992. Apoiado inicialmente pela CNBB e pela UNDA/Br a programação era gerada pela *Rádio Aparecida*, e os idealizadores do projeto esperavam interligar 170 emissoras de rádio via satélite no Brasil. Em 1994 a Rádio Aparecida se retirou do projeto. A apresentação do projeto aos bispos na XXXII Assembléia tinha o objetivo de dar nova dinâmica e incentivar as dioceses a retransmitirem o sinal. Com o nome de Rede Católica de Rádio, que atualmente é formada por 5 geradoras – Rádio Difusora de Goiânia, Rádio Aparecida, Rádio São Francisco Sat de Caxias do Sul, Rádio Canção Nova de Cachoeira Paulista e Rádio Imaculada Conceição de Santo André, com mais de 211 afiliadas[96].

Os dirigentes do INBRAC decidiriam aumentar seu quadro associativo, a fim de expandir seu campo de atuação e captação de recursos. Para isso, Monteiro de Barros queria atrair produtoras de TV de cunho religioso e empresarial. Tentou organizar, a partir de suas relações empresariais e políticas em Barretos, uma campanha de associação ao INBRAC, visando viabilizar financeiramente a Rede Vida:

> O INBRAC terá numero ilimitado de sócios, sem distinção de cor, sexo, nacionalidade, credo religioso ou político, compreendidos nas seguintes categorias: Fundadores (são onze); Beneméritos (Cardeais, Arcebispos, Bispos da Igreja Católica do Brasil, confirmados mais de 200 benfeitores); Sócios Contribuintes, pessoas físicas ou jurídicas que contribuem para o seu patrimônio com importância igual ou superior a que, na forma dos estatutos, for fixada. Presidido por Dom Antonio Maria Mucciolo Arcebispo de Botucatu, o INBRAC está em campanha para conseguir 100 sócios que contribuirão mensalmente, com importância equivalente a um salário

[94] *Folha de S. Paulo*, p. I-12, 17 abr. 1994.
[95] *Folha de S. Paulo*, p. 1-8, 14 abr. 1994.
[96] Disponível em: <http://www.rcrunda.com.br/br/rcr.php>

> mínimo. Todos Fundadores do INBRAC estão empenhados na formação do quadro Social de Contribuintes. Em Barretos os interessados em participar do INBRAC poderão manter contato com os fundadores jornalistas Monteiro Filho, Luiz Antonio e Monteiro Neto.[97]

A expectativa era a de que o INBRAC deveria transformar a Rede Vida em uma emissora nacional. Para isso deveria primeiramente aumentar a participação do canal nas estações transmissoras e retransmissoras pelo interior do Brasil. A primeira oportunidade se daria em setembro de 1993, quando o empresário da área da comunicação Antonio Augusto Amaral de Carvalho, um dos detentores da outorga da Televisão Jovem Pan Ltda, ofereceu sua cota de 30% como doação ao INBRAC. A concessão televisiva da Jovem Pan estava entre aquelas distribuídas por José Sarney e Antonio Carlos Magalhães no final do mandato presidencial. A concessão da TV Jovem Pan possuía três grupos de sócios: o primeiro era composto por representantes da família Machado de Carvalho, proprietária da Rádio Jovem Pan de São Paulo; o segundo era representada pelo diretor de jornalismo da mesma rádio, Fernando Vieira de Mello, e o terceiro era constituído pelo Grupo Objetivo, capitaneado por João Carlos DiGênio. Com equipamentos comprados, programas produzidos, Fernando de Melo vendeu sua participação para o dono da empresa IBF Hamilton Lucas de Oliveira, que vinha adquirindo empresas de comunicação, entre elas a TV Manchete. Com a deflagração do esquema criminoso de Paulo Cesar Farias dentro do governo Collor, a IBF foi citada como participante de processos licitatórios fraudulentos, e a partir dessa constatação, a concessão da TV Jovem Pan passaria a ser investigada. Com isso, a família Machado de Carvalho tentava se desfazer da sociedade. O primeiro passo foi oferecer essa cota para o INBRAC. Após encontro com outros integrantes da TV Jovem Pan, os diretores do INBRAC decidiram recusar a oferta. Entre as alegações dos dirigentes do INBRAC estava a de desentendimento entre partes da sociedade da TV Jovem Pan e dos inúmeros pedidos dos funcionários para que a entidade não assumisse a concessão devido reivindicações trabalhistas. Em nota, dirigentes do INBRAC agradeciam e rejeitavam a doação:

> Em se considerando que o Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã tem alternativas definidas para viabilizar a Rede Católica de Televisão, agradecemos o gentil oferecimento de V.S. 30% das cotas da TV Jovem Pan. Como havia dito, anteriormente nosso vice-presidente, V.S. tem toda a liberdade para uso que desejar das suas cotas da TV Jovem Pan, visto que, oficialmente o INBRAC não mais se interessa estudar as reais possibilidades de participar da Sociedade da referida empresa de televisão.[98]

---

[97] *O Diário de Barretos*, p. 1, 22 ago. 1993.
[98] *O Diário de Barretos*, p. 1, 21 out. 1993.

Com a possibilidade de transmissão de sinal de televisão via satélite, caberia à diretoria do INBRAC tornar a Rede Vida de Televisão economicamente viável. Monteiro de Barros havia afirmado que 50 milhões de dólares deveria ser o investimento inicial do projeto. A despesa mensal para manter o sinal de televisão no satélite girava em torno de 100 mil dólares. Um dos apoiadores do projeto foi o empresário José Eduardo de Andrade Vieira, proprietário do Grupo Bamerindus. Em 1993, as relações entre o Grupo Monteiro de Barros e o banqueiro se estreitaram. Andrade Vieira, além de empresário, naquele momento ocupava o cargo de Ministro da Indústria e Comércio no governo Itamar Franco. Filiado ao PTB paranaense, legenda pela qual se elegera senador, Andrade Vieira procurava expandir suas empresas para o ramo das comunicações e ampliar a área de sua influencia política. Em Londrina (PR) tinha participação no jornal *Folha de Londrina*, de propriedade de seu pai. O apoio à Rede Vida se daria através da Fundação Bamerindus, que compraria dez cotas iniciais de patrocínio. Em matéria, o jornal *O Diário de Barretos* destacava a importância do acordo para o Grupo Monteiro de Barros:

> Falando à imprensa, Dom Antonio Maria Mucciolo disse que, o apoio da Fundação Bamerindus possibilita a contratação das obras da emissora sede da Rede Vida de Televisão, em São José do Rio Preto. "Vamos autorizar a contratação do prédio, a compra da torre de 110 metros de altura. Também, espero em janeiro, voltar ao Rio de Janeiro para acertar com o doutor Renato Archer, presidente da Embratel, a contratação de um canal satélite para a cobertura nacional da nossa Rede Católica de Televisão".[99]

Após o anúncio do apoio de Andrade Vieira ao INBRAC, logo depois ele foi eleito membro benemérito do INBRAC, e o apoio político de Monteiro de Barros ao banqueiro paranaense se verificava no jornal e rádios do seu grupo. Seus discursos e atos políticos passaram a freqüentar cotidianamente as páginas do *Diário de Barretos*. O grupo barretense chegou a sugerir o nome de Vieira Andrade como alternativa para as eleições presidenciais de 1994. Propagandas do grupo Bamerindus se avolumavam no jornal de Monteiro de Barros.

O terreno que abrigaria a sede da TV Independente de São José do Rio Preto seria comprado por João Monteiro de Barros Filho e doado ao INBRAC. Localizado na Rua Geraldina Verônica Batista de Camargo, no bairro Jardim Yolanda em São José do Rio Preto, o terreno com extensão de 3.210 metros quadrados se situava em um local adequado para a instalação de uma torre de transmissão, pois estava localizado num dos pontos mais altos da cidade. Além disso, o bairro também comportava outras antenas de transmissão de rádio e

[99] *O Diário de Barretos*, p. 1, 25 dez. 1993.

TV. Os recursos para a fase inicial, que seria a construção do prédio e instalações da geradora da Rede Vida, haviam sido captados pela Fundação Bamerindus no valor de um milhão e duzentos mil dólares, além de ajuda de capital de empresários norte-americanos para compra de equipamentos.[100] O projeto arquitetônico ficou a cargo de Nelson Marcondes do Amaral Filho, sendo a construção executada pela Tarraf Construtora, de São José do Rio Preto juntamente com Protendit, da mesma cidade. Para os equipamentos eletrônicos da televisão, os gastos iniciais seriam de três milhões e trezentos mil dólares, comprados junto a empresa norte-americana Interdate System & Technology. O contrato de compra dos equipamentos da Interdate ainda previa a cessão de horários comerciais à empresa americana. Para Monteiro de Barros, o aparecimento dos recursos e a montagem da emissora seriam fruto de um milagre:

> O dinheiro? Milagrosamente apareceu, sem nunca sobrar, sem nunca faltar para as obras de Rio Preto, onde todo patrimônio, terreno, prédio torre, pertence ao INBRAC. Apoio publicitário do Bamerindus. E os equipamentos de última geração? Não havia dinheiro para comprá-los? Não. Como obtê-los, se humanamente isto seria impossível? Tudo começou num encontro casual. Numa visita do comunicador Luiz Aguiar a Barretos, no Centro de Informação e Cultura Dom José de Matos, sede de cinco emissoras de rádio e do jornal *O Diário*, apareceu a Luz que iluminou vontade, determinação, fé, renovando esperanças motivando uma viagem à Flórida, nos Estados Unidos, onde um brasileiro temente a Deus Eduardo De Gennare, e um americano metodista, Robert Swan apaixonaram-se pelo projeto da Rede Vida de Televisão, acreditaram nos homens que integram o INBRAC e assumiram todas as despesas indispensáveis para montagem de uma televisão de última geração, garantindo ainda todas as despesas mensais com o canal TV-SAT da Embratel, somando cerca de 19 milhões de dólares.[101]

A expansão dos postos retransmissores se tornara imprescindível para a consolidação da rede de TV. Para conseguir tal objetivo, integrantes do INBRAC começaram negociações com autoridades da área das comunicações. O primeiro contato seria marcado para março de 1994, em audiência com o então Ministro das Comunicações Djalma Moraes, a fim de conseguir autorização para instalação de emissoras repetidoras, com ênfase nas capitais e sedes de dioceses brasileiras. Dois postos retransmissores seriam vitais para o funcionamento da Rede Vida: a instalação de dois estúdios auxiliares, um em São Paulo, cidade mais importante em termos comerciais, e Brasília, sede do poder político brasileiro. Dia 25 de maio de 1994 seria assinado o contrato entre a TV Independente de São José do Rio Preto e a Embratel para transmissão de sinais de televisão a partir do satélite Brasilsat B1. A Rede Vida teria que iniciar suas transmissões até fevereiro de 1995.

---

[100] *O Diário de Barretos*, p.3, 7 jul. 1994.
[101] *O Diário de Barretos*, p. 3, 7 jul. 1994.

Ainda em julho de 1994, o Ministério das Comunicações acatou o pedido dos dirigentes do INBRAC para autorizar a instalação de 75 emissoras repetidoras. Ao jornal *O Diário de Barretos*, o ministro Djalma Moraes comentava: "O Ministério das Comunicações atende esta justa reivindicação da Rede Vida de Televisão, cumprindo o desejo expresso do presidente Itamar Franco que faz questão de participar desta iniciativa da Igreja Católica, que está prestando ótimo serviço ao Brasil".[102] Itamar Franco tinha como chefe da Casa Civil, Henrique Hargreaves, ha muito reconhecido militante católico e com ligações estreitas com a igreja católica.

A estrutura da rede televisiva que incluía as emissoras repetidoras foi montada graças à política federal de concessões de canais de TV. Nas cidades que a Rede Vida tinha concessão, se a diocese quisesse transmitir a programação deveria adquirir equipamentos como antena parabólica, receptor de vídeo e contar com antenas para propagação do sinal. Muitas vezes as cidades disponibilizavam o sinal através de um sistema coletivo de antena transmissora. Em dezembro de 1994, a TV Independente já havia protocolado no Ministério das Comunicações 305 processos de emissoras retransmissoras. Foi, sem dúvida, uma expansão de rede muito rápida se comparada às outras redes de televisão do Brasil. Antes mesmo de iniciar suas atividades, a emissora já contava com repetidoras em todo o território nacional. Os contatos com integrantes junto ao governo Itamar Franco facilitaram o processo. Segundo Marques, (1999), o Ministério das Comunicações liberou até 1996, 310 concessões de outorga para a instalação de retransmissoras para a Rede Vida, as quais foram distribuídas prioritariamente às dioceses brasileiras. Ademais, a nascente rede de televisão contava com a propaganda informal realizada em muitas paróquias e dioceses espalhadas pelo país, expediente mais do que válido levando-se em consideração que os jornais não costumavam publicar a grade de programação de emissoras em UHF.

A Rede Vida de Televisão seria para Monteiro de Barros a realização de um milagre. Logo após a conquista da concessão, *O Diário de Barretos* publicava dia a dia noticias sobre a situação e montagem do projeto televisivo. À medida que evoluíam as negociações e a definição de transformar a televisão em cabeça de rede a serviço de um ideal cristão, o jornal barretense começou a fazer retrospectivas da história de Monteiro de Barros e a TV Independente. A palavra milagre ganhava força dentro dos editoriais e reportagens que se referiam à formação da Rede Vida:

[102] *O Diário de Barretos*, p. 1, 6 jul. 1994.

> Quem como nós conhece a verdadeira História do INBRAC, a conquista da Outorga da Televisão Independente de São José do Rio Preto e o surgimento da Rede Vida de Televisão, tem que acreditar que este arrojado projeto possui a concordância do Todo Poderoso, principalmente após a consagração da RVT à Nossa Senhora de Fátima e à Nossa Senhora de Aparecida, padroeira do Brasil. Diz o Aurélio, que qualquer manifestação da presença ativa de Deus na história humana, é milagre. Na história da nossa vida profissional, com mais de 39 anos nos meios de comunicação social, vivemos extraordinárias realizações na imprensa e rádio, fundando um jornal diário que completou 25 anos sem nunca falhar e conquistando prefixos de emissoras que nos acolhem como dirigidos e se tornaram empresas sob nossa direção. Todavia, nada se compara ao milagre da Televisão.[103]

Em 10 de março de 1995 já era possível sintonizar o sinal da Rede Vida em todo Brasil através das antenas parabólicas, transmitida através do sistema Embratel canal 12 A-2 vertical. Como o prazo para instalação dada pelo Ministério das Comunicações estava praticamente esgotado, e a emissora ainda não havia terminado a montagem de suas instalações, a direção da emissora decidiu colocar no ar a logomarca da Rede Vida acompanhada de áudio constituída de canções católicas. Precisamente foi a primeira peça comercial transmitida pela Rede Vida, pois tais canções eram retiradas do álbum *Louvemos o Senhor*, produzido e comercializado pela Associação do Senhor Jesus.

Os equipamentos adquiridos pela Rede Vida para transmissão e produção audiovisual eram do sistema BETACAM, da indústria japonesa Sony. Para a produção de vídeo, inicial e basicamente, a emissora contaria com cinco câmeras de vídeo, dois estúdios médios e duas ilhas de edição linear, ou seja, não digital. Era uma estrutura comparada a algumas produtoras de vídeo e retransmissoras das grandes redes de televisão. Para gerenciar a rede de televisão contratou-se Jorge Cunha, um técnico experiente e ex-dirigente da TV RBS do sul do Brasil. Cunha foi o responsável pela área técnica e recrutamento de outros profissionais da área. A televisão era uma extensão das empresas de comunicação do grupo barretense, principalmente das rádios. A maioria dos funcionários contratados advinha de pequenas produtoras de vídeo de São José do Rio Preto, jovens formados nas escolas técnicas da cidade e jornalistas em início de carreira. Os salários pagos para tais profissionais não ultrapassavam o limite mínimo da categoria, o que inviabilizava trazer profissionais renomados em atuação nos grandes centros televisivos.

[103] *O Diário de Barretos*, p. 6, 7 jul. 1994.

Figura 2 - Ilha de edição da Rede Vida em São José do Rio Preto
Fonte: *O Diário de Barretos*, p. 1, 23 abr. 1995.

Figura 3 – Torre de 110 m da Rede Vida[104]
Fonte: *Diário da Região*, 1994.

[104] Pela localização privilegiada, a torre também gera recursos, pois é alugada para empresas de telecomunicações as quais enviam dados através de antenas fixadas na torre.

Antes de a Rede Vida entrar definitivamente no ar, o arcebispo de Botucatu, Dom Antonio Maria Mucciolo, receberia os cumprimentos oficiais do papa João Paulo II.[105] O documento papal reitera os preceitos do documento conciliar *Inter mirifica*, notadamente fazendo referencias à importância aos operadores dos meios de comunicação social. Para a legitimação dentro do campo religioso brasileiro, a manifestação de apoio do sumo pontífice foi de grande valia para Dom Antonio Maria Mucciolo e Dom Luciano Mendes de Almeida, e alargava as possibilidades de alcançarem novos apoios no campo católico, sobretudo quanto à adesão de paróquias e dioceses na operação das estações retransmissoras. O documento foi bem divulgado pelas empresas de comunicação do Grupo Monteiro de Barros e posteriormente seria divulgado nas inserções do INBRAC na grade da Rede Vida.

[105] *O Diário de Barretos*, p. 1, 16 mar. 1995.

Ao Venerável Irmão no Episcopado
Antônio Maria Mucciolo
Arcebispo Metropolitano de Botucatu

Tendo tomado conhecimento, com viva satisfação, da iniciação da REDE VIDA DE TELEVISÃO, dia 01 de Maio de 1995, com o objetivo de divulgar a Fé Católica em todo território nacional, procurando "unir e cultivar os espíritos e propagar e afirmar o Reino de Deus" (Decr. Inter Mirifica, 1), faço votos de que, através deste importante instrumento de comunicação social, prosperem os ideais de um crescimento integral do homem e sirva de veículo para o fortalecimento espiritual e moral de todo brasileiro.

Desejo congratular-me com o Senhor, e com o Arcebispo Dom Luciano Mendes de Almeida, em representação de todos os bispos do Brasil, bem como com os benfeitores desta benemérita iniciativa, e exprimo a esperança de que através desta nova emissora televisiva a cultura cristã possa penetrar nos lares dessa querida Nação, para "formar, afirmar e promover uma opinião pública em consonância com o direito natural e com as doutrinas e preceitos católicos, ao mesmo tempo relacionados com a vida da Igreja" (Ibid., 14).

Ao invocar do Altíssimo abundantes graças celestiais sobre todos os integrantes da Diretoria da REDE VIDA DE TELEVISÃO e sobre os seus funcionários e familiares, elevo preces a Deus pelo bom êxito na realização dos seus objetivos de evangelização, com os auspícios das melhores felicidades para os seus profissionais e telespectadores, sobre os quais envio uma propiciadora Bênção Apostólica.

Vaticano, 21 de Março de 1995.

Joannes Paulus PP II

Figura 4 - Carta do Papa João Paulo II dirigida a Dom Antonio Maria Mucciolo.
Fonte: *Diário de Barretos*, p. 1, 16 mar. 1995.

Em primeiro de maio de 1995, pela Rede Vida de Televisão, João Monteiro de Barros Filho e Vicente Dias, sentados em uma bancada, expunham para o Brasil a trajetória do grupo barretense até aquele dia. E assim, entrava no ar a primeira rede de televisão católica do Brasil. Em seu jornal, Monteiro anunciava:

> Ao entregarmos ao Povo do Brasil, a Rede Vida de Televisão, o Canal da Família, o fazemos no cumprimento de uma missão pessoal e intransferível, colocando à serviço do bem comum os talentos que Deus nos deu Que o Todo Poderoso abençoe nosso trabalho! Que o Brasil seja respeitado pelo surgimento da sua Rede Nacional de Televisão Católica, são nossas esperanças fundamentadas na Fé que alimenta nosso trabalho! Muito obrigado![106]

Figura 5 – Funcionários da Rede Vida em 1995.
Fonte: *O Diário de Barretos*, p. 1, 30 jul. 1995.

A Rede Vida de Televisão, com inspiração católica entraria no ar com a ausência do grupo de pensadores que produziram artigos sobre os meios e de órgãos católicos como a Pastoral da Comunicação. O INBRAC também não tinha grande força para mobilizar setores maiores dentro da igreja, sendo, muitas vezes, entendido como mais uma sigla entre as

[106] *O Diário de Barretos*, p. 1, 3 maio 1995.

dezenas delas que compunham o meio católico, destinadas a debater sobre os meios. Contando, sobretudo com os apoios empresariais conseguidos por Monteiro de Barros, a Rede Vida beneficiou-se pela rápida expansão de repetidoras em todo o Brasil e também com a expansão da rede de TV a cabo no país. Isso deu à emissora de televisão uma vantagem sobre as concorrentes católicas, não só com índices maiores de audiência, como também com uma maior variedade de patrocinadores, além da expansão e da abertura de estúdios auxiliares em Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro.

A conquista da concessão pelo Grupo Monteiro de Barros confirmou a tese de que o CBT é uma peça que não preza pelo rigor técnico e capacidade de investimentos no setor, muito menos agracia setores que pretendem desenvolver projetos sócio educacionais e de promoção cultural. Ele é facilmente induzido por interesses políticos e não regula, sendo muitas vezes omisso sobre essa interferência. João Monteiro soube tirar proveito dessas características, aproximando políticos regionais e lideranças nacionais, que atuaram na defesa de seus interesses no Congresso Nacional. Quanto à viabilização financeira e técnica, o empresário se valeu da previsível visibilidade de sua televisão e conseguindo recursos através de lideranças políticas que também tinham interesses comerciais, como é o caso do acionista do Banco Bamerindus. O apoio da CNBB não veio e a saída encontrada foi através de uma entidade que englobaria empresários, entusiastas e bispos de várias dioceses do país. Ganhou apoio e status no campo católico que lhe deu bases para expandir suas retransmissoras pelo país. Faltava ainda a concretização do projeto em forma de programas e conteúdo.

CAPITULO 3 –A FORMAÇAO DA GRADE DE PROGRAMAÇÃO DA REDE VIDA - ENTRE OS RITOS CATÓLICOS E O ENTRETENIMENTO COMERCIAL

3.1 Diretrizes para implantação da programação da Rede Vida

O início dos anos de 1990 a pauta dos católicos que pensavam a comunicação estava direcionada para uma maior participação na televisão, tanto no sentido de levar adiante seu projeto político evangelizador quanto para conter o avanço evangélico no meio. Nos primeiros anos dessa década já havia a presença de algumas experiências televisivas católicas, principalmente aquelas ligadas à Renovação Carismática Católica. Exemplo disso eram os projetos da Associação do Senhor Jesus, que já alcançavam uma grande parcela da população veiculando o programa "Anunciamos Jesus", pela Rede Bandeirantes de Televisão. As palavras "TV católica" ou "Rede Cristã" se tornariam corriqueiras entre os que se aventuravam a opinar sobre o assunto.

Uma das preocupações dos católicos era a de levar uma programação alternativa àquela mostrada diariamente pelas grandes redes. Os valores cristãos estavam sendo distorcidos pelas grandes redes de televisão. Os discursos feitos pelos pensadores católicos que se ocupavam com os meios de comunicação social, principalmente até o final dos anos de 1980 se baseavam a partir de produções modestas e localizadas. Em meados dos anos de 1990, os católicos já tinham algumas experiências em prática televisiva, com grupos ligados à RCC, e também a possibilidade de uma maior participação deles mundo audiovisual através do INBRAC, organismo que colocaria à disposição no meio televisivo uma programação voltada para o público cristão.

A diretriz católica era a de que o leigo devesse tomar a dianteira na empreitada de levar a mensagem católica para as grandes mídias. Monteiro de Barros iria direcionar os ideais de sua televisão ao encontro das demandas oriundas dos bispos, principalmente combater o que eles chamavam de "maus costumes". Para o jornalista (2003, p. 43), a Rede Cristã deveria "purificar a televisão". Mas a grande dificuldade era conseguir publicidade e audiência. Seria possível uma televisão privada que limitasse aqueles programas que não vinham ao encontro com os ideais católicos? Em seu matutino, Monteiro de Barros respondia:

> Há dias, um homem de televisão defendendo a programação da rede OM, disse, que, povo gosta de sensacionalismo, de violência, de sexo, de apelação. Não é verdade. Povo brasileiro sabe o que é bom, engole o que lhe apresentam, mas não é irracional como julgam muitos diretores de televisão.

> A Rede Cristã está consciente do compromisso que está assumindo. Produzir no Brasil televisão inteligente, diferente, verdadeira, respeitosa, como há em muitos países amadurecidos, desenvolvidos, não é missão para se cumprir num abrir e fechar de olhos. Contudo não é impossível.[107]

A base ideológica da programação da Rede Vida deveria ser pautada pelos valores da família. Segundo Michele Boff da Silva Limeira (2006, p. 40): "A proposta da emissora tem como sustentação a concepção de família, núcleo da sociedade, formada pelo casal (homem e mulher) e os filhos, de orientação católica". A autora utiliza termos e a idéia contidos no site da Rede Vida para justificar sua posição:

> [...] felizmente, ainda não foram destruídas pela cultura da morte. Cientes do valor e da importância de famílias como as nossas, queremos preservá-las todas do mal, protegendo-as da decadência, da falência e da morte. Para isso, foi construída a Rede Vida de Televisão sobre alicerces morais, éticos, cívicos e cristãos, valores fortes e eternos, pois só assim conseguiremos atingir nosso objetivo.

A programação da Rede Vida vem sendo estudada principalmente por pesquisadores oriundos das áreas de comunicação. A tônica das pesquisas tem sido norteadas pelo entendimento da grade de programação, e o tipo de linguagem usada pelos produtores. Sobre o sentido da programação da Rede Vida, observam-se algumas interpretações. Para a antropóloga Cecília Loreto Mariz, a televisão idealizada pelo INBRAC se propõe a ser uma televisão comercial, mesmo quando se apresenta como representante e mentora da família brasileira. Por outro lado, a emissora, segundo a autora, deseja ser porta-voz da Igreja Católica:

> A analise dos programas da Rede Vida revelou assim que projetos diferentes de qual deve ser o papel dessa rede se intercruzam e se misturam. Essa diversidade de projetos se relaciona com a própria diversidade do catolicismo divulgada pela Rede Vida é plural e diversa. Nota-se, contudo, uma forte marca clerical e a presença de uma imagem de católico de classe média". (MARIZ, 1998, p. 53)

Para fortalecer os valores cristãos, Monteiro de Barros não mediu esforços para divulgar que o projeto televisivo da Rede Vida não apresentaria programas que contivessem temas e conteúdos que, segundo ele, eram nocivos à família e, infelizmente, se encontravam presentes diariamente na grade da programação das grandes emissoras: a pornografia e a violência. Em defesa de seu ideal de família, o empresário assevera:

---

[107] *O Diário de Barretos*, p.3, 26 jun. 1992.

> A propagação da pornografia e da violência através dos meios de comunicação social é uma ofensa aos indivíduos e à sociedade e coloca um problema urgente que exige respostas realistas por parte das pessoas e dos grupos. O legítimo direito à liberdade de expressão e ao intercâmbio livre de informação deve ser protegido. Ao mesmo tempo, deve-se salvaguardar o direito dos indivíduos, das famílias e da sociedade à vida privada, à decência publica e à proteção dos valores essenciais à vida. Far-se-á referencia a sete setores com especiais deveres na matéria: profissionais da comunicação, pais, educadores, juventude, publico em geral, autoridades publicas e Igrejas e Grupos Religiosos.[108]

As bases para as diretrizes católicas da programação da Rede Vida estavam lançadas. Para ser mostrada e entendida como uma TV de inspiração católica, ficou definido que seriam transmitidos um terço e uma missa diariamente. A grande missão então seria apresentar a TV católica como opção entre as demais emissoras, convencer e mostrar que ela não se basearia em números de institutos de pesquisa de audiência, e que não se submeteria ao mercado publicitário ao anunciar produtos nocivos à integração familiar, como bebidas alcoólicas e cigarros. Os dirigentes do INBRAC começariam a idealizar um código de ética para a televisão brasileira e este daria as bases para a grade de programação da TV Independente:

> Seja quanto antes observado o Código de Ética, indispensável ao reto uso da televisão. Temos todos o direito e o dever de trabalharmos por uma televisão que promova a dignidade e o bem da pessoa humana. O compromisso com os valores éticos obriga-nos a uma constante reviravolta de conduta. Não basta lutar contra algum caso de corrupção mais chocante. A realização da pessoa humana e a construção de uma sociedade solidária têm por base a fidelidade aos ditames da lei de Deus, inserida em nosso coração.[109]

Monteiro de Barros divulgava que sua forma de trabalho estaria calcada pelo respeito aos valores éticos e morais. Como empresário do setor comunicacional de radiodifusão, defendia o código de ética da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), entidade a qual estava recém filiado. Sobre os deveres do empresário dos meios de comunicação, citava trechos do documento da entidade, então divulgadas pelo *O Diário de Barretos*:

> [...] considerando suas responsabilidades perante o público e o Governo, declaram que tudo farão na execução dos serviços de que são concessionários ou permissionários para transmitir apenas o entretenimento sadio e as informações corretas espelhando os valores espirituais a artísticos que contribuem para a formação da vida e do caráter do povo brasileiro, propondo-se sempre a trazer ao conhecimento do público os elementos positivos que possam contribuir para a melhoria das condições sociais. Por outro lado na execução da tarefa que lhes foi atribuída, exigirão total respeito

[108] *O Diário de Barretos*, p. 7, 18 jul. 1993.
[109] *O Diário de Barretos*, p. 7, 14 set. 1993.

> ao princípio da liberdade de informação, independentemente de censura, juntamente com imprensa, não aceitando quaisquer outras restrições que não sejam as determinadas pelas leis em vigor [...].[110]

Dizia-se também portador dos valores católicos, os quais seriam transpostos para a sua emissora de TV. O código de ética religioso proposto por Monteiro de Barros para a televisão foi inspirado nos dez mandamentos da bíblia católica[111]. O decálogo ético-televisivo era formalizado totalmente em razão da defesa da família:

1- Amar a família acima do rádio e da televisão
2- Não usar em vão o rádio, a televisão e a família
3- Guardar a família do rádio e da televisão
4- Honrar família com rádio e a televisão
5- Não matar a família pelo rádio e televisão
6- Não pecar contra a família com rádio e televisão
7- Não roubar a capacidade de pensar pelo rádio, TV e família
8- Não levantar falso testemunho contra rádio, TV e família
9- Não desejar o autoritarismo do rádio, TV e família
10- Não cobiçar o consumismo do rádio, TV e família

Com o intuito de viabilizar a programação da Rede Vida, em fevereiro de 1994, os integrantes do INBRAC começam a preparar a grade para o próximo ano. O direcionamento dado pela mantenedora afastava a emissora da programação que as comerciais transmitiam, pois estas, segundo dirigentes do INBRAC, objetivava somente a busca incessante pela audiência. Para produzir conteúdo diferenciado e propor novas formas de fazer televisão, deveriam contar sobretudo com a força das produtoras independentes. Esperavam que tais produtoras, principalmente as ligadas às grandes editoras católicas, pudessem suprir a produção e a possível falta de audiência, visto que tinham grande visibilidade e participação comercial intensa no mundo católico como a Paulinas, por exemplo. Monteiro de Barros fazia referências aos aspectos dessa diretriz: “Não estamos preocupados com o que há de bom na televisão do Brasil, alcançando grandes índices de audiência. Todavia sabemos que, há espaço

[110] *O Diário de Barretos*, p. 7, 14 set. 1993.
[111] *O Diário de Barretos*, p. 2, 26 set. 1993.

a ser conquistado e queremos ocupá-lo, paulatinamente, visto que, a Igreja não pode mais omitir-se no seu compromisso de servir o Brasil através da televisão".[112]

Padre Augusto, em seu livro sobre comunicação entre os católicos intitulado - *Família e televisão*: amigas e aliadas -, explicava as diretrizes cristãs da nova rede de televisão. Segundo o padre, a programação proposta não aceitaria violência e nem pornografia, bem como informava sobre a abrangência geográfica do sinal televisivo da nova emissora e que a viabilização financeira da Rede Vida viria dos anunciantes publicitários. Entretanto, deixara de informar que uma das práticas do INBRAC seria pedir doações nos intervalos das programações. Não era a TV Independente que pedia dinheiro, mas sim o INBRAC, então responsável por gerir os recursos. Os métodos usados para o pedido de doação se assemelhavam às práticas evangélicas neopentecostais, justificando que o recurso recebido por doação seria empregado para manter a rede no ar. As doações deveriam seguir para uma conta em nome do INBRAC, mas isto não impedia que alguns donativos também seguissem através de cartas para a sede da Rede Vida de Televisão, em São José do Rio Preto.

A posição político/teológica dos membros do INBRAC deveria ficar em segundo plano quando da composição da grade de programação. O importante era agregar todas as tendências do campo católico e evitar choques com os mais diversos grupos. Uma das alternativas era mostrar que o projeto tinha valores que dignificavam a família, tema valorizado por todas as tendências. Sobre a política conciliatória dos membros do INBRAC, Marcio Vieira de Souza (1996, p.139) comenta sobre os grupos envolvidos, salientando que entidades como a UCBC tiveram pequena participação após a inauguração da Rede Vida:

> Podemos afirmar que a tática de negociação e conciliação interna, na qual a Igreja Católica historicamente tem larga experiência, poderá ser muito útil para a RVT. Afinal, dentro do projeto existem grupos mais próximos à Teologia da Libertação como a UCBC e OCIC-BR, e outros próximos ao Movimento Católico de Renovação Carismática, com características mais conservadoras, como a Associação Senhor Jesus. Todos eles ainda terão que entender-se e acomodar-se à vertente empresarial e comercial da RVT.

A tendência teológica não podia ser definida, mas o posicionamento político do grupo barretense sim. Às vésperas da eleição de 1994, o grupo Monteiro de Barros não se comprometeria diretamente com candidatos à presidente da República, mas não deixava ressaltar em sua programação políticos sensíveis à causa da TV Católica. A tentativa era a de consolidar perante os governantes que a Rede Vida estaria à margem do processo eleitoral,

[112] *O Diário de Barretos*, p. 1, 13 fev.1994.

seria neutra. Porém, nos âmbito local e regional do campo político, os candidatos a deputados que se mostrassem favoráveis à emissora católica recebiam apoio do grupo político de Monteiro de Barros, e eram bastante divulgados pelo rádio e jornal. Sebastião Misiara era o candidato a deputado estadual que contava com o apoio irrestrito de Monteiro Filho. O grupo barretense de comunicação também divulgava em seus veículos, notas e reportagens que continham apoio de políticos à Rede Vida, principalmente quando as manifestações tinham abrangência nacional. Nas tribunas do Congresso Nacional, deputados desejavam boa sorte para a nova televisão, como por exemplo, o discurso fervoroso em favor do projeto barretense vindo do deputado Armando Pinheiro (PPR-SP), proferido em 10 de março de 1994, e que defendera as diretrizes do INBRAC e se colocara à disposição do projeto. O discurso mereceu uma página inteira no jornal *O Diário de Barretos*. O governador Luiz Antonio Fleury Filho também manifestou simpatia ao projeto, visto que a cabeça de rede iria ser irradiada a partir de sua cidade natal e seu grande reduto eleitoral. Um dos mais beneficiados pela publicidade política das empresas de Monteiro de Barros foi, sem dúvida, José Eduardo de Andrade Vieira, por motivos já tratados.

Enquanto isso, as reuniões com as produtoras de vídeo se intensificavam. A Associação do Senhor Jesus e o Sistema Salesianos, ambos contavam com produtoras bem equipadas, estavam entre as que primeiro investiriam na Rede Vida. A primeira produziria uma programação mais aos moldes carismáticos, com shows e apresentação de cantores católicos; e a segunda deveria produzir material educativo, voltado ao público jovem. As produtoras ligadas ao movimento carismático eram as únicas no meio católico que poderiam, naquele momento, produzir programas com qualidade técnica muito boa. As produtoras entravam no projeto com intenção de no futuro obter a sua concessão televisiva. Exemplo disso foi o que aconteceu nos anos 2000, com a Associação do Senhor Jesus e com a TV Aparecida. Através do jornal *O Diário de Barretos*, a TV Canção Nova era entendida pelos membros do INBRAC como uma TV segmentada e voltada a um público restrito, isto é, os carismáticos associados à própria entidade. A Rede Vida pretendia que esses grupos se valessem da abrangência nacional do sinal televisivo e se colocassem como parceiros e clientes.

Para pensar mais detidamente sobre a grade de programação, os membros do INBRAC convidaram para colaborar com o projeto de formação da Rede Vida o intelectual Ismar Soares, professor da USP e presidente da UCLAP. Algumas sugestões surgiram a partir da colaboração de professores do Curso de Gestão de Processos Comunicacionais do

Departamento de Comunicações e Artes da ECA-USP, que iriam abrir espaço a outros setores da igreja católica, sobretudo aqueles que pensavam os meios de comunicação a partir de projetos de inserção de novos grupos na mídia brasileira:

> A iniciativa acabou por oferecer à nova Rede a primeira proposta sistematizada de trabalho com a criação de um Departamento de Comunicação e Educação, responsável por programas nas áreas da "Cultura", da "Educação para a Cidadania", da "Educação Sistemática" e da "Educação Religiosa a Distância". Entre as Organizações Não Governamentais (ONGs) que se dispuseram a discutir o projeto está a ABVP - Associação Brasileira do Vídeo no Movimento Popular. A entidade examina a possibilidade de oferecer uma contribuição específica em dois campos de trabalho: na apresentação de programas de vídeo já terminados e na elaboração de novos projetos, para o que necessitará da contribuição de produtoras dos diversos Estados do Brasil. (SOARES, 1994, p. 110).

Mas a participação de Soares não foi além das propostas. Em entrevista à Michele Boff da Silva Limeira (2006, p. 33), o professor justifica a sua saída do projeto nos termos abaixo:

> Quando eu conversava com setores da Igreja ou da sociedade a respeito dos programas, o exemplo que eu dava era da TV Cultura, uma televisão eticamente aceitável, criativa e com forte gancho cultural. E o Monteiro chegou a ir a Brasília, várias vezes, levando a programação na mão. Então, várias vezes, o Monteiro chegou a ter em mãos essa programação. Quando se aproxima a data de inauguração, o Monteiro rompeu conosco esse acordo de cavalheiros e entregou o comando para o Ricardo Carvalho. O Ricardo Carvalho entrou com o argumento de que televisão não é lugar de assembléia, televisão é lugar de um comandante, televisão precisa de um capitão. E “eu” sou esse capitão porque “eu” tenho experiência de conduzir uma produtora.

A cessão do espaço televisivo na Rede Vida deveria passar pela aprovação do dono da concessão. As diretrizes da programação deveriam partir do INBRAC, entidade criada por Monteiro e muito influenciada por ele. O empresário não gostaria de mais nenhum organismo direcionando os rumos do projeto, visto que antes de tudo a televisão tinha propriedade e deveria obter lucro. As produtoras e os organismos católicos que atuavam no campo comunicacional deveriam alugar espaços e divulgar seus programas, e nada além disso.

Os pensadores da academia não tiveram espaço para opinarem sobre a grade, mas os apoiadores e barretenses o faziam diariamente. O matutino de Monteiro de Barros trazia regularmente a opinião de aliados políticos regionais para a futura grade de programação da TV Independente, como a seguinte:

> [...] atrevo-me a dirigir-me aos responsáveis pela Rede Vida de Televisão para sugerir duas coisas. A primeira é que o início de suas transmissões

> diárias seja precedido com a execução do Hino Nacional. É uma maneira de divulgar o nosso Hino a todos os cantos do país, pois é sabido que muitos brasileiros não sabem cantar nem sua letra e nem a música. A segunda sugestão, é que no encerramento das transmissões, a qualquer hora fosse com a música de Dorival Caymmi, chamada "Acalanto" [...].[113]

As bases da programação da Rede Vida seriam pensadas e colocadas em prática por Ricardo de Carvalho. Era a substituição de intelectuais acadêmicos por pessoas voltadas à prática empresarial. O publicitário Mauro Dias se encarregaria da parte comercial da empresa. Outro contratado, Antonio Miguel Kater Filho foi um dos captadores de publicidade e vendas de espaços para a grade da Rede Vida. Kater Filho tinha ligações com a Associação do Senhor Jesus e possuía fontes e contatos principalmente entre os grupos carismáticos. Dentre os principais contratos firmados pelo publicitário, encontra-se a da transmissão diária da missa do Santuário Nacional de Aparecida. Enquanto o programa estivesse no ar, o publicitário receberia uma porcentagem do aluguel do espaço vendido por ele. Kater Filho tentava associar o marketing empresarial ao mundo da comunicação católica e publicou alguns trabalhos sobre o assunto. Sobre a importância do tema, Kater Filho (1994, p. 14-15) salienta:

> Observamos que a Igreja Católica, pelo que nos apresenta hoje, vem gradativamente perdendo fiéis para as outras religiões, cristas ou não, a qual, aparentemente, tem encontrado um caminho para atrair e manter os adeptos católicos desgarrados através da utilização de técnicas de Marketing. Percebemos também que a prática do catolicismo está sendo reduzida a um sacramentalismo frio e ritual por parte de seus adeptos e de seu clero, por falta de comunicação e principalmente de motivação de ambas as partes. Se a motivação humana é um dos quesitos básicos estudados e analisados pelo marketing, procurando resolver problemas dessa natureza em todas as áreas de conhecimento humano; se a comunicação entre as partes envolvidas na vivencia é fator relevante, que pode ser tratado e analisado criteriosamente pelo marketing; se a Igreja Católica afirma e acredita que o seu "Produto" é o mais eficaz e o melhor, podendo satisfazer plenamente as necessidades espirituais do ser humano dizemos: o marketing, adequadamente aplicado à Igreja Católica, resolverá satisfatoriamente o problema da evasão dos católicos e a falta de motivação entre seus fiéis, levando-os a um renovado interesse e amor pela Igreja.

A estratégia de marketing proposta por Kater Filho era transformar aspectos da vida religiosa em produto. Segundo ele, a igreja católica sempre resistira em participar ativamente dos meios audiovisuais, devido a algumas experiências mal sucedidas e à falta de qualificação por parte dos seus agentes comunicadores. O marketing televisivo para os católicos deveria ser encabeçado por pessoas oriundas da área de publicidade e propaganda, levando-se em conta os aspectos do mundo dos negócios:

---

[113] *O Diário de Barretos*, p. 4-b, 26 jun. 1994.

> [...] os espaços publicitários das emissoras católicas podem estar disponíveis à comercialização, bastando apenas ser adequadamente oferecidos às agencias de propaganda e outros clientes em potencial. Para que isso ocorra, necessitariam de certa competência na área comercial de vendas, onde os conhecimentos básicos de marketing poderiam ajudar muito, pois só o fato de esses veículos serem praticamente dirigidos a um publico com características comuns (católicos, evangelizados, praticantes, etc), portanto um publico alvo segmentado, já lhes confere certa notoriedade. (KATER FILHO, 1994, p. 54).

No primeiro dia de maio de 1995, data da primeira irradiação da Rede Vida, foi celebrada uma missa para inaugurar a nova emissora. A missa, transmitida tanto pelo rádio como pela televisão, já vinha sendo pensada como um dos pilares para a liturgia de programação da Rede Vida. Um dos grandes teóricos do assunto foi Dom Romeu Alberti, bispo de Apucarana no Paraná. Ele promoveu encontros e debates acerca da liturgia que poderia ser empregada no rádio e televisão. Um dos especialistas em liturgia, que contribuiu muito com o debate foi Sérgio Vale, que se integraria ao corpo de funcionários da Rede Vida. Dentre os inúmeros pontos discutidos por esse grupo especializado, destacam-se as principais diretrizes:

1- Considerações teológicas, valorizando o papel das dioceses e os valores definidos pelos dirigentes; explorar as mensagens dos documentos oficiais e oficiosos da igreja no Brasil e no mundo; levar os produtores de material audiovisual a conhecer o papel da liturgia, se manter informados sobre os principais ritos; dar apoio para que a Pastoral da Comunicação se desenvolva nas dioceses; praticar o ecumenismo

2- Sobre a Liturgia de Rádio e TV, formando grupos produtores e consumidores permanentes nas dioceses; preparar profissionais para a transmissão dos ritos;

3- Encaminhamentos práticos, com envio de propostas para a CNBB para que possa difundir entre as Comissões Nacionais e incentivar os leigos para experimentarem novas formas de comunicação. (CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL, 1994)

Outro assunto que permeou as discussões em torno da programação da Rede Vida foi a catequização. Seria possível uma educação religiosa fazer parte de uma televisão comercial e ser bem sucedida? Em entrevista à *Família Cristã*, Dom Antonio Maria Mucciolo responderia a essa questão e sinalizaria como deveria atuar a televisão católica:

> [...] O grande mal de nosso povo é que ele não conhece a religião e a doutrina católicas. E se não conhece, tem simplesmente um amor superficial, porque não tem aprofundamento do verdadeiro sentido religioso cristão.

> Analisando essa situação, a televisão é o veiculo que, falando de perto para cada um, vai conscientizar o cristão das grandes verdades e valores que existem, para que, depois, essa pessoa abrace, ame essas verdades e esses valores e se prontifique a servir sua comunidade. Uma televisão católica alternativa bem orientada pode, com o tempo, contribuir para a perspectiva de as pessoas transformarem, sob muitos aspectos, o cenário nacional.[114]

O primeiro esboço da programação da Rede Vida previa que a emissora exibiria sua grade de programas durante 6 horas diárias, composta por transmissão de terços, missa e um programa infantil. A produção dos programas se concentrariam na sede da emissora, em São José do Rio Preto.

Com o sinal no ar, aumentaram as felicitações por parte do clero. Muitos bispos saudavam a nova televisão e colocavam sua diocese à disposição do projeto. Dom Aloíso Lorscheider, arcebispo de Aparecida (SP) e que contaria com a exibição de missa do Santuário Nacional pela Rede Vida, apoiou a iniciativa e congratulava-se pela concretização da parceria. Dom Paulo Evaristo Arns, embora se recusasse anteriormente a apoiar o projeto de formação da rede católica, se manifestaria favorável à Rede Vida, porém não sem deixar de sugerir-lhe o compromisso social com os mais pobres: "Sempre achei que deveria haver uma TV alternativa, que cuidasse da parte eclesial, da oração, da doutrina. Essa Televisão também deve cuidar do povo mais simples, incentivando sua organização. Deve servir também para interligar a igreja de norte a sul do país".[115]

Para alguns telespectadores, a separação institucional entre a emissora e a Igreja não era bem clara. O fato de ter um bispo na presidência do órgão mantenedor não significava que a emissora seria propriedade da Igreja, e nem a televisão se propôs a isso. Entretanto, os fiéis se empolgavam com a possibilidade de contar com uma TV católica, como mostra o excerto da carta de um fiel enviada à revista *Família Cristã*:

> Que notícia agradável e oportuna sobre a Rede Vida de Televisão, na edição de agosto! Finalmente teremos uma emissora católica no Brasil, trazendo para nossos filhos, conteúdos de valor moral e cristão! Hoje, não tenho prazer de ver televisão, pois é uma escola de maus princípios e indução à vida libertina. Sofro em ver meus filhos vendo e assimilando o avesso da vida que agrada a Deus. Espero que o espaço para a TV católica seja tão bem preenchido, como a Família Cristã o faz na comunicação escrita".[116].

A grade de programação da Rede Vida iria se expandir, muito mais pelo empenho empresarial do que pela via das relações religiosas. A emissora se tornaria uma extensão das

[114] *Família Cristã*, p. 8, ago. 1994.
[115] *O Diário de Barretos*, p. 1, 1º maio 1995.
[116] *Família Cristã*, p. 4, dez. 1994.

empresas de Monteiro de Barros, tanto que a parte administrativa nunca saiu de Barretos, e os principais diretores faziam parte do grupo comunicacional, isto é, não eram como um todo exclusivos da Rede Vida.

A família Monteiro de Barros mantinha centralizada todas as atividades de seu grupo em um único prédio, e Luiz Antonio Monteiro e João Monteiro Neto administravam as empresas de comunicação. O diretor financeiro ficava com a incumbência de gerir a administração de todas as empresas do grupo. Em geral não havia uma separação muito definida, pois se percebia a participação de funcionários da rádio na condução dos programas da TV, assim como os jornalistas da Rede Vida escreviam artigos no jornal do grupo. Os funcionários com mais experiência no meio comunicacional atuavam na rádio de Monteiro de Barros, e também participavam ativamente da grade de programação da TV, como o radialista Luis Carlos Fabrini e Marco Antonio Siqueira. Isso reforça em parte a hipótese de Luis Henrique Marques (1999), quando diz que não vê na programação televisiva da Rede Vida nenhum elemento audiovisual novo, mas sim uma adaptação das formas de comunicação radiofônica.

A concretização da grade de programação pode ser entendida como a extensão das diretrizes do Grupo Monteiro de Barros e pelas práticas comunicacionais das produtoras independentes. No inicio, as produções oriundas da TV Independente tinham como local de produção os estúdios de São José do Rio Preto.

Ao analisar os anos de 1995 até 2009, pois o ano de 2010 ainda não estava disponível para consulta, escolheram-se os períodos de agosto de 1997, outubro de 2003 e junho de 2009. A opção pelo ano de 1997 seria a de que a observa-se uma maior estabilidade na grade, com poucas mudanças de horários e de programação. Nos anos anteriores haviam ainda muitas brechas na programação que não nos permitia construir uma grade sistemática quanto a de 1997. Também observamos que 1997 foi o último ano antes da grade de programação se tornar 24 horas. Já o ano de 2003 foi escolhido por conter mais informações sobre a grade e também porque consolidou a opção dos dirigentes da Rede Vida em utilizar o horário da madrugada para cessão do espaço a empresas de televendas e a relativa mudança do horário de programas como Tribuna Independente. O ano de 2009 irá complementar as informações para entender e apresentar a dinâmica atual da programação. Lembramos que os números apresentados são relativos à analise de períodos pontuais e não são necessariamente precisos, bastante sugestivos para formulação de algumas reflexões.

A programação da Rede Vida veiculada na madrugada é reservada para reapresentações e de uma forte presença de programas voltados à religião. Antes de 1998, o horário da madrugada era utilizado para divulgar a grade de programação do dia. Na prática, a empresa não mantinha funcionários no horário em questão. Após 1998 entra na grade a programação de televendas, alugado pelo período de três horas, inclusive aos finais de semana, que pode ser conferido nos Quadros 2, 3 e 4 localizados nas páginas seguintes. Em 2009 observa-se que esse tipo de programa saiu da grade, voltando em 2010 em horários vespertinos. A programação da madrugada a partir de 1998 apresenta alguns traços comuns. Há excessiva quantidade de reapresentações de programas jornalísticos e religiosos.

Alguns programas sempre estiveram presentes na madrugada, como O Terço, O Pão Nosso, Terço Bizantino. A programação da madrugada também se pauta pela exibição de programas jornalísticos oriundas de televisões estatais, como por exemplo jornalismo da TVE e NBR. E o horário, ademais, servia para transmissão de missas e audiências do Vaticano. De 2.520 minutos semanais, no período das 0:00 às 6:00 horas, considerando os anos de 2003 e 2009, percebe-se que a programação relativa aos programas exclusivamente religiosos permaneceu mais ou menos inalterados durante os anos. Na madrugada, em 2003 temos aproximadamente 23% da grade composta por esse tipo de programação, praticamente o mesmo tempo reservado em 2009, que girava em torno de 22%, Porém em 2003 os programas relativos à religião se concentravam no horário das 3:00 às 6:00 horas, sendo três horas dedicadas à programação de televendas. Em 2009 os programas do mesmo gênero eram mais bem distribuídos uma vez que já não contavam com a programação de televendas.

QUADRO 2 – GRADE DE PROGRAMAÇÃO (AGOSTO 1997)

	SEGUNDA-FEIRA	TERÇA-FEIRA	QUARTA-FEIRA	QUINTA-FEIRA	SEXTA-FERIA	DOMINGO	SÁBADO
06:55	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO
07:00	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO
07:20	PÃO NOSSO	PÃO NOSSO	PÃO NOSSO	PÃO NOSSO	PÃO NOSSO	PÃO NOSSO	
07:30	VIDA VIVA	VIDA VIVA	VIDA VIVA	VIDA VIVA	VIDA VIVA	COM MARIA	
07:45						MENSAGEM DO CARDEAL	
07:50							PÃO NOSSO
07:55							SANTO DO DIA
08:00	COISAS DE CRIANÇA	COISAS DE CRIANÇA	COISAS DE CRIANÇA	COISAS DE CRIANÇA	COISAS DE CRIANÇA	VIDA NO CAMPO	ANUNCIAMOS JESUS
08:30	REZANDO COM CORAÇÃO	ORANDO COM FÉ	REZANDO COM CORAÇÃO	ORANDO COM FÉ	REZANDO COM CORAÇÃO	SEMPRE JESUS	COISAS DE CRIANÇA
09:00	MISSA DE APARECIDA	MISSA DE APARECIDA	MISSA DE APARECIDA	MISSA DE APARECIDA	MISSA DE APARECIDA	A MISSA	TRIBUNA INDEPENDENTE*
10:00	PALAVRA VIVA	PALAVRA VIVA	PALAVRA VIVA	PALAVRA VIVA	PALAVRA VIVA	MARIO ZAN	
10:05	CORRESPONDÊNCIA	CORRESPONDÊNCIA	CORRESPONDÊNCIA	CORRESPONDÊNCIA	CORRESPONDÊNCIA		
10:15	REPORTAGEM QUE NÃO PÁRA TV	REPORTAGEM QUE NÃO PÁRA TV	REPORTAGEM QUE NÃO PÁRA TV	REPORTAGEM QUE NÃO PÁRA TV	REPORTAGEM QUE NÃO PÁRA TV		
10:30	CAMINHOS	CAMINHOS	CAMINHOS	CAMINHOS	CAMINHOS		AMOR EXIGENTE
11:00						PÁG. DIFÍCEIS DA BIBLIA	TELECURSO 2000
11:30	TERCEIRO MILÊNIO*	TERCEIRO MILÊNIO*	TERCEIRO MILÊNIO*	TERCEIRO MILÊNIO*	TERCEIRO MILÊNIO*	RECADO DE VIDA	
11:55	ALEGRIA E ESPERANÇA				ALEGRIA E ESPERANÇA		
12:00	JORNALISMO TVE	JORNALISMO TVE	JORNALISMO TVE	JORNALISMO TVE	JORNALISMO TVE	LOUVEMOS AO SENHOR	
12:15							TELEJORNAL 2000
12:30							CÁRITAS
12:50							PALAVRA ARCEBISPO
13:00	TELECURSO 2000	TELECURSO 2000	TELECURSO 2000	TELECURSO 2000	TELECURSO 2000		DEUS ABENÇOE
13:50	PALAVRA DE DEUS	PALAVRA DE DEUS	PALAVRA DE DEUS	PALAVRA DE DEUS	PALAVRA DE DEUS		
14:00	VIDA É SAÚDE	VIDA É SAÚDE	VIDA É SAÚDE	VIDA É SAÚDE	VIDA É SAÚDE		PATATI-PATATÁ
14:30	ESTE É MEU BRASIL*	TRIBUNA INDEPENDENTE*	TRIBUNA INDEPENDENTE*	TRIBUNA INDEPENDENTE*	TRIBUNA INDEPENDENTE*		
15:00							FALANDO SÉRIO
16:00	CONVOCAÇÃO GERAL*	FAMÍLIA EM DESTAQUE*	FRENTE A FRENTE D. ANTONIO*	MOMENTO POLÍTICO IRMA PASSONI*	FRENTE A FRENTE ARNALDO NISKIER*		MISSA DE APARECIDA
17:00	TEMPO DE VIVER	TEMPO DE VIVER	TEMPO DE VIVER	TEMPO DE VIVER	TEMPO DE VIVER	ENCONTRO COM CRISTO	UNIVAP TV
17:30						RABONI E VOCÊ	RABONI E VOCÊ
17:55	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA		
18:00	O TERÇO*	O TERÇO*	O TERÇO*	O TERÇO*	O TERÇO*	O TERÇO*	O TERÇO*
18:20	O PÃO NOSSO*	O PÃO NOSSO*	O PÃO NOSSO*	O PÃO NOSSO*	O PÃO NOSSO*	O PÃO NOSSO*	O PÃO NOSSO*
18:30	JCTV	JCTV	JCTV	JCTV	JCTV	RELAXE E VIVA FELIZ	MELHORES RESPOSTAS TRIBUNA INDEPENDENTE
19:00	MOMENTO DE REFLEXÃO	MOMENTO DE REFLEXÃO	MOMENTO DE REFLEXÃO	MOMENTO DE REFLEXÃO	MOMENTO DE REFLEXÃO	FAMÍLIA EM DESTAQUE	CONVOCAÇÃO GERAL
19:10	A MISSA	A MISSA	A MISSA	A MISSA	A MISSA		

Fonte: Pesquisas realizadas nos arquivos da Rede Vida de Televisão. ***Reapresentação** **** Programas que se alternam a cada semana**

19:45	MARIA DE TODOS OS POVOS	MARIA DE TODOS OS POVOS	MARIA DE TODOS OS POVOS	MARIA DE TODOS OS POVOS	MARIA DE TODOS OS POVOS		
20:00	**CAMINHOS DO ESPORTE**	**CAMINHOS ECONÔMICOS**	**CAMINHOS**	**REDEVIDA MUSICAL**	**REDEVIDA MUSICAL**	**FRENTE A FRENTE D. ANTONIO**	**ESPECIAL PETROBRÁS**
20:05							**FRENTE A FRENTE ARNALDO NISKIER**
21:00	**TERCEIRO MILÊNIO**	**TERCEIRO MILÊNIO**	**TERCEIRO MILÊNIO**	**TERCEIRO MILÊNIO**	**TERCEIRO MILÊNIO**	**FABIANO RAVEL**	**FAMÍLIA CHOCOLATE**
21:30	**ECO/NATU/BATATAIS**	**APCD TV**	**IGREJA PELO MUNDO**	**OAB NA TV**	**PONTO ENCONTRO CULTURAL**		
22:00	**JORNALISMO TVE**	**JORNALISMO TVE**	**JORNALISMO TVE**	**JORNALISMO TVE**	**JORNALISMO TVE**	**ESTE É MEU BRASIL/SILVIO BRITO****	**MOMENTO POLÍTICO IRMA PASSONI**
22:30	**TRIBUNA INDEPENDENTE**	**TRIBUNA INDEPENDENTE**	**TRIBUNA INDEPENDENTE**	**TRIBUNA INDEPENDENTE**	**TRIBUNA INDEPENDENTE**		
23:00						**PEDRINHO MATTAR**	**MAESTRO RAFAEL**
23:55	**SANTO DO DIA***	**SANTO DO DIA***	**SANTO DO DIA***	**SANTO DO DIA***	**SANTO DO DIA***		
24:00	**TERÇO BIZANTINO***	**TERÇO BIZANTINO***	**TERÇO BIZANTINO***	**TERÇO BIZANTINO***	**TERÇO BIZANTINO***	**TERÇO BIZANTINO***	**TERÇO BIZANTINO***

Fonte: Pesquisas realizadas nos arquivos da Rede Vida de Televisão. *** Reapresentação** **** Programas que se alternam a cada semana**

QUADRO 3 – GRADE DE PROGRAMAÇÃO (OUTUBRO 2003)

	SEGUNDA-FEIRA	TERÇA-FEIRA	QUARTA-FEIRA	QUINTA-FEIRA	SEXTA-FERIA	SÁBADO	DOMINGO
00:00	TV SHOPPING BRASIL	TV SHOPPING BRASIL	TV SHOPPING BRASIL	TV SHOPPING BRASIL	TV SHOPPING BRASIL	TV SHOPPING BRASIL	TV SHOPPING BRASIL
03:00	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO
03:20	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO
03:30	MOMENTO DE FÉ	MOMENTO DE FÉ	MOMENTO DE FÉ	MOMENTO DE FÉ	MOMENTO DE FÉ	KERIGMA*	CAMINHOS MESSIAS*
04:00	UNIVERSOS EM CANÇÃO*	JORNAL DA NBR*	JORNAL DA NBR*	JORNAL DA NBR*	JORNAL DA NBR*	JORNAL DA NBR*	
04:30							JORNALDA NBR*
04:45						EDIÇÃO NACIONAL*	
05:00	PONTO ENCONTRO CULT.	EDIÇÃO NACIONAL*	EDIÇÃO NACIONAL*	EDIÇÃO NACIONAL*	EDIÇÃO NACIONAL*		TELECURSO 2000
05:15						VIDA NO CAMPO*	
05:30	ALEGRIA E ESPERANÇA	PALAVRA DE PASTOR	PALAVRA DO BISPO	ALEGRIA E ESPERANÇA	COM MUITO AMOR		
05:45	ORAÇÃO DA MANHÃ	ORAÇÃO DA MANHÃ	ORAÇÃO DA MANHÃ	ORAÇÃO DA MANHÃ	ORAÇÃO DA MANHÃ	ORAÇÃO DA MANHÃ	
05:55	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	
06:00	O TERÇO	TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	TERÇO	O TERÇO	
06:15							ORAÇÃO DA MANHÃ
06:20	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	TERÇO BIZANTINO
06:30	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO	TELECURSO*	O TERÇO
06:45	MARIA DE TODOS POVOS	MARIA DE TODOS POVOS	MARIA DE TODOS POVOS	MARIA DE TODOS POVOS	MARIA DE TODOS POVOS		
06:50							O PÃO NOSSO
07:00	JCTV	JCTV	JCTV	JCTV	JCTV		MENSAGEM DO CARDEAL
07:15							DIÁLOGO DE FÉ
07:25						O SANTO DO DIA	
07:30	CONEXÃO SUL*	ESTE É MEU BRASIL*	VIDA NO CAMPO*	MOTTIVAÇÃO E SUCESSO*	PONTO ENCONTRO CULT*	PÁG. DIFÍCEIS DA BIBLIA*	
07:45							A VOZ DO PASTOR
08:00	AMOR EXIGENTE	RELAXE E VIVA FELIZ	A IGREJA PELO MUNDO	KERIGMA	PÁG. DIFÍCEIS DA BÍBLIA	MISSA DE APARECIDA	VIDA NO CAMPO
08:25	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA		
08:30	MOMENTO DE FÉ*	MOMENTO DE FÉ*	MOMENTO DE FÉ*	MOMENTO DE FÉ*	MOMENTO DE FÉ*		ENERGIA SOLAR NA TV
09:00	MISSA APARECIDA	MISSA APARECIDA	MISSA APARECIDA	MISSA DE APARECIDA	MISSA DE APARECIDA	BOM DIA ROMEIRO	MISSA
09:10						COISAS DE CRIANÇA	
10:00	ALEGRIA E ESPERANÇA	PALAVRA DE PASTOR	PALAVRA DO BISPO	ALEGRIA E ESPERANÇA	COM MUITO AMOR	HERÓIS DA FÉ - A HISTÓRIA DE JEREMIAS	ESPECIAL CHITÃOZINHO E XORORÓ
10:15	TELECURSO 2000	TELECURSO 2000	TELECURSO 2000	TELECURSO 2000	TELECURSO 2000		
10:30						VIDA É SAÚDE	
11:00	COISAS DE CRIANÇA	COISAS DE CRIANÇA	COISAS DE CRIANÇA	COISAS DE CRIANÇA	COISAS DE CRIANÇA	FAZENDO ESPERANÇA	
11:30	MOTIVAÇÃO E SUCESSO*	VIDA NO CAMPO*	ESTE É MEU BRASIL*	PONTO DE ENCONTRO*	CONEXÃO SUL*	BATE PAPO	
11:55	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	
12:00	O TERÇO	TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	FUTEB. PAULISTA E VOCÊ
12:20	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	
12:30	JCTV	JCTV	JCTV	JCTV	JCTV	JCTV	
12:55							TERÇO BIZANTINO

Fonte: Pesquisas realizadas nos arquivos da Rede Vida de Televisão. ***Reapresentação**

13:00	CAMINHOS ESPORTIVOS	CAMINHOS ECONÔMICOS	CAMINHOS	CAMINHOS	CAMINHOS DA COMUNIDADE	FREI JORGE DA PAZ COM A PALAVRA DO SENHOR	CARROS & CIA
13:30	PONTO ENCONTRO CULT*					COISAS DE CRIANÇA*	A PALAVRA DE DEUS
13:45							**ANGELUS**
14:00	**COISAS DE CRIANÇA***	**COISAS DE CRIANÇA**	**COISAS DE CRIANÇA***	**COISAS DE CRIANÇA***	**COISAS DE CRIANÇA***		**ESPECIAL AVANCEM PARA ÁGUAS MAIS PROFUNDAS**
14:30	**ESTE É MEU BRASIL***	**TRIBUNA INDEPENDENTE***	**TRIBUNA INDEPENDENTE***	**TRIBUNA INDEPENDETE***	**TRIBUNA INDEPENDENTE***	**A HORA E A VEZ DA PEQUENA EMPRESA***	
15:00						**MISSA SANTUÁRIO BIZANTINO**	**CAMPEONATO PAULISTA B1**
15:30	**MOMENTO POLÍTICO IRMA PASSONI***	**PIANÍSSIMO/PEDRINHO MATTAR***	**FRENTE A FRENTE COM DOM ANTONIO**	**PRAZER EM CONHECÊ-LO***	**INTIMAÇÃO***		
16:30	**VIVER E CONVIVER**	**VIVER E CONVIVER**	**VIVER E CONVIVER**		**VIVER E CONVIVER**		
17:00						**VIDA & CIDADANIA/UNIVAP**	**ENCONTRO COM CRISTO**
17:30	**ENCONTRO COM CRISTO**	**ENCONTRO COM CRISTO**	**ENCONTRO COM CRISTO**	**ENCONTRO COM CRISTO**	**ENCONTRO COM CRISTO**	**HISTÓRIAS DE BRASÍLIA***	**CONEXÃO SUL**
17:45	**O SANTO DO DIA**	**O SANTO DO DIA**	**O SANTO DO DIA**	**O SANTO DO DIA**	**O SANTO DO DIA**		
17:55	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**
18:00	**O TERÇO**	**O TERÇO**	**O TERÇO**	**O TERÇO**	**O TERÇO**	**O TERÇO**	**MISSA DE APARECIDA**
18:20	**O PÃO NOSSO**	**O PÃO NOSSO**	**O PÃO NOSSO**	**PÃO NOSSO**	**O PÃO NOSSO**	**O PÃO NOSSO**	
18:30	**JCTV**	**JCTV**	**JCTV**	**JCTV**	**JCTV**	**PONTO ENCONTRO CULT***	
19:00						**CAMPEONATO BRASILEIRO C**	**MOTIVAÇÃO E SUCESSO – LUIZ ALMEIDA MARINS FILHO**
19:10	**MOMENTO DE REFLEXÃO**	**MOMENTOS DE REFLEXÃO**	**MOMENTOS DE REFLEXÃO**	**MOMENTOS DE REFLEXÃO**	**MOMENTOS DE REFLEXÃO**		
19:20	**A MISSA**	**A MISSA**	**A MISSA**	**A MISSA**	**A MISSA**		
19:30							**UNIVERSO UNIMED**
20:00	**CAMINHOS ESPORTIVOS***	**EDUCAÇÃO UM CAMINHO A DESCOBRIR**	**INTIMAÇÃO**	**A HORA E A VEZ DA PEQUENA EMPRESA**	**COPA ESTADO SP**		**CIEE EDUCAÇÃO E TRABALHO**
20:30							**ESTE É O MEU BRASIL**
20:50	**ESPECIAL UNIVERSIDADE CAXIAS DO SUL**						
21:00		**PONTO ENCONTRO CULTURAL**	**TV CIDADANIA – OAB-SP**	**VISÃO NACIONAL**			**PIANÍSSIMO – PEDRINHO MATTAR**
21:15						**UNIVERSO EM CANÇÃO**	
21:30	**TERCEIRO MILÊNIO**	**TERCEIRO MILÊNIO**	**TERCEIRO MILÊNIO**	**TERCEIRO MILÊNIO**			
22:00	**TRIBUNA INDEPENDENTE**	**TRIBUNA INDEPENDENTE**	**TRIBUNA INDEPENDENTE**	**TRIBUNA INDEPENDENTE**	**PRIMEIRO TAC NA TV**		**MOMENTO POLÍTICO IRMA PASSONI**
22:30						**JORNAL DA NBR**	
23:00					**FRENTE A FRENTE DOM ANTONIO**	**ESTE É O MEU BRASIL**	**PRAZER EM CONHECÊ-LO**
23:30	**JORNAL DA NBR**	**HISTÓRIA DE BRASÍLIA**	**JORNAL DA NBR**	**JORNAL DA NBR**	**TERCEIRO MILÊNIO**		
23:55	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**

Fonte: Pesquisas realizadas nos arquivos da Rede Vida de Televisão.

*** Reapresentação**

QUADRO 4 – GRADE DE PROGRAMAÇÃO (JUNHO 2009)

	SEGUNDA-FEIRA	TERÇA-FEIRA	QUARTA-FEIRA	QUINTA-FEIRA	SEXTA-FERIA	SÁBADO	DOMINGO
00:00	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO
00:20	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO
00:30	ESTE É O MEU BRASIL	JORNAL DA VIDA*	JORNAL DA VIDA*	JORNAL DA VIDA*	JORNAL DA VIDA*	JORNAL DA VIDA*	REPORTER BRASIL
01:00		TRIBUNA INDEPENDENTE*		TRIBUNA INDEPENDENTE*	TRIBUNA INDEPENDENTE*	TRIBUNA INDEPENDENTE*	PROJETO CANDELÁRIA*
01:30	REDE VIDA MUSICAL						
02:00							PÁG. DIFÍCEIS DA BÍBLIA*
02:30	NOSSA SRª DOS AFLITOS	NOSSA SRª DOS AFLITOS	NOSSA SRª DOS AFLITOS	NOSSA SRª DOS AFLITOS	NOSSA SRª DOS AFLITOS	PONTO ENCONTRO CULT.	NOSSA SRª DOS AFLITOS
03:00	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO
03:20	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO
03:30	REPORTER BRASIL	REPÓRTER BRASIL	REPÓRTER BRASIL	REPÓRTER BRASIL	REPÓRTER BRASIL	REPÓRTER BRASIL	CAMINHOS ECONÔM.*
04:00	PONTO ENCONTRO CULT*						
04:15	CAMINHOS	CAMINHOS DO ESPORTE*	CAMINHOS DA ECONOMIA*	ESTE É O MEU BRASIL*	KERIGMA*	CAMINHOS COMUNIDADE*	
04:30							KERIGMA
04:45					PONTO ENCONTRO CULT.		
05:00							A VOZ DO PASTOR
05:15	NOVO TELECURSO	NOVO TELECURSO	NOVO TELECURSO	NOVO TELECURSO	NOVO TELECURSO	NOVO TELECURSO	
05:30							A PALAVRA DE DEUS
05:50	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO
06:00	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO
06:20	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO	O PÃO NOSSO
06:30	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO	RIO GRANDE RURAL	MÃE MARIA
06:45	PALAVRA DO BISPO	PALAVRA DO BISPO	PALAVRA DO ARCEBISPO	ALEGRIA E ESPERANÇA	COM MUITO AMOR		NOSSA SRª DOS AFLITOS
06:55					MÃE MARIA	MÃE MARIA	
07:00	MISSA NO SANTUÁRIO DO DIVINO PAI ETERNO TRINDADE-GO	MISSA NO SANTUÁRIO DO DIVINO PAI ETERNO TRINDADE-GO	MISSA NA FAZENDA DA ESPERANÇA	MISSA NO SANTUÁRIO DO DIVINO PAI ETERNO TRINDADE-GO	MISSA NO SANTUÁRIO DO DIVINO PAI ETERNO TRINDADE-GO	MISSA NO SANTUÁRIO DO DIVINO PAI ETERNO TRINDADE-GO	
07:15							PALAVRA DO CARDEAL
07:30							VIDA NO CAMPO
07:45		MÃE MARIA	MÃE MARIA	MÃE MARIA			
08:00	AMOR EXIGENTE	RELAXE E VIVA FELIZ	A IGREJA PELO MUNDO	KERIGMA ANUNCIANDO A BOA NOVA	PÁGINAS DIFÍCEIS DA BÍBLIA	FAZENDO ESPERANÇA	MISSA NO SANTUÁRIO DA VIDA
08:25	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA	
08:30	NOVENA PERP. SOCORRO	NOVENA PERP. SOCORRO	NOVENA PERP. SOCORRO	NOVENA PERP. SOCORRO	NOVENA PERP. SOCORRO	NOVENA PERP. SOCORRO	
09:00	MISSA DE APARECIDA	MISSA DE APARECIDA	MISSA DE APARECIDA	MISSA DE APARECIDA	MISSA DE APARECIDA	MISSA DE APARECIDA	FILHOS DO PAI ETERNO
09:30							A VOZ DO PASTOR
10:00	FILHOS DO PAI ETERNO	FILHOS DO PAI ETERNO	FILHOS DO PAI ETERNO	FILHOS DO PAI ETERNO	FILHOS DO PAI ETERNO	CAMPEONATO FEMININO	CAMPEONATO PTª 2ª DIV
10:30	PALAVRA DO CARDEAL	PALAVRA DO BISPO	PALAVRA DO ARCEBISPO	ALEGRIA E ESPERANÇA	COM MUITO AMOR		
10:45	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA		
10:55	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO		

Fonte: Pesquisas realizadas nos arquivos da Rede Vida de Televisão ***Reapresentação**

11:00	HORA DE BRINCAR	HORA DE BRINCAR	HORA DE BRINCAR	HORA DE BRINCAR	HORA DE BRINCAR		
11:30	**MOTIVAÇÃO E SUCESSO**	**ONDE DEUS CHORA**	**VIDA NO CAMPO**	**IGREJA NO BRASIL**	**VIDA É SAÚDE**		
11:55	**CONS. NOSSA SENHORA**	**CONS. NOSSA SENHORA**	**CONS. NOSSA SENHORA**	**CONS. NOSSA SENHORA**	**CONS. NOSSA SENHORA**		
12:00	**O TERÇO**	**O TERÇO**	**O TERÇO**	**O TERÇO**	**O TERÇO**	**FILHOS DO PAI ETERNO**	**NOVENA PERP. SOCORRO**
12:20	**O PÃO NOSSO**	**O PÃO NOSSO**	**O PÃO NOSSO**	**O PÃO NOSSO**	**O PÃO NOSSO**		
12:30	**JCTV**	**JCTV**	**JCTV**	**JCTV**	**JCTV**	**JCTV**	**MENSAGEM DO CARDEAL**
12:45							**A PALAVRA DE DEUS**
13:00	**CAMINHOS DO ESPORTE**	**CAMINHOS ECONÔMICOS**	**MOTIVAÇÃO E SUCESSO – LUIZ A. MARINS FILHO**	**ESTE É O MEU BRASIL***	**CAMINHOS DA COMUNIDADE**	**FREI JORGE DA PAZ COM A PALAVRA DO SENHOR**	**CONSÓRCIO UNILANCE**
13:30			**ESTE É O MEU BBRASIL**			**SIMPI**	**ANGELUS**
14:00	**HORA DE BRINCAR**	**HORA DE BRINCAR**	**HORA DE BRINCAR**	**HORA DE BRINCAR**	**HORA DE BRINCAR**	**EDUCAÇÃO UM TESOURO A DESCOBRIR**	**DEDO DE PROSA**
14:30	**NOSSA SRª DOS AFLITOS**	**NOSSA SRª DOS AFLITOS**	**NOSSA SRª DOS AFLITOS**	**NOSSA SRª DOS AFLITOS**	**NOSSA SRª DOS AFLITOS**		
15:00	**MEDALHÃO PERSA**	**MEDALHÃO PERSA**	**MEDALHÃO PERSA**	**MEDALHÃO PERSA**	**MEDALHÃO PERSA**	**MISSA SANTUÁRIO MÃE DE DEUS**	**MEDALHÃO PERSA**
17:00	**FILHOS DO PAI ETERNO**	**FILHOS DO PAI ETERNO**	**FILHOS DO PAI ETERNO**	**FILHOS DO PAI ETERNO**	**FILHOS DO PAI ETERNO**	**FILHOS DO PAI ETERNO**	**ENCONTRO COM CRISTO**
17:25							**TERÇO BIZANTINO**
17:30	**ENCONTRO COM CRISTO**	**ENCONTRO COM CRISTO**	**ENCONTRO COM CRISTO**	**ENCONTRO COM CRISTO**	**ENCONTRO COM CRISTO**	**KERIGMA**	**MISSA NO SANTUÁRIO DO DIVINO PAI ETERNO – TRINDADE-GO**
17:50	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**		
17:55						**TERÇO BIZANTINO**	
18:00	**O TERÇO**	**O TERÇO**	**O TERÇO**	**O TERÇO**	**O TERÇO**	**O TERÇO**	
18:20	**O PÃO NOSSO**	**O PÃO NOSSO**	**O PÃO NOSSO**	**O PÃO NOSSO**	**O PÃO NOSSO**	**O PÃO NOSSO**	
18:30	**JCTV**	**JCTV**	**JCTV**	**JCTV**	**JCTV**	**REPORTAGEM QUE NÃO PÁRA TV**	
19:00	**MOMENTOS DE REFLEXÃO**	**MOMENTOS DE REFLEXÃO**	**MOMENTOS DE REFLEXÃO**	**MOMENTOS DE REFLEXÃO**	**MOMENTOS DE REFLEXÃO**	**CAMPEONATO PAULISTA 2ª DIV**	**MOTIVAÇÃO E SUCESSO – LUIZ A. MARINS FILHO**
19:10	**MISSA NO SANTUÁRIO DA VIDA**	**MISSA NO SANTUÁRIO DA VIDA**	**MISSA NO SANTUÁRIO DA VIDA**	**MISSA NO SANTUÁRIO DA VIDA**	**MISSA NO SANTUÁRIO DA VIDA**		
19:30							**RIO GRANDE COOPERATIV**
20:00	**ATELIÊ NA TV**	**ATELIÊ NA TV**	**ATELIÊ NA TV**	**ATELIÊ NA TV**	**ATELIÊ NA TV**		**REPORTAGEM QUE NÃO PÁRA TV**
20:30	**FILHOS DO PAI ETERNO**	**FILHOS DO PAI ETERNO**	**FILHOS DO PAI ETERNO**	**FILHOS DO PAI ETEERNO**	**FILHOS DO PAI ETERNO**		**VIVER SUSTENTÁVEL**
20:40				**FILHOS DO PAI ETERNO**			
21:00	**CAMINHOS DO ESPORTE**	**AÇÃO SAÚDE**	**TV CIDADANIA – OAB-SP**	**QUEM AMA EDUCA**	**FRENTE FRENTE D.ANTONI**	**PONTO ENCONTRO CULT.**	**REDEVIDA MUSICAL**
21:30	**JORNAL DA VIDA**	**JORNAL DA VIDA**	**JORNAL DA VIDA**	**JORNAL DA VIDA**	**JORNAL DA VIDA**	**FILHOS DO PAI ETERNO**	
22:00	**TRIBUNA INDEPENDENTE-SP**	**TRIBUNA INDEPENDENTE-DF**	**TRIBUNA INDEPENDENTE-RJ**	**TRIBUNA INDEPENDENTE-RS**	**TRIBUNA INDEPENDENTE-SJRP**	**PROJETO CANDELÁRIA**	**ESTE É O MEU BBRASIL**
23:00						**ESPECIAL LIMÃO C/ MEL**	**PRAZER EM CONHECÊ-LO**
23:30	**BRASIL, É ISSO**	**ASSOCIAÇÃO CULTURAL**	**BRASIL, É ISSO**	**BRASIL, É ISSO**	**BRASIL, É ISSO**		
23:55	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**	**TERÇO BIZANTINO**

Fonte: Pesquisas realizadas nos arquivos da Rede Vida de Televisão.

*** Reapresentação**

Os programas jornalísticos e de entrevista também tem destaque na madrugada ao longo dos anos. Houve uma maior opção pelos formatos jornalísticos com aumento significativo de veiculações ao longo dos anos. Enquanto em 2003 a porcentagem desse gênero de programa ocupava aproximadamente 10,7%, em 2009 o numero subiu para aproximadamente 32%. Também nota-se a presença de programas musicais na madrugada. Outro programa cujo horário de exibição foi bastante alterado foi o educativo Telecurso 2000. Nos primeiros anos ocupava as tardes da programação, sempre ocupando espaços que não eram vendidos ou que não havia programação. Durante um tempo o programa foi veiculado nas manhãs. Nos dias atuais, a exemplo das grandes redes, a emissora veicula o educativo nas madrugadas.

Nas manhãs, que corresponde aos horários da 6:00 às 12:00 horas, podemos identificar a permanência de curtos programas oriundos de produtoras católicas. Desde 1997, neste período do dia, a principal atração é a Missa de Aparecida, transmitida ao vivo, permanecendo em horário inalterado até os dias atuais. Em 1997, a programação relativa à religião correspondia a mais de 99%, no horário em questão; em 2003 a porcentagem cai para 47%, e em 2009 a programação é quase totalmente tomada por produções de cunho religioso. Nesse horário, a programação das televisões comerciais é destinada à programação infantil e programas voltados ao público feminino. Comparando a programação da emissora católica com a carismática Canção Nova, no mesmo horário, não há diferenças significativas. O gênero religioso, composto por missas, terços e programas ligados à religião predomina nas duas televisões.

No horário vespertino, as reapresentações são constantes e as produções independentes ocupam grandes espaços. A principal mudança é notada nos finais de semana, quando são apresentados os programas infantís, musicais e de produções independentes. Durante a semana a programação religiosa é bem diminuta se comparada àquelas das manhãs. Percebe-se que desde 2003 a programação vespertina não sofreu grandes alterações. Nos finais de semana há transmissões de futebol, geralmente de divisões inferiores do campeonato paulista. Em 2009, nota-se o crescimento da programação religiosa, pela entrada dos conteúdos relativos ao Santuário do Divino Pai Eterno. Localizado em Trindade, Goiás, que se tornou nos últimos anos um importante pólo de peregrinação religiosa. A programação da Rede Vida não só vendeu espaços destinados à missa, mas também para programas de divulgação das atividades, como por exemplo, o programa *Filhos do Pai Eterno.*

O horário nobre, quando analisada a sua programação levada ao ar durante 10 anos, permite perceber que gêneros exclusivamente religiosos não ocupam de forma sistemática os espaços matutino e vespertino. Há um predomínio de programas produzidos pela própria emissora. Após o ano de 2003, o principal programa da rede, *Tribuna Independente*, por ajustes na programação, teve seu horário antecipado para as 22:00 horas, abrindo maior espaço para programas jornalísticos.

Em geral podemos dizer que a programação religiosa é predominante na grade, mas com programas com pouca duração e muita produção independente. Se compararmos a grade com as televisões convencionais, que dedicam pouquíssimos horários a esse gênero, a Rede Vida pode ser considerada uma televisão de cunho religioso. Mas se comparado à programação das televisões Canção Nova e TV Aparecida, há uma enorme diferença. A programação nessas redes chegam quase à totalidade e a da Rede Vida um pouco mais de 70%.

Por não exibir apenas programação de cunho religioso, mas também programas de outros gêneros, como jornalísticos e de entretenimento, a Rede Vida não pode ser considerada como uma televisão segmentada, se for seguida a classificação oferecida por Dominique Wolton (1996). O sociólogo francês ressalta que enquanto a TV geralista - a que produz uma programação com base na lógica comercial - é o único modelo que pode reunir, ao mesmo tempo, uma maior gama de informações e permite, assim, uma possível liberdade de escolha, a televisão temática – aquela voltada para um público especifico - proporciona uma nova relação que extrapola as formas de organização da TV geralista, porém ela esgarça as relações entre indivíduo e coletividade. A TV segmentada seria a valorização de ideais liberais e individuais, pois ao escolher determinado tema para se assistir, alem da identificação e de livre arbítrio, mostraria a não passividade do telespectador frente a programações impostas pelas redes de televisão

Mesmo com a integração da Rede Vida a pacotes de canais oferecidos pelas gerenciadoras de TV a cabo, a programação da emissora do interior paulista não pode ser classificada apenas voltada para um segmento específico de telespectadores católicos, a exemplo da TV Canção Nova. A Rede Vida reúne elementos comerciais próprios da TV geralista, quando passa programas infantis, quando faz transmissão de futebol, quando exibe programas de entrevistas e de variedades. Possui elementos também da TV segmentada, quando transmite programas religiosos. João Monteiro usou de sua experiência, quando

disponibilizou seus meios de comunicação para a igreja barretense e propôs um sistema em que a programação religiosa poderia conviver com uma programação voltada para o público acostumado à programa;ao de uma emissora comercial.

3.2 A programação religiosa

A grade de programação tinha como base a veiculação de programas de inspiração católica. A cessão dos espaços às produções independentes deveria respeitar os horários fixos de alguns programas como *O Terço* e *A Missa.*

Os programas de cunho estritamente religiosos produzidos nos estúdios da Rede Vida em São José do Rio Preto, eram feitos sobre uma mesma base técnica e com poucos recursos. A produção de um programa em um estúdio inviabilizaria a de outro no mesmo horário, visto que, apesar de possuir duas ilhas de edição, as câmeras eram as mesmas para todos os programas que ali eram produzidos. A transmissão da *Missa* ocorrida diariamente às 19 horas, era orientada pelas diretrizes de Dom Antonio Mucciolo e do bispo diocesano de São José do Rio Preto. De forma geral, os funcionários, como câmeras men, diretores de imagem e assistentes de produção não guardavam vínculos com setores de militância ou trabalho social católicos. A liturgia para rádio e TV estava presente na iluminação, e podia ser vista quando a cruz, localizada ao fundo do altar, se modificava de acordo com as datas previstas no ano litúrgico: vermelha para Pentecostes e Sexta-Feira da Paixão, roxo para representar os dias da Quaresma, por exemplo. As missas duravam em torno de trinta minutos em dias uteis da semana, e aos domingos era estendida para quase uma hora. As quatro câmeras utilizadas para exibição do programa se revezavam em plano geral, dando detalhes do celebrante, leitores e público. Os participantes da *Missa* eram geralmente membros de paróquias que agendavam com a emissora a sua participação ou de caravana de fiéis. A *Missa* seguia os padrões tradicionais de culto, embora padres vinculados à linha carismática a celebrassem mais freqüentemente. A linguagem audiovisual empregada utilizava a fusão de imagens, com transição lenta, recurso técnico que possibilita a mudança de câmera para outra sem cortes bruscos. A missa também era usada como espaço publicitário. Livros litúrgicos empregados na transmissão eram bem focalizados, servindo assim de propaganda àquelas publicaçõe

O Terço também era um produto importante dentro da grade da Rede Vida. Era o programa que abria a programação diária, sendo reapresentado às 18 horas. A produção do

Terço foi criada como base em programa homônimo exibido pelo canal católico norte-americano EWTN, porém guardando raízes com programas radiofônicos que, desde os anos 30/40, se ocupavam com tal rito católico, geralmente chamados de *A Hora de Ave-Maria.* A Rede Vida recebia o sinal do canal norte-americano EWTN e costumeiramente adaptava alguns aspectos da programação desta à sua grade de programação. Em geral, as edições diárias do *Terço* eram gravadas no mesmo estúdio de produção da *Missa.* O público que os integrava era o mesmo que tinha participado da transmissão da *Missa*. Os participantes rezavam o terço e as contagens das orações podiam ser acompanhadas no vídeo, através de esferas que iam aparecendo com o desenvolvimento do rito. A linguagem audiovisual se assemelhava à da *Missa*. Em ambos programas havia a percebe-se a predominância de fiéis idosos. Sobre esses dados, Mariz (1988, p. 46) salienta:

> Os movimentos de afirmação de minorias raciais tem lutado contra o padrão estético racialmente determinado. Junto a esses movimentos, a industria do marketing reconhece que para vender mais é preciso introduzir alem de imagens de raças minoritariamente representadas, também as da população de terceira idade, que constitui grande parte da audiência televisiva e parte importante dos consumidores.

Partes essenciais da liturgia católica, a missa e o terço diários seriam o principal elo entre a Rede Vida e o mundo católico. O principal estúdio das instalações de São José do Rio Preto seria modificado e se transformaria em uma capela. O estúdio denominado “A”, receberia a primeira missa, celebrada pelos arcebispos Dom Antonio Maria Mucciolo e Dom Luciano Mendes de Almeida. A liturgia da missa, para Monteiro de Barros, deveria seguir de acordo com as diretrizes de liturgia na TV. Sobre o público católico e a importância da missa na programação da Rede Vida, Cecília Loreto Mariz afirma:

> Apesar do destaque que possui a programação dos grupos carismáticos [...] outras orientações católicas se expressam em vários programas que refletem, nessa rede a diversidade do mundo católico. A missa diária, transmitida ao vivo às 9 horas da manha, do Santuário Nacional de Aparecida e também a oração do terço, realizada as 7 da manha e as 6 da tarde, apresentam a imagem de um catolicismo ritual e de devoções tradicionais. (MARIZ, 1998, p. 48);

As produções de programas religiosos feitos pela TV Independente eram pensadas muito mais a partir do referencial técnico, para propor inovações, com pouca disponibilidade tecnológica e por profissionais que não tinham referencial na televisão brasileira. Uma afiliada da Rede Globo no interior paulista tinha mais condições técnicas que a Rede Vida, sede de uma rede nacional de televisão.

Figura 5 – Propaganda da programação da Rede Vida.
Fonte: *O Diário de Barretos*, p. 7, 23 out. 1995.

Os estúdios da Rede Vida contavam com antenas que recebiam sinais de televisão dos principais satélites disponíveis para o Brasil. Além da EWTN, estava à sua disposição o canal CTV, que gerava a programação do Vaticano. A partir das imagens recebidas, era possível abastecer com informações e imagens a maioria dos programas jornalísticos. Além de missas, a CTV gerava imagens do *Angelus*, uma oração semanal do papa. A transmissão contava com a tradução simultânea de Sérgio Valle o qual também apresentava o programa *Correspondência*, que era exibido diariamente às 6:30 horas, e consistia num programa voltado à liturgia e doutrina católicas. Todas as transmissões internacionais ficavam a cargo de Valle. Outros programas semanais de cunho religioso eram o *Alegria e Esperança*, apresentado por padre Macário, da cidade de Estiva Gerbi, e o *Palavra do Pastor*, conduzido pelo bispo diocesano de São José do Rio Preto. Ambos programas não exigiam muita produção, pois dependiam de duas câmeras que se alternavam em planos aberto e fechado. Com comentários sobre religião, as edições dos programas sempre se desenrolavam em plano fechado e focados no apresentador, o qual se posicionava em uma bancada. De fato, a palavra

predominava sobre a imagem nos audiovisuais produzidos pela Rede Vida, como bem observou Mariz. (1998, p. 44).

O Santo do Dia também era um programa produzido pelos estúdios de São José do Rio Preto. Conduzido pelo padre Benedito Mazzeti, da paróquia de São Benedito, localizada na mesma cidade dos estúdios, o programa exigia uma produção um pouco mais elaborada do que programas que se serviam de bancada como cenário, posto que produzido no estúdio "B". Este estúdio era dotado de um fundo azul que permitia realizar o efeito de *Chroma key*, técnica de efeito visual que consiste em colocar uma imagem sobre a outra através do anulamento de uma cor padrão, verde ou azul. Sob este recurso, o padre apresentava a vida e obra do santo que era comemorado no dia. A imagem do santo era exibida ao fundo, e através de um texto gerado pelo *teleprompter*[117], o padre Mazzeti narrava e discorria sobre a santidade do enfocado do dia. Posteriormente, o programa ganharia dentro do estúdio "A" um cenário próprio, em virtude da mudança de cenário da *Missa* para as dependências do *Santuário da Vida*, uma capela construída em terreno anexo da emissora que era utilizado exclusivamente para transmissões de missas e produção de terços.

Além da missa produzida pela Rede Vida nos estúdios de São José do Rio Preto, havia a transmissão diária sempre às 9:00 horas, da missa realizada no Santuário Nacional de Aparecida, e a exibição, a cada primeira sexta-feira do mês, de uma missa celebrada em um templo segundo escolha da direção da emissora de televisão. A geração das imagens da missa do Santuário Nacional de Aparecida era realizada pela produtora TV Aparecida, a qual possuía equipamentos próprios para gerar imagens e transmiti-las via *up link*[118]. O sinal com as imagens geradas era recebido pela emissora de São José do Rio Preto que se incumbia de retransmiti-lo nacionalmente. Entretanto, o horário de exibição da missa do Santuário na Rede Vida era comprado pela TV Aparecida. Mesmo tendo obtido sinal para transmissão via satélite, a TV Aparecida manteve a exibição da missa do Santuário na Rede Vida, permanência explicada em razão de ela não ter conseguido ainda montar uma rede televisiva

Uma das grandes parceiras da Rede Vida foi a produtora católica, Paulinas Multimídia, de propriedade das Irmãs Paulinas. Dentro de uma diretriz de trabalho com os meios de comunicação, a Paulinas participou ativamente da grade da Rede Vida, com programas diários. Os recursos oriundos de aluguel de espaços e exibição de material publicitário eram uma das maiores fontes de renda da Rede Vida. Com estúdios e produtora

[117] É um equipamento acoplado às câmeras que exibe o texto a ser lido pelo apresentador.
[118] Emissão via satélite do sinal televisivo.

próprios, a Paulinas produzia inúmeros programas com conteúdos estritamente teológicos e alguns outros de entretenimento. *O Pão nosso de cada dia*, um programa religioso diário, e de 5 minutos de duração, era conduzido por padre Fernando Cardoso, indo ao ar depois do terço e antes da missa diária. Outros programas eram conduzidos essencialmente pelas próprias religiosas da Ordem Paulina, como *Maria de todos os povos*. Em geral, os programas das Paulinas seguiam a forma da apresentação de temas religiosos seguidos de comentários de clérigos. Os melhores exemplos eram os programas *Palavras Difíceis* e *Sempre Jesus.*

Ainda dentro da grade religiosa semanal destaca-se a exibição do *Terço Bizantino*, gerado a partir do Santuário Bizantino na diocese de Santo Amaro, na esteira do fenômeno carismático padre Marcelo Rossi. O padre Marcelo Rossi se tornaria mais amplamente conhecido a partir de 1994. O religioso se destacava em razão de celebrar missas associadas a coreografias próprias às canções católicas, tornando-se um atrativo à juventude católica. Seu mentor era o bispo Dom Fernando Figueiredo, o qual integrava o INBRAC e colocaria o "astro católico" à disposição da Rede Vida. Padre Marcelo Rossi freqüentava não só as televisões católicas, mas aparecia nos principais programas dominicais das grandes redes de televisão. O *Terço Bizantino* sempre fechava a programação da Rede Vida, e era entoado três vezes ao dia na grade da sua programação. Sobre o programa e o padre, André Ricardo de Souza destaca:

> O Terço Bizantino é a grife de padre Marcelo. Esta oração, rezada em menos tempo que o convencional, é considerada por ele apropriada aos dias correntes em que "as pessoas não tem tempo pra nada". Marcelo Rossi simplificou essa tradicional forma católica de rezar com intuito de popularizá-la. Através da televisão ele parece ter alcançado seu objetivo, vindo depois a batizar o galpão alugado para celebrar suas missas de Santuário do Terço Bizantino. Padre Marcelo aparece freqüentemente na Rede Vida rezando esse terço, bem como fazendo outras preces. (SOUZA, 2005, p. 25).

Geralmente a Rede Vida transmitia todos os mais importantes eventos católicos do Brasil. A visita ao Brasil do Papa João Paulo II, em outubro de 1997, foi uma das maiores experiências para o corpo técnico da televisão. Participou com outras grandes emissoras brasileiras em um *pool* televisivo. A partir dessa experiência, a Rede Vida disponibilizou aparelhos para efetuar transmissões a partir de um equipamento móvel próprio. Dentre os eventos que se tornaram permanentes foi o Círio de Nazaré, em Belém (PA), e a Festa da Padroeira do Brasil, em Aparecida.

A televisão brasileira valoriza muito os programas dominicais, onde o entretenimento é o gênero que predomina. Na Rede Vida o horário das tardes de domingo era vendido para o programa religioso *Louvemos ao Senhor*. Com um espaço de mais de quatro horas, o programa, produzido pela Associação do Senhor Jesus, era transmitido ao vivo dos estúdios de Valinhos. De natureza carismática, *Louvemos o Senhor* apresentava artistas e músicos pertencentes ao seu *casting*. A produtora também disputava concessão televisiva, e quando conseguiu, fundou a TV Século XXI, retirando a sua programação da grade da Rede Vida em 1999. Sobre o *Louvemos o Senhor*, Mariz observa:

> A Rede Vida apresenta uma série de programas que consistem, propriamente, em rituais e orações: o terço, o terço bizantino, a missa. Nessa categoria estaria também o programa *Louvemos o Senhor*, que é composto por momentos de oração, adoração do Santíssimo e missa. Os programas de orações e rituais têm também como um de seus atrativos a autenticidade. Os testemunhos lidos sobre a graça alcançadas nesses rituais televisionados conferem a esses últimos autenticidade e poder sobrenatural. Não são apenas programas de TV, mas um momento de real comunicação com Deus. (MARIZ, 1998, p. 51).

Outro programa produzido por carismáticos era *Raboni e Você*, então apresentado por Régis Castro, porém com qualidade técnica não muito apurada. Era comum o telespectador perceber tons da cor rosa muito acentuado nas imagens exibidas, o que era devido à falta de câmera adequada. O programa era centrado na leitura de um livro, intitulado *Terço da Libertação*, o qual geralmente continha mensagens de otimismo. Para acompanhar o roteiro do programa, o fiel deveria adquirir o livro, assim como efetuar leituras e orações no momento do programa. Aproximava-se muito das práticas dos televangelistas norte-americanos, uma vez que prometia curas e benesses aos telespectadores.

De uma maneira geral, os programas religiosos produzidos pela Rede Vida não se diferenciavam de suas congêneres Canção Nova e TV Século XXI. As missas e os terços tinham mesmo formato, assim como a transmissão de eventos religiosos. A estrutura física e as condições de produção são parecidas, o que podemos sugerir que a Rede Vida não trouxe diferencial notório para o campo televisivo religioso em sua programação. A seguir a apresentação de alguns programas que permaneceram ou ficaram por um tempo significativo na grade de programação. Mas, talvez os programas *Missa* e *Terço* fossem de longe os mais assistidos pelos fiéis/telespectadores, assim como contassem como firmes elementos de identificação da Rede Vida junto ao público de maneira geral.

3.3 Programação generalista

Os programas que não tinham assinatura de uma ordem religiosa, produtoras católicas podem ser classificados, de acordo com os pressupostos de Wolton, como programação geralista, que inclui o jornalismo, musicais e esportivos, por exemplo.

Os estúdios localizados na cidade de São Paulo, com o passar dos anos foi, tendo uma importância maior que a do interior. Os estúdios de Rio Preto estavam ocupados e superutilizados. O maior abrigava a capela e o menor não comportava cenários para produções médias. O estúdio de São Paulo foi se tornando mais importante para as produções da emissora. O diretor executivo Jorge Cunha foi deslocado de São José do Rio Preto para a capital para melhorar as instalações e ter um contato permanente com a diretoria do INBRAC.

Os programas musicais prescindiam do estúdio da capital paulista, pois a maioria dos músicos se encontravam nos grandes centros. *Pianíssimo,* apresentado por Pedrinho Mattar e *Rede Vida Musical* exigiam espaço para acomodar os instrumentos e cenários . Os primeiros programas musicais da Rede Vida eram capitaneados por cantores que não tinham mais espaço nas grandes redes de televisão como Claudio Fontana e Silvio Brito. Francisco Petrônio também contava com programa deste gênero. Posteriormente, ele teria seu próprio programa voltado ao público da terceira idade, intitulado *Cantando com Francisco Petrônio,* repetindo o formato do programa *Baile da Saudade* que o havia consagrado na TV Paulista em 1966, e depois na TV Cultura. O estúdio de São Paulo contava com um auditório para comportar o público que prestigiava seus programas na linha de shows.

Na grade da Rede Vida tinha destaque os programas musicais voltados ao estilo sertanejo. Destaque para o *Programa Mario Zan,* que não se diferenciava de outros transmitidos por outras emissoras na mesma época, como o programa *Viola Minha Viola*, capitaneado por Inezita Barroso e Moraes Sarmento, e produzido pela TV Cultura de São Paulo. O estilo de música estava em destaque no Brasil entre o final dos anos de 1980 e inicio da década de 1990, e o programa de Mario Zan servia para apresentar os novos talentos e reapresentar os cantores e músicos já veteranos no mundo da música sertaneja. Monteiro de Barros tinha muito apreço pelos programas de Mario Zan e Francisco Petrônio, sendo grande incentivador, inclusive, patrocinando shows de ambos pelo interior de São Paulo. A linguagem televisiva, entretanto, seguia a lógica comercial dos programas de entretenimento, mais especificamente a nova linguagem que o mundo da música sertaneja estava tomando,sendo a televisão peça essencial para a difusão dos valores daquele estilo musical.

Sobre o movimento musical sertanejo dos anos 80 e 90 e sua dinâmica, José Roberto Zan assevera:

> Esse repertório, definido por críticos musicais e pesquisadores como "sertanejo *pop*", "sertanejo romântico" ou "*neo* sertanejo", é dirigido a um público suscetível à "modernização" da música sertaneja. Produtores, diretores artísticos e profissionais de *marketing* fonográfico que atuam em gravadoras indicam as inovações para garantir a vendagem dos discos. Os novos astros desse estilo passaram a ser disputados por grandes gravadoras (*majors*) como Polygram, Sony Music, Warner e BMG-Ariola. A antiga imagem caricata do caipira mau vestido, banguela, com chapéu de palha, foi superada. As novas duplas usam roupas de grife, cabelo bem aparado e penteado. As mudanças estilísticas têm forte apelo comercial destinado a um público ávido por novidades. A viola foi substituída por instrumentos eletrônicos como a guitarra, o contra-baixo elétrico e teclados, além de bateria e, eventualmente, bancada de instrumentos de percussão. Tanto as composições como os arranjos apresentam elementos da música urbana de massa, especialmente das baladas românticas da Jovem Guarda e da *country music*.[119]
>
> .

Programas infantis também foram contemplados pela grade da Rede Vida. *Rinaldi Magic Show* era um programa de auditório, apresentado pelo comunicador que dava título ao programa. Rinaldi se apresentava vestido com indumentárias de mágico circense. O cenário era um tablado onde se praticavam brincadeiras para uma platéia infantil. O programa contaava também com a participação especial da dupla de palhaços Patati e Patata. Porém, sem apresentar nenhuma inovação em termos da linguagem audiovisual, repetindo, assim, o modelo encontrado no espectro televisivo brasileiro voltado para o publico infantil. A Rede Bandeirantes exibia em sua programação vespertina os palhaços Atchim e Espirro que faziam praticamente a mesma dinâmica, inclusive os números musicais dos palhaços que se apresentavam no *Rinaldi Magic Show*. Ainda no genero infantil, a Rede Vida exibia todas as manhãs e tardes *Coisas de Criança,* produzido pela produtora Paulinas. O programa era apresentado pela jovem Priscila Pastre que animava um público infantil com brincadeiras e produção de artesanatos.

Dentro do gênero programa feminino, a Rede Vida apresentava o *Tempo de Viver*, então conduzido por Meire Nogueira, amiga da família Monteiro de Barros. Era um programa que se destacava por apresentar informações e atrativos, essencialmente para a mulher. O programa era veiculado às 17:00 horas, de segunda a sexta-feira, e não se diferenciava da

---

[119] Cf. ZAN, J. R. *(Des)territorialização e novos hibridismos na música sertaneja*. Disponível em: <htpp//w.w.w.sonora.iar.unicamp.br>.

fórmula de programas veiculados por outras emissoras, como os femininos da Rede Bandeirantes e Rede Record. Apesar de contar com a presença de religiosos como entrevistados, tentava repetir a fórmula inaugurada pela TV Mulher nos anos de 1980 na Rede Globo.

Caminhos era um dos carros-chefe da programação. Exibido de segunda a sexta-feira, às 13:00 horas, a cada dia da semana, se dedicava a tratar de um tema diferente. Segunda-feira era destinada aos esportes. *Caminhos do Esporte* ganhou mais fôlego a partir do inicio dos anos 2000, quando a Rede Vida passou a transmitir programas de futebol. Em contato com diretores da Federação Paulista de Futebol foi cedido os direitos de transmissão de divisões inferiores do futebol paulista. A Rede Vida exibia os jogos com precariedade técnica, visto que em muitos casos eram utilizadas três câmeras para a transmissão. Uma em enquadramento geral e duas atrás dos gols, sendo que uma dessas era deslocada para a reportagem dentro de campo. Os locutores eram antigos amigos de Monteiro de Barros, os quais atuaram juntos no setor de jornalismo esportivo na cidade de Barretos, como Marco Antonio Siqueira e Luis Carlos Fabrini. *Caminhos do Esporte* se dedicava ao material disponível gerado pelas transmissões da TVE e de cessão de vídeos de outras emissoras. O jornalista Antonio Carlos Ferreira liderou a equipe de esportes até meados dos anos 2000 e se valia da condição de ex funcionário da Rede Globo para conseguir a cessão de imagens daquela emissora para o programa da Rede Vida.

Em outros dias da semana, *Caminhos* assumia nomes como *Caminhos da Economia*, *Caminhos da Comunidade*. Em geral, estas modalidades de programas eram dedicadas aos membros do INBRAC. Dom Antonio Maria Mucciolo, Ives Gandra e Sebastião Misiara, membros da entidade, estavam entre os seus apresentadores. O programa era produzido no formato de entrevista e o convidado geralmente conhecia pessoalmente os entrevistadores. Dom Mucciolo também contava com um programa exclusivo, o *Frente a Frente*. Este tratava de temas religiosos e de assuntos referentes ao seu arcebispado. O programa era reapresentado nas noites de terça-feira.

Também fazia parte da grade de programação *Momento Político*, apresentado pela ex-deputada federal e religiosa Irma Passoni. Sua tônica era a entrevista, principalmente autoridades públicas e políticos. A apresentadora não colocava os convidados em situações embaraçosas, atitude pregada por Monteiro de Barros. Tal diretriz também permeava o programa *Prazer em Conhecê-lo*. Com o mote “o maior espetáculo para o homem ainda é o

próprio homem", Brancato Junior entrevistava personalidades do mundo artístico e religioso, mas sem permitir réplicas e nem perguntas que causassem desconforto ao entrevistado.

Um setor da Rede Vida que contava com número reduzido de profissionais e poucos recursos técnicos e financeiros era o de jornalismo. Para compor a grade jornalística, a Rede Vida dependia muito de materiais externos. Com autorização para utilizar material audiovisual da TVE, o telejornalismo da Rede Vida se pautava muito pelas imagens e matérias veiculadas nos principais telejornais da emissora pública carioca, inclusive transmitia às 22 horas o programa *Edição Nacional,* programa da grade da TVE. A equipe jornalística da Rede Vida era centralizada na figura de Luiz Antonio Monteiro de Barros e da jornalista barretense Andreia Bonatelli. A definição de pautas era limitada pela falta de equipamentos e profissionais fora das cidades de Rio Preto e São Paulo. O programa *Reportagem que não pára TV,* tinha a pauta totalmente dependente das imagens geradas pela TVE. O programa era uma adaptação do *Reportagem que Não Pára,* programa radiofônico tradicional barretense de reportagens de campo e veiculado pelas emissoras de Monteiro de Barros. Na televisão, a apresentação era feita pelos netos do empresário e utilizava as reportagens dos diversos programas da TVE. Outro programa que também utilizava o mesmo expediente era o *Este é meu Brasil.*

Os equipamentos para edição jornalística não eram dotados de grandes recursos. O produto da TV Independente em São José do Rio Preto que oferecia mais trabalho de edição era o telejornal *JCTV,* apresentado ao vivo às 18 horas e com reprise na manhã seguinte. O telejornal foi ao ar a partir de 1997. Com um corpo de editores não formados na área da Comunicação, as pautas eram formuladas com base nas imagens disponíveis geralmente produzidas por um repórter da emissora na capital paulista, da programação do CTV do Vaticano, de emissoras governamentais ou de fitas semi-profissionais procedentes das diversas dioceses brasileiras. A proposta do telejornal era integrar as dioceses brasileiras, fazendo com que elas divulgassem suas atividades e também se tornassem telespectadoras. As informações eram passadas através de ligações telefônicas, gravadas no formato *off,* nos quais o áudio captado serviria de base para uma imagem. Mas quando veiculada, a narração dos fatos pelo correspondente era acompanhada de uma imagem congelada da fotografia do informante e de imagens da igreja matriz do local da transmissão. Muitas vezes o áudio das reportagens era prejudicado pela péssima qualidade do sinal telefônico. Somente anos depois seria padronizado o tempo que cada correspondente poderia usar. O jornal não trabalhava com reportagens ao vivo e de fatos instantâneos. A seleção do material a ser transmitido pelo

jornal era supervisionada pelos membros da família Monteiro e seguia a diretriz de não veicular matérias que consideravam negativas, como assassinatos, acidentes, aspectos da política nacional. O embrião do *JCTV* foi o programa *Vida na Paróquia*, que pretendia mostrar as experiências das comunidades católicas. O *JCTV* divulgava os passos da igreja no Brasil, sobretudo a agenda institucional da CNBB e dioceses. Sobre o programa, Michele Boff da Silva Limeira (2006, p. 202) comenta:

> A análise nos mostra que o "JCTV", apesar de produzido em São José do Rio Preto, tem sua produção descentralizada. Com exceção das notas ao vivo, todas produzidas pela editora em São José do Rio Preto, a partir de sites ou releases enviados por assessorias de imprensa, as demais matérias dependem, basicamente, dos estúdios auxiliares e dos colaboradores.

O programa mais importante do inicio da grade da Rede Vida era o *Tribuna Independente.* Produzido inicial e exclusivamente a partir dos estúdios de São José do Rio Preto, o programa refletia as diretrizes editoriais do grupo Monteiro de Barros. Com início às 22:30 horas o programa era apresentado por Luiz Antonio Monteiro de Barros, e tinha a duração de uma hora e meia. No estúdio "B" encontravam-se dispostos, em uma bancada menor, o entrevistado, e em outra maior, o apresentador e mais três entrevistadores. Os convidados variavam desde religiosos, médicos e políticos. Quando o entrevistado chegava às instalações da emissora, havia uma reunião para acertar detalhes sobre a entrevista, pois alguns temas poderiam não ser de bom tom. Quando iniciado o programa, a réplica à resposta do entrevistado não era permitida. Nos primeiros programas eram entrevistados políticos e religiosos que ajudaram na consolidação da Rede Vida. Políticos e pessoas influentes em Barretos eram sempre escolhidos para participarem dos programas, o que gerou revolta do grupo político ligado à Uebe Rezek. O *Tribuna Independente* também contribuía para a disputa do campo político barretense. Em resposta, Monteiro de Barros divulgava extensa matéria em seu matutino para justificar as excessivas aparições de barretenses na programação da Rede Vida:

> Acho que Barretos tem seus talentos e devem ser apresentados, mostrados para todo o país. E Mais: nenhum barretense desapontou, quando convocado a dar sua contribuição inteligente à TV. Na Tribuna Independente, tiveram destaques e receberam cumprimentos nacionais os advogados Melek Geraige e Hélio Navarro, o promotor José Henrique Freitas, o provedor Ibrahim Martins Silva, o pecuarista Henrique Prata, o economista Reginaldo da Silva, o pediatra Emanuel Carvalho e o jornalista Monteiro neto. Cada um falando de sua especialidade atenderam perguntas formuladas de todos os estados

> brasileiros. Não é porque mora em Barretos, que o dentista Clovis Teixeira tem que saber menos do que um profissional da capital paulista. Ao contrário. O barretense deu um show no vídeo, utilizando linguagem própria para televisão que muitos "doutores" dos grandes centros não tem.[120]

O *Tribuna Independente* fechava a programação da Rede Vida em termos de exibição de programas não religiosos. Com o passar dos anos, os estúdios auxiliares de São Paulo e de Brasília iriam produzir o programa, e a pauta seria construída a partir da realidade da cidade que a transmissão fosse feita. Sobre o programa, Michele Boff da Silva Limeira assevera:

> A Rede Vida apropria-se das fontes – entrevistado e convidados – para construir o "Tribuna Independente", e fazer dele um programa jornalístico voltado para as suas necessidades de notícia. Os entrevistados, ao explicitarem os assuntos pautados nas entrevistas, contribuem para que o programa seja informativo/esclarecedor, como pretendem os seus produtores. Os integrantes da banca são convidados a elaborar perguntas que dêem sustentação a essa linha editorial. Conforme percebemos na análise das pautas, perguntas e respostas estão voltadas a concepções muito próximas a valores e princípios cristãos, e, em casos específicos, à doutrina católica. Entrevistados e convidados colaboram com as preocupações editoriais da emissora. (LIMEIRA, 2006, p. 314).

Como previsto no tópico "d" do artigo 38 do Código Brasileiro de Telecomunicações, que indica que os serviços de radiodifusão devem atentar para finalidades educativas e culturais, a Rede Vida adquiriu da Fundação Roberto Marinho o direito de exibir o do *Telecurso*, tanto o voltado para o primeiro quanto para o segundo graus. O programa era exibido em dias da semana, às 10:00 horas, e aos sábados pouco depois das 6:00 horas. Ainda para completar a grade com programas educativos, a área comercial da emissora foi buscar instituições de ensino que pudessem alugar horários na grade. A Universidade do Vale do Paraíba, UNIVAP, aderiu e produziu, a partir de seus laboratórios do curso de Comunicação, material televisivo de alta qualidade técnica. Possuía condições técnicas para mandar o sinal para a geradora em Rio Preto. Nos anos 2000, a UNIVAP expandiu seus programas, chegando a mais de uma dezena em diversos horários e com variedades de temas. Outra Universidade a produzir programas para a Rede Vida foi a Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Seu principal produto foi o *Ponto de Encontro*, um programa musical que reunia músicos formados pela própria instituição e grupos regionais, geralmente dedicados à musica clássica.

Os recursos financeiros gerados por doações dos telespectadores ao INBRAC, o aluguel de espaços na grade para as produtoras e os subsídios vindos das empresas já constituídas de Monteiro de Barros, garantiam a sustentabilidade da emissora. A audiência, de

[120] O *Diário de Barretos*, p. 7, 12 abr. 1996

maneira geral não preocupava a diretoria da Rede Vida, visto que poucas vezes pediam para órgãos de pesquisa a aferição da audiência. Cada produtora, por vezes o fazia para avaliar seu próprio programa. De qualquer forma, a baixa audiencia possível não era uma questão crucial para o desenvolvimento da rede, até porque, como ressalta Machado (2001, p. 30): "A mais baixa audiência de televisão é, ainda assim, uma audiência de várias centenas de milhares de telespectadores e, portanto, muito superior a mais massiva audiência de qualquer outro meio, equivalente à performance comercial de um *best seller* na área de literatura".

Pelas comemorações do ano 2000, a Rede Vida lançou o projeto *JC 2000*. Era uma iniciativa de apresentar shows católicos em todas capitais do Brasil, difundindo a rede de TV pelas dioceses. Outro projeto semelhante viria nos primeiros anos do novo milênio, intitulado *Casa de Anchieta*, que propunha a construção de uma casa popular em cada município brasileiro. Os recursos deveriam vir de empresários da própria cidade, incentivados pela Rede Vida. Entretanto, poucas casas foram construídas.

Em 18 de março de 2009, na cidade de São José do Rio Preto, realizara-se a cerimônia de inauguração das emissões em sinal digital da programação da Rede Vida, para a região noroeste paulista através do canal 11 VHF. Este seria o evento mais importante para a rede de televisão desde sua inauguração, em meados de 1995, e contou com a presença do Ministro de Estado das Comunicações, o jornalista Hélio Costa, de autoridades locais, representantes de classe dos proprietários dos meios de comunicações, além de diretores de mais dois canais locais de televisão, a Rede Record de São José do Rio Preto e a afiliada da Rede Globo, TV Tem Rio Preto, essas duas com previsão de irradiação digital para o fim do ano em questão. Porém, a entrega dessa outorga foi muito mais festejada pelos dirigentes da TV Independente de São José do Rio Preto, pois o evento foi transmitido ao vivo pela Rede Vida, apresentando longas entrevistas com membros da diretoria, parceiros comerciais e fornecedores, e também com profissionais que integram o quadro funcional da empresa e ilustres da cidade de Barretos, (SP). A participação do clero limitou-se a poucos integrantes, permanecendo restrita às participações de D. Maria Mucciolo, bispo emérito de Botucatu e membro do conselho que controla a programação da televisão, de D. Luis Demétrio Valentini, bispo da diocese de Jales (SP), e do bispo de São José do Rio Preto, D. Paulo Mendes Peixoto, sendo invocada por eles a memória de D. Luciano Mendes de Almeida, que tanto ajudou na implantação da emissora.

A grade televisiva da Rede Vida deve ser entendida pela capacidade de gerenciamento do grupo Monteiro de Barros. Os espaços deveriam ser preenchidos pelas produtoras e gerar recursos para manter a programação religiosa própria, programas de entrevistas e estrutura da rede. A concorrência de outras TVs católicas como a Canção Nova, a TV Século XXI dividiu

os telespectadores do segmento católico. A cessão de horários a programas de televendas causou no início um descontentamento do público católico praticante, mas se manteve no ar pela renda que geravam. A entrada de produtos, como o futebol e entretenimento, mostrava a tentativa de entrar em outros segmentos que não o estritamente católico.

A grade de programação da Rede Vida não se tornou, como pretendia Monteiro de Barros, numa alternativa para o telespectador, pois não inovou em nenhuma proposta , se enquadrando na lógica comercial que pode ser entendida a partir dos elementos informação, entretenimento e educação. A programação religiosa não era uma alternativa perante suas concorrentes do campo comunicacional católico e a generalista não apresentava novidades, fosse pela capacidade técnica, fosse pelo precário e tímido quadro de profissionais ligados ao setor de produção de produtos televisivos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A formação e os primeiros anos de funcionamento da Rede Vida de Televisão se caracterizam por uma tripla particularidade, quer no campo televisivo nacional como um todo, quer no setor televisivo religioso brasileiro. Apesar de ser a primeira rede televisiva de orientação católica a operar em território brasileiro, a Rede Vida não fora criada pela iniciativa institucional da igreja católica ou mesmo da ação exclusiva de algum setor católico, mas, sim, resultou da somatória de ações encetadas na interseção entre atuação de grupo comunicacional local, das relações entre a política regional e a nacional durante o período de transição democrática, e de iniciativas de alguns membros da hierarquia católica com vistas a concretizar diretrizes comunicacionais da igreja frente à consolidação da TV no mundo da comunicação social. A segunda particularidade da Rede Vida se deve ao fato de ela ter se constituída em uma rede de televisão, contando com significativa abrangência de seu sinal em diferentes partes do país, em curto período de tempo, portanto bem diferente da formação das demais redes televisivas brasileiras, seja as formadas em passado remoto ou no mais próximo. E, por fim, a Rede Vida, ao contrário de outras emissoras católicas em atuação, não circunscreveu sua grade de programação à exibição de produções de cunho essencialmente religioso católico, uma vez que também ofereceu programas próprios da chamada televisão generalista, compreendidos nas chaves de programas envolvidos com a difusão de informação, conhecimento e entretenimento.

Durante a sua formação e os seus primeiros anos de atividade, a Rede Vida não desfrutou de unanimidade entre os diferentes setores da igreja, fosse entre membros da hierarquia e da intelectualidade católicas, fosse entre os do clero e do laicato, então divididos, de um lado, em conservadores, os quais contavam com o apoio do papado de João Paulo II, e, de outro, em progressistas ligados à Teologia da Libertação, cuja ação era cada vez mais tolhida pelo Vaticano. Mesmo não sendo a televisão católica almejada por parte de grupos progressistas da hierarquia e intelectuais católicos, e sem o apoio institucional da CNBB, a Rede Vida se instalou e passou a figurar no espectro eletromagnético brasileiro como opção ao fiel católico e a servir de púlpito eletrônico para diversos grupos e setores católicos. Entretanto, a rede receberia a benção do papa João Paulo, a qual servira como instrumento de legitimação a ela, notadamente contra críticas ou restrições oriundas de setores católicos progressistas.

Ao analisar as diretrizes romanas é possível perceber que, apesar dos diversos grupos que disputavam a hegemonia dentro da igreja, havia concordância de que a televisão, devido

ao seu papel soberano ocupado no campo da comunicação social, era uma peça importante ao processo de evangelização. Todavia, as divergências entre os diferentes grupos católicos, mais notadamente os conservadores e progressistas, se davam em razão da finalidade e forma de participação da igreja no campo televisivo.

De um lado, conservadores buscavam acesso ao mundo televisivo com o fim de expandir a participação dos fiéis aos ritos católicos e, assim, reforçar a fé católica, cuja operacionalização se daria com base na centralização, expedientes que então permitiram o controle da atividade televisiva católica sob os preceitos da alta hierarquia católica. De outro, progressistas preconizavam que a participação da igreja na televisão devesse dar visibilidade a grupos excluídos da sociedade, seguindo, dessa forma, as teses de justiça social calcadas em ideais da Teologia da Libertação, inclusive encetando a participação popular no universo televisivo e promovendo a real democratização daquele setor. Já os carismáticos, embora afinados com grupos teologicamente conservadores, se ocupariam apenas em garantir espaço no setor televisivo, dado que suas formas peculiares de realização dos ritos católicos lhe permitiriam uma assimilação mais fácil e adequadas aos padrões da linguagem midiática eletrônica, além de seus adeptos serem sobremaneira jovens, portanto setores bem mais familiarizados com os bens midiáticos. Não por acaso os carismáticos se notabilizaram pela busca pioneira por canais de televisão e os clérigos ligados aquela corrente católica foram buscados pela mídia religiosa e, ultimamente, até mesmo pela comercial.

De qualquer forma, a hierarquia católica, via CNBB, se empenhou na busca por caminhos que possibilitassem a igreja católica valer-se da televisão para reforçar seu trabalho de evangelização, tendo inclusive buscado obter concessões de canais de televisão para concretizar aquele objetivo. Para isso, procurou influenciar nos trabalhos da Assembléia Constituinte, realizada entre 1987 e 1988, buscando dar publicidade ao debate sobre temas ligados à democratização das concessões de radiodifusões, e mesmo chegando a incentivar que leigos católicos se colocassem na disputa por concessões de meios eletrônicos que viessem a ser colocado a serviço do catolicismo. A CNBB quando se viu alijada do processo de concessões, tratou de participar do debate, criticando posicionamentos e elaborando diretrizes para alcançar os meios de comunicação e normatizar o campo comunicacional católico. A Campanha da Fraternidade de 1989 foi uma resposta ao quadro desfavorável de aquisição de meios de comunicação eletrônica, os quais iam sendo adquiridos pelas seitas evangélicas.

Os progressistas também se valeram da Campanha da Fraternidade para divulgar seus posicionamentos sobre comunicação popular. Em suas propostas e críticas haviam elementos

que contemplavam as políticas de comunicação popular e alternativas. Porém, o quadro de aquisição de um meio de radiodifusão se mostrava inviável aos planos de setores ligados à Teologia da Libertação, fosse pela baixa representatividade política dos grupos progressistas junto aos círculos do poder federal, fosse pela precariedade econômica dos fiéis integrantes dos movimentos populares e ligados à Teologia da Libertação para manterem um possível veículo de comunicação eletrônico, sobremaneira uma emissora de televisão.

Dentro deste quadro, a possibilidade de criação da primeira rede de televisão de orientação católica ganhava seus primeiros contornos em decorrência da aliança entre um empresário da comunicação com atuação no município paulista de Barretos, João Monteiro de Barros Filho, e um membro da hierarquia católica, Dom Antonio Mucciolo. Aliança que guardava raízes desde o tempo em que Dom Mucciolo atuara como bispo em Barretos, e que, no final da década de 1980, era ampliada em razão da convergência de interesses de ambos. A obtenção da concessão de um canal televisivo regional para Monteiro de Barros serviria para melhor posicionar o seu grupo comunicacional na concorrência regional do setor, e para Dom Mucciolo, já como arcebispo de Botucatu, para ver concretizadas as diretrizes comunicacionais católicas dirigidas ao setor televisivo, gerando-lhe, assim, notoriedade no campo religioso católico nacional.

Entretanto, a obtenção de uma concessão para operar um canal televisivo por Monteiro de Barros, assim como para tantos outros concessionários do período, passava pelas relações políticas em âmbito regional e nacional. Relações marcadas amplamente pela busca de apoio político ao projeto de ampliação do mandato presidencial de José Sarney em um ano. A arregimentação de forças favoráveis aquele intento presidencial tinha como um dos seus expedientes a entrega de concessões de radiodifusão. Dentro desta dinâmica política, o Grupo Monteiro de Barros obteria - após conseguir valer-se habilmente de forças políticas regionais e da confluência destas com a política nacional - a concessão do canal 11, de São José do Rio Preto.

Era o nascimento da TV Independente, a base da Rede Vida de Televisão, a qual nasceria das iniciativas da aliança entre Monteiro de Barros e Dom Antonio Mucciolo. Dentro desta aliança, Monteiro de Barros se ocuparia com a obtenção de recursos técnicos, e Dom Mucciolo com a abertura de caminhos para a conquista do apoio da hierarquia católica.

Monteiro de Barros e Dom Antonio Maria Mucciolo tentaram obter o apoio institucional da CNBB, buscando junto a ela também o suporte necessário para a grade de programação da futura rede católica. Sem obter tal apoio, ambos criaram o INBRAC, e passaram a buscar parcerias com produtoras de vídeo católicas ou não, e a aproximação com

intelectuais envolvidos com o debate e propostas acerca dos meios de comunicação social da igreja, no intuito de eles virem a contribuir na produção de programas. Entretanto, a política empresarial de Monteiro de Barros não agradou, principalmente, alguns intelectuais católicos, como Ismar Soares, o qual havia se envolvido com o projeto de formação da programação da então futura Rede Vida, mas que acabou por abandoná-lo logo. Restava à nascente rede católica contar com as principais empresas comunicacionais católicas na produção de audiovisuais para compor a sua grade de programação. A partir daí buscou-se viabilizar economicamente o projeto da Rede Vida, o qual ganharia espessura financeira para iniciar suas operações em decorrência do apoio concedido pelo empresário, banqueiro e político paranaense Eduardo Andrade Vieira, então se movimentando politicamente para ser candidato à Presidência da República.

Após a conquista da outorga do canal 11 para a cidade de São José do Rio Preto, Monteiro de Barros se deparou com a possibilidade de transformar sua televisão regional em cabeça de rede. A assinatura do contrato com a Embratel permitiu que a Rede Vida pudesse transmitir seu sinal, através do sistema de antenas parabólicas. O Ministério das Comunicações liberaria mais de 300 concessões para a Rede Vida, um recorde se comparado à evolução das grandes redes. Mas a concretização da rede viria com apoio das dioceses, que se propuseram a instalar receptores e antenas para a transmissão da programação, nos canais outorgados pela Rede Vida. Dom Antonio Mucciolo junto com D. Luciano Mendes de Almeida se ocuparam em conseguir apoio de bispos de diferentes regiões brasileiras para o INBRAC, inclusive, por vezes, em termos técnicos para operacionalização da rede católica.

Os equipamentos adquiridos para a montagem da Rede Vida, apesar de serem considerados de ultima geração, não permitiam que fossem realizadas grandes produções. A estrutura da rede permitia, entretanto, que se fizesse uma boa programação de cunho regional, ainda, assim, sem as qualidades apresentadas por emissoras regionais afiliadas às grandes redes de televisão. O corpo técnico da Rede Vida inicialmente era integrado por jovens que não tinham significativa experiência na área de audiovisual, além do que a forma imprimida na produção dos programas era pautada pela experiência radiofônica em razão de diversos profissionais serem oriundos das emissoras de rádio da propriedade de Monteiro de Barros.

A grade de programação da Rede Vida de Televisão foi pautada inicialmente por produções independentes e de pequenas produções próprias a partir dos estúdios em São José do Rio Preto. Monteiro de Barros havia dito que sua televisão respeitaria os ideais da família e faria uma televisão alternativa ao que se encontrava no espectro audiovisual brasileiro. Entretanto, a programação da rede católica se pautou por apresentar elementos que visam o

“grande público”, portanto uma grade de tipo generalista, agregando elementos encontrados nas grandes televisões comerciais, com grande apelo, a exemplo das transmissões de futebol, programas musicais e infantis. Porém, o projeto de implantar uma rede de televisão diferenciada, logo, com a exibição de uma programação alternativa à grade generalista, não foi realizada, pouco se afastando do que era produzido pelas outras emissoras.

A participação das produtoras ligadas às editoras católicas foi imprescindível para a manutenção da televisão de Monteiro de Barros, pois era a fonte de renda mais importante à manutenção da Rede Vida. Contudo, a rede não deixava de alugar horários de sua grade de programação para televendas, devido à grande quantidade de horas vagas que a rede dispunha. Expediente que a tornava equivalente às produções de emissoras pequenas em atuação no campo televisivo brasileiro.

Os programas produzidos pela Rede Vida se concentravam em duas localidades: São José do Rio Preto e São Paulo. Em Rio Preto, nos primeiros anos, por contar com estúdios de pequeno porte, se faziam os programas jornalísticos e alguns de entrevista, com maior facilidade na aquisição de materiais audiovisuais, por se valer do conjunto de antenas que recebiam sinais cedidos por outras emissoras e manter a base da equipe de jornalismo. Em São Paulo a Rede Vida possuía um estúdio de maior capacidade e ali se produziam os programas de auditório.

No campo jornalístico, a empresa não investiu substancialmente, se limitando a poucos profissionais e editando matérias a partir de imagens de outras televisões. O diferencial se encontrava no jornal *JCTV*, que divulgava as agendas das dioceses brasileiras e eventos oficiais da igreja. O material jornalístico se pautou por edição a partir de vídeos enviados por correspondentes nas dioceses, geralmente produzidos pelo pároco ou o responsável pelo setor de comunicação diocesano.

A programação religiosa, voltada ao segmento católico, se moldou a partir das transmissões de missas, terços e cessão de espaço a grupos católicos de produção independente. O modelo de produção se pautou pela experiência da televisão católica norte-americana EWTN, tanto no tempo de execução quanto na forma de posicionamento das câmeras e do público no estúdio. De maneira geral, a programação para o público católico não se diferenciava do material produzido pelas televisões exclusivas para um grupo segmentado católico. Apesar de não conseguir implementar uma TV alternativa ao que era produzido pela televisão generalista brasileira em geral, a Rede Vida descentralizou, ainda que modestamente, produções audiovisuais que se concentravam nos grandes centros, assim, dando voz a algumas dioceses do interior do país.

A grade de programação da Rede Vida é a materialização do projeto que se iniciou a partir das relações entre um empresário do meio comunicacional e um membro da hierarquia católica. Com projetos distintos, cada um conseguiu se posicionar melhor dentro da sua área de atividade. O milagre atribuído por Monteiro de Barros à formação da Rede Vida, afirmado por ele quando da inauguração da sua rede de televisão e reiterado em suas memórias, foi fruto das suas ações encetadas, por vezes conjuntamente com Dom Mucciolo, entre o mundo comunicacional, político e religioso católico. Enfim, a formação da Rede Vida abriu uma janela eletrônica para o catolicismo no Brasil, mas o fez distante de uma programação aberta à democratização do mundo televisivo brasileiro.

FONTES

O Diário de Barretos, Barretos, 1988-1995.

Diário da Região, São José do Rio Preto, 1988-1995.

Família Cristã, São Paulo, 1986-1995.

Folha de S. Paulo, São Paulo, 1988-1995.

Jornal de Barretos, Barretos, 1988-1995.

Revista Eclesiástica Brasileira, Petrópolis, 1988-1995.

BIBLIOGRAFIA

ALBERTI, R. Desafios enfrentados pelas revistas cristãs. In: SOARES, I. O.; PUNTEL, J. T. (Org.). *Comunicação Igreja e Estado na América Latina.* São Paulo: Paulinas, UCBC, 1984.

AMORIM, E. R. História da TV brasileira. Coleção Cadernos de Pesquisa, São Paulo, Centro Cultural São Paulo, v. 11, p. 63. 2007. Disponível em: <www.centroculturalsaopaulo.sp.gov.br>. Acesso em: 10 mar.2010.

AMORIM, J. S. D. Políticas de comunicação no Brasil: evolução e impasse. In: GOMES, P. G., PIVA, M. C. (Org.). *Políticas de comunicação:* participação popular. São Paulo: Paulinas, 1988. P. 19-37.

ASSMAN, H. *A igreja eletrônica e seu impacto na América Latina*. Rio de Janeiro: Petrópolis, 1986.

BARROS FILHO, J. M. *O que é INBRAC***.** 2. ed. São Paulo: INBRAC; Barretos: O Diário, 2003.

BELTR AMI, A. *Como falar com os meios de comunicação da igreja*: Vicariato da Comunicação – Arquidiocese de São Paulo. Petrópolis: Vozes, 1996.

BENINCÁ, D. (Org.). Comunicação alternativa nos movimentos populares. In:

BEOZZO, J. O. (Org.). *Curso de verão:* ano XIX: comunicações: ética e cidadania. São Paulo: Paulus, 2005. p. 55-87. (Coleção teologia popular).

BEOZZO, J. O. A V Conferëncia Geral do Episcopado Latino-americano em Aparecida: contextos sociopolítico e eclesial. *Revista de Teologia e Ciências da Religião,* v. 6, n. 6, dez. 2007. Disponível em: <http://www.unicap.br/revistas/teologia/arquivo/artigo>. Acesso em: 8 ago. 2010.

BERNO, M. C. *Preceitos da Igreja para "o bom uso" da TV*: apropriações por uma campanha ocupada com a recepção da programação televisiva. 2010. Dissertação (Mestrado)-Faculdade de Ciências, Filosofia e Letras, Assis, 2010.

BOLAÑO, C. R. S. *Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?* São Paulo: Paulus, 2007.

BRASIL. *Código Brasileiro de Telecomunicações.* Brasília: Ministérios das Telecomunicações, 1962.

BRIGGS, A; BURKE, P. *Uma história social da mídia:* de Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BRITTOS, V. C.; NAZÁRIO, P. M.; SIMÕES, D. G. Conselho de comunicação social: possibilidades e limites. *UNIrevista,* v. 1, n. 3, jul. 2006. Disponível em: <http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev_Brittos.PDF>. Acesso em: 8 ago. 2010.

BRUNEAU, T. C. *Catolicismo brasileiro em época de transição.* Trad. Margarida Oliva. São Paulo: Loyola, 1974.

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. *Diretrizes gerais da ação pastoral da igreja no Brasil.* São Paulo: Paulinas 1987. Documentos da CNBB 38.

CAMPOS, L. S. Evangélicos, pentecostais e carismáticos na mídia radiofônica e televisiva. *Revista USP,* São Paulo, n.61, p. 146-163. mar/mai. 2004. Dossiê Televisão.

_____. O papel do rádio e da televisão na expansão dos evangélicos no Brasil: contribuições para uma história da comunicação religiosa brasileira. In: BAPTISTA, P. A. N., PASSOS, M., SILVA, W. T. (Org.). *O sagrado e o urbano:* diversidades, manifestações e análise. São Paulo: Paulinas, 2008. p. 61-81.

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. *Liturgia de rádio e televisão:* conclusões de quatro encontros nacionais. 2. ed. São Paulo: Paulus, 1994. (Estudos da CNBB, 33)

COSTA, S.; BRENER, J. Coronelismo eletrônico: o governo Fernando Henrique e o novo capítulo de uma velha história. *Comunicacão & Política,* v. 4, n. 2, p. 29-53, maio-ago. 1997.

CUNHA, M. As igrejas e o uso do rádio e da televisão: a formação de uma nova cultura religiosa. In: BEOZZO, J. O. (Org.). *Curso de verão:* ano XIX: comunicações: ética e cidadania. São Paulo: Paulus, 2005, p. 89-114. (Coleção teologia popular).

DARIVA, N. (Org.). *Comunicação social na igreja*: documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003.

DELLA CAVA, R., MONTEIRO, P. ...*E o verbo se faz imagem*: Igreja católica e os meios de comunicação no Brasil: 1962-1989. Petrópolis, Vozes, 1991.

DICIONÁRIO da TV Globo, v. 1: programas de dramaturgia & entretenimento. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2003.

DIDONÉ, I. O agente da comunicação e seu lugar social. In: SOARES, I. O. (Org.). *Como organizar a pastoral da comunicação.* São Paulo: Paulinas, 1989. p.73-82.

FESTA, R. Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa. In: FESTA, R., SILVA, C. E. L. (Org.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil.* São Paulo: Paulinas, 1986. p. 9-30.

GOMES, P. G. *A comunicação cristã em tempo de repressão*: a história da UCBC de 1970 a 1983. São Leopoldo: Unisinos, 1995.

_____. Decifra-me ou te devoro... sobre a evangelização e a mídia do ponto de vista da comunicação. *Perspectiva Teológica*, Belo Horizonte, v. 34, n. 94, p. 334-350, set./dez. 2002.

GOMES, P. G., PIVA, M. C. (Org.) Participação popular para democratizar a comunicação. In: _____. *Políticas de comunicação:* participação popular. São Paulo: Paulinas, 1988, p. 9-11.

_____. *Políticas de comunicação:* participação popular. São Paulo: Paulinas, 1988.

GOMES, W. *Transformações da política na era da comunicação de massa*.São Paulo: Paulus, 2004.

HOINEFF, N. *A nova televisão*: desmassificação e o impasse das grandes redes. Rio de Janeiro, Relume Dumará, 2001.

JEANNENEY, J. N. *Uma história da comunicação social.* Tradução Catarina Gandara e Ana Isabel Silva. Lisboa: Terramar, 1996.

JEANNENEY, J. N. A mídia. In: REMOND, R. (Org). *Por uma história política*. Tradução Dora Rocha. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2003. p. 213.

KATER FILHO, A. M. *O marketing aplicado à Igreja católica.* São Paulo: Loyola, 1994.

LIMA, V. A. *Mídia*: crise política e poder no Brasil.São Paulo: Fundação Perseu Ábramo, 2004.

LIMEIRA, M. B. S. *Comunicação e diálogo na Rede Vida:* um olhar interacionista sobre o jornalismo. 2006. 506 f. Tese (Doutorado)-Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

LORSCHEITER, I. Comunicação, igreja e Estado na América Latina. In: SOARES, I. O., PUNTE, J. T. (Org.). _____. São Paulo: Paulinas, 1985. p. 13-19.

MACHADO, A. *A televisão levada a sério.* 2.ed. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

MAINWARNING, S. *Igreja católica e política no Brasil, 1916-1985.* São Paulo: Brasiliense, 1989.

MARIZ, C. L. A “Rede Vida”: o catolicismo na TV. *Cadernos de Antropologia e Imagem,* Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 41-55, 1998.

MARQUES, L. H. *Rede Vida de Televisão*: análise da prática comunicacional da Igreja Católica no Brasil a partir de um referencial. 1999. 134 f. Dissertação (Mestrado)-Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 1999.

MARTINS, M. A. O histórico legal das comunicações no Brasil e a tramitação do código brasileiro de telecomunicações. In: RAMOS, M. C.; SANTOS, S. (Org.). *Políticas de comunicação:* buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus, 2007. p. 305-330.

MELO, J. M. Igreja e comunicação. In: SOARES, I. O., PUNTEL, J. T. (Org.). *Comunicação Igreja e Estado na América Latina.* São Paulo: Paulinas, 1985.

MELLO, M. L. T., BATTAZZA, M. H. F. (Org.). *Caderno pedagógico*: 4° tema gerador: a comunicação humana: subsídios de 1ª a 8ª série. São Paulo: Paulus, 1995. (Projeto para o ensino religioso das escolas públicas; 4)

MONTES, M. L. As figuras do sagrado: entre o público e o privado. In: SCHWARCZ, L. M. (Org.). *História da vida privada no Brasil.* São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p. 63-171.

NEOTI, C. Políticas de comunicação e Igreja na América Latina. In: GOMES, P. G., PIVA, M. C. (Org.). *Políticas de comunicação*: participação popular. São Paulo: Paulinas, 1988. p. 39-50.

PEREIRA, A. C. *Família e televisão*: amigas e aliadas. São Paulo: O Recado Editora, 1994.

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

SOARES, I. O. *Do santo ofício à libertação:* o discurso e a prática do Vaticano e da Igreja Católica no Brasil sobre a comunicação social. São Paulo: Paulinas, 1988.

SOARES, I. O., PUNTEL, J. T. (Org.). *Comunicação Igreja e Estado na América Latina*. São Paulo: Paulinas, 1985.

SOARES, I. O. Rede Vida de Televisão: interatividade e produção independente. *Revista de Comunicação e Educação*, São Paulo, n. 1, p. 110-112, set./dez. 1994.

SOUZA, A. R. *Igreja in concert:* padres cantores, mídia e marketing. São Paulo: Anablume, 2005.

SOUZA, M. V. *As vozes do silêncio*: o movimento pela democratização da comunicação no Brasil. Paris: Fondation pour le progrès de l´homme; Florianópolis: Diálogo, 1996.

VALLE, E. A renovação carismática católica. Algumas observações. *Estudos Avançados,* São Paulo, v. 18, n. 52, set./dez. 2004. Disponível em: <www.scielo.br/scielo>. Acesso em: 30 abr. 2010.

WANDERLEY, L. E. W. Os caminhos da comunicação na igreja. In: SOARES, I. O., PUNTEL, J. T. (Org.). *Comunicação Igreja e Estado na América Latina*. São Paulo: Paulinas, 1985.

WOLTON, D. *Elogio do grande público*: uma teoria crítica da televisão. Tradução de José Rubens Siqueira. São Paulo: Ática, 1996.