

PADRES CANTORES E A MÍDIA: REPRESENTAÇÕES DA IDENTIDADE SACERDOTAL

Sílvia Regina Alves Fernandes - CERIS - Brasil

Resumo. A presença de padres midiáticos no Brasil tornou-se mais intensa durante os anos de 1990 e, para alguns analistas, essa presença tem contribuído para o surgimento de novas vocações religiosas. Este artigo é parte de um estudo qualitativo com jovens no Rio de Janeiro sobre as motivações para serem padres e freiras. Procuo trabalhar suas opiniões sobre a atuação dos padres midiáticos. Fica evidente que há por parte desses jovens uma crítica à exposição midiática dos padres. Por outro lado, enquanto os rapazes preocupam-se com a perda de conteúdos doutrinários ou da mensagem cristã, as moças criticam a "busca de status" dos padres por meio da mídia. Verifica-se uma tensão no discurso dos/as jovens sobre a relação que deve ser estabelecida entre a Igreja Católica e os meios de comunicação. A defesa da preservação da tradição é apontada, principalmente no discurso masculino.

Palavras-chave. padres católicos, mídia, vocação, juventude.

Abstract. The presence of priests in the media in Brazil became more intense during the years of 1990 and for some analysts, this presence has contributed for the sprouting of new religious vocations. This article is part of a qualitative study with young in Rio de Janeiro on the motivations to be priests and nuns. I try to work its opinions on the performance of the priests in the media. It is evident that it has on the part of a this young critical one to the media exposition of the priests. On the other hand, while the youngsters are worried about the loss of doctrinal contents or of the Christian message, the young women criticize the "search of status" of the priests by means of the media. A tension in the young`s speech is verified on the relation that must be established between the Church Catholic and the medias. The defense of the preservation of the tradition is pointed, mainly in the masculine speech.

Keywords. Catholic priests, media, vocation, youth.

A década de 90 assistiu a um grande espetáculo da fé no sentido literal. A figura do padre de meia idade na sacristia e atrás do altar é substituída no imaginário social por homens jovens e sorridentes, com grande poder de comunicação e utilizadores da música e da mídia como os principais veículos de transmissão da mensagem religiosa. Os programas televisivos de domingo passaram a abrir espaço para mais um artista: o Padre Marcelo Rossi, jovem, bonito e atlético, figura que contrasta radicalmente da imagem de sacerdote presente no imaginário dos brasileiros .

A partir de então, embora já existissem padres cantores nas décadas anteriores , este novo modelo de padre diferencia-se do anterior principalmente pelo uso da mídia, mas não apenas isso. O conteúdo da mensagem religiosa veiculada através da música parece também assumir novos tons. Aqui, o que se privilegia é o ritmo e a capacidade de mobilizar emocionalmente tornando a adesão religiosa uma opção prioritariamente emocional, sem grandes elaborações da mensagem doutrinal.

Padres como Marcelo Rossi podem ser considerados lideranças carismáticas no sentido dado por Weber que significa o líder auto-indicado, possuidor do dom da graça e seguido por aqueles que se encontrariam em estado de desgraça. (GERTH;MILLS, 1982, p.71). Para Weber o que importa na avaliação de uma liderança carismática é exatamente o modo como os adeptos ou os "carismaticamente dominados" o avaliam, (WEBER, 1998, p.159). A relação dos fiéis com Pe. Rossi se estabelece pautada no reconhecimento de seu carisma em virtude das "provas" ou dos sinais que ele transmite aos adeptos. Tais sinais podem se consolidar simplesmente, segundo Weber, pela sensação de bem-estar dos fiéis.

Contudo, vemos nos depoimentos contidos nos sites e através de programas de rádio onde o Pe. Marcelo atua, que os fiéis enfatizam seu poder comunicacional, ou a eficácia de sua oração. Uma moça candidata a tornar-se freira faz menção a esse aspecto em seu depoimento.

Outro fator importante para o sucesso desses padres é a aproximação com as pessoas nos ritos religiosos e fora deles. Assim, o não distanciamento entre padres e fiéis parece ser um elemento catalisador de simpatia junto aos católicos. Nesse sentido, as missas promovidas em estádios e palanques incluindo a participação de artistas têm um papel preponderante.

Por outro lado, não há consenso nos meios eclesiais a respeito do papel destes padres e nem mesmo se este modelo de sacerdócio estaria representando apenas uma tendência no catolicismo, a saber, a RCC (Re-

novação Carismática Católica). Fala-se em vários tipos de padres no sentido weberiano, indicando que não há mais um modelo de sacerdote, mas vários, "orientados para a missão", "especialistas", "midiáticos" etc. Outras críticas sobre o novo modelo de padre e sua incursão na mídia são realizadas por sacerdotes, conforme foi observado no documento do 9º Encontro Nacional de Presbíteros.

Há cinco anos, uma revista veiculou a matéria intitulada "o jeito moderno de ser padre" onde sacerdotes no sertão pernambucano conjugam o ser padre com atividades como vaqueiro, dançarino, músico, jogador de futebol e artista plástico. Estes sacerdotes estão - ao mesmo tempo em que exercem essas atividades - dirigindo suas paróquias e prestando os serviços tradicionais de sua primeira função. Por outro lado, criticam o tipo de prática sacerdotal de Marcelo Rossi afirmando: "O Marcelo Rossi agrada apenas a um determinado tipo da sociedade. Ele explora a questão da espiritualidade e esquece da cidadania. Não desce onde nós descemos". O padre Jorge Adjan tem 42 anos e informando ter recebido influências de teólogos e religiosos como Leonardo Boff e D. Hélder Câmara, afirma: "Quando me visto de vaqueiro e participo das vaquejadas sou mais um no meio do meu povo".

Note-se que, não é possível analisar os padres cantores de modo homogêneo e a partir de modelos difundidos indiferenciadamente. Na verdade, o que parece é que cada padre cantor procura imprimir a própria marca ou estilo na performatização de sua vivência sacerdotal, defendendo seus modelos de vinculação ao catolicismo, embora apregoem a universalização da instituição católica.

O efeito de padres com carisma na vida dos crentes pode se consolidar com certo tom heróico ou redentorista na medida em que aqueles tentam garantir o retorno de pessoas que abandonaram o catolicismo à instituição; procuram trabalhar a dimensão da cura física e espiritual e ainda fortalecer os vínculos entre o fiel e a religião.

Com a proliferação dos "novos padres" ou novos modelos de padre e, simultaneamente o crescimento das vocações masculinas nos seminários brasileiros, a pergunta sobre a existência de uma correlação entre essas variáveis afluou. Agentes eclesiais, leigos, e a própria mídia começaram a associar o crescimento das vocações masculinas à figura de padres famosos, ressaltando a visibilidade pública do padre como um fator motivador de vocações. A situação de padres cantores com alta incursão na mídia é indicada pela literatura apenas como um fenômeno brasileiro. Não há registro seguro de

que em outros países latino-americanos ou europeus se verifique a mesma situação.

Este artigo analisa a opinião de rapazes e moças vocacionados ou candidatos a serem padres e freiras a respeito dos padres midiáticos. Veremos que os seminaristas parecem consonantes quando analisam o tipo de relação que deve ser estabelecida entre a Igreja e a mídia, independente de sua simpatia ou não pelo Pe. Rossi ou outros padres cantores. Alguns jovens, tanto no grupo feminino quanto no masculino, são reticentes ao analisar a atuação dos padres cantores na mídia. Desse modo, parece prematuro associar grosseiramente o aumento em números absolutos de seminaristas, à influência exercida por padres midiáticos, sem considerar outras variáveis (ambiente familiar, trajetória religiosa) para o ingresso nos seminários e conventos.

Contudo, parece razoável afirmar que a popularização da figura do padre brasileiro através da mídia pode catalisar a procura dos seminários, ainda que os jovens não intentem ser padres cantores, ou ainda que apresentem reticências quanto ao excesso de exposição midiática.

Em estudo recente para a CNBB (Conferência Nacional dos Bispos no Brasil) o sociólogo Pedro Ribeiro de Oliveira (2001, p.165) argumenta que muitos vocacionados hoje não foram "escolhidos" mas eles mesmos se escolheram a partir da influência de determinados modelos de padre difundidos pela mídia. O autor parece assumir a existência de uma escolha divina para a vocação sacerdotal e, no caso das vocações motivadas pelos padres midiáticos, os jovens não teriam sido "escolhidos" por Deus, mas estariam realizando uma escolha sem possuírem a vocação para tal modelo de vida.

É preciso destacar, entretanto, que assumo a vocação religiosa como algo construído socialmente a partir da trajetória dos rapazes e moças, e ainda de condições subjetivas. Nesse sentido, não podemos falar da escolha pelo modelo de vida sacerdotal a partir da consideração de um certo determinismo divino que elegeria certos rapazes para a vida sacerdotal e não outros.

Informe metodológico

Os rapazes e moças foram entrevistados a partir de um roteiro semi-estruturado no qual eles eram estimulados a falar sobre o tema de maneira

ampla. As entrevistas eram individuais e foram agendadas previamente no ambiente em que eles estavam (seminários ou casas de formação, no caso dos rapazes e moças vinculados a congregações religiosas). Para o agendamento das entrevistas contatei primeiramente os responsáveis pelos seminários e casas de formação. Na maioria das vezes, eles consultavam os jovens se desejariam fornecer a entrevista e a partir da concordância, as mesmas eram agendadas. A maioria delas transcorreu em um clima cordial durando cerca de uma hora e meia.

Alguns rapazes e moças assumiam um tom mais confessional, demonstrando uma maior espontaneidade nas respostas. Todas as entrevistas foram gravadas e transcritas posteriormente, permitindo a análise comparativa dos relatos agrupados em grandes categorias. Para esse estudo não foi realizado trabalho de campo junto aos informantes.

Os seminaristas e os padres cantores

Solicitei aos meus informantes que opinassem a respeito do tema "padres cantores ou midiáticos". Meu objetivo foi identificar as interfaces que poderiam ser estabelecidas entre o desejo de tornarem-se padres e a figura de sacerdotes famosos, em particular o Pe. Marcelo Rossi. Entre as moças essa informação funciona como controle do discurso dos rapazes e apresenta variações importantes. Alguns seminaristas salientaram sua admiração pelo Pe. Marcelo Rossi e vários apresentaram uma visão positiva dos padres cantores, mas em geral, chamam a atenção para o tipo de relação que se deve estabelecer com a mídia, ou seja, cantar é bom, mas a exposição midiática, nem sempre. No conjunto de entrevistados as opiniões perfazem o seguinte quadro: 6 avaliam positivamente os padres cantores (Marcos, Jonas, Josafá, Wagner, Juliano e Rivaldo). Nesse grupo a maioria pertence a institutos ou ordens religiosas e apenas dois estão vinculados a seminários diocesanos; 5 são mais críticos (França, Josué, Neto, Alcir e Walmar). Aqui temos três diocesanos e dois religiosos; 2 não opinaram (René e Júnior, ambos diocesanos) e 3 se mostraram ponderados (Flavio, Fabiano e Lucas), sendo dois diocesanos e um religioso respectivamente.

Dentre os 6 rapazes que avaliaram positivamente os padres cantores, a metade é também favorável ao Movimento de Renovação Carismática Católica (RCC). Os outros três que concordam com o posicionamento dos padres cantores foram mais ponderados ao posicionarem-se frente a RCC.

Ver-se-á, entretanto, que a avaliação positiva não exclui algumas restrições à atividade dos sacerdotes midiáticos. Como mencionei, a exposição midiática não é vista com muitos bons olhos pelos seminaristas. Essa é, por exemplo, a visão de Josafá, que associa o trabalho dos padres cantores a uma estratégia católica frente ao avanço dos pentecostais. Esse dado é avaliado positivamente, mas Josafá adverte para que se imprima equilíbrio entre o trabalho evangelizador realizado através dos veículos de comunicação e o "ministério" do padre.

Desde que não seja um exagero, faz parte, porque se você for analisar os evangélicos, hoje tem muitos discos aí tocando, muito sucesso, eles saíram muito mais na frente do que nós, então eu acho que com os padres na mídia, os padres cantores, está ajudando também a arrebancar muito rebanho no sentido, de trazer muitos católicos de volta. Porque se você liga a televisão hoje na Bandeirantes 8:30, você vê lá um pastor falando, eu acho que nós estamos perdendo nesse sentido, que a Rede Viva, a Canção Nova há muito pouco tempo que estão divulgando mais o evangelho. Então eu acho que deveria ter mais padres, mais irmãs, não só padres, irmãs também vestir a camisa nesse sentido, porque acho que não tem nada a perder quando a coisa é feita com moderação, pior é quando você cai na escravidão do mundo inteiro, no sentido que você vai fazer show, você vai direto pra televisão e esquece que seu ministério é atender o povo, seu ministério é rezar a liturgia das horas. Então quando você concilia as duas coisas...(Josafá, 28, religioso, Teologia).

Um risco que estaria associado à atuação dos padres cantores é assinalado por Rivaldo. Para ele, pode ocorrer a superficialidade no sentido de não se conjugar bem o ensinamento religioso e a música. Contudo, não vê problema em o padre utilizar-se da atividade de cantor como forma de veiculação da mensagem religiosa.

Eu também acho algo muito positivo... quando o padre tem esse dom de cantar também, é uma arma, entre aspas, que ajuda muito na evangelização. [...], mas ocorre o risco do padre se prender um pouco a isso, então, se dedicar muito mais a questão da música, da canção pra atrair o povo, mas ficar somente numa, como posso dizer? Não algo de profano, na superficialidade, então, atrai o povo, mas não tem um conteúdo pra coisa...(Rivaldo, 24, religioso, Teologia).

Dentre os cinco seminaristas que se posicionaram mais criticamente a respeito dos padres cantores, apenas um se mostrou mais crítico em

relação à RCC. É o caso de França. Os outros quatro apresentaram anteriormente visões ponderadas sobre o Movimento de Renovação Carismática. Ressalte-se que as críticas feitas aos padres cantores podem ser resumidas na questão da "superficialidade" ou "falta de conteúdo doutrinário ou teológico" e no tema da manipulação midiática. Nesse sentido, nossos seminaristas são bastante críticos ao papel da mídia o que permite que vejamos aí um certo aliamento às teses Frankfurtianas de Indústria cultural (HORKHEIMER & ADORNO, 1985, pp.112-156).

Por outro lado, há que se destacar um outro aspecto constituído pela separação das esferas sociais. Daí depreende-se que a religião e a mídia ainda não se constituem para o corpo hierárquico católico como uma parceria bem aceita. Trata-se de um processo de intercessão ainda complexo e mal assimilado pelos agentes do catolicismo. O que parece estar por trás dessa rejeição é a velha dicotomia entre espaço profano e espaço sagrado e entre a modernização ou o tradicionalismo, já superada há muito por Igrejas pentecostais e neopentecostais. Vejamos como se constrói o discurso crítico de alguns seminaristas:

Neto não critica propriamente a incursão dos padres na mídia, mas o mau uso deste espaço. Para ele seria importante transmitir bons conteúdos sem que uma imagem deturpada de sacerdote fosse veiculada.

Eu acho que os meios de comunicações pra Igreja são importantíssimos. Acho que uma rádio comunitária, uma TV... ma eu acho também que tem que ser usada com uma certa inteligência. Não é você ir pra lá e cantar e quando abre a boca fala um monte de besteira. Eu acho que também tem que saber usar[...] Porque sendo padre, você é um padre da Igreja, você está vinculado à Igreja e não a um meio de comunicação a um... te chamam e você tem que largar a Igreja e ir pra lá. Então eu tenho muitas críticas sobre isso. Por outro lado, é errado também você. dizer, vincular que muitos padres só porque cantam músicas da RCC, isso não quer dizer que eles sejam do movimento de RCC [...], é importante que o padre vá a uma emissora de rádio, vá, mas eu acho muito fundamental também que ele tenha tido no seminário uma formação para que ele possa falar porque tem conhecimento. Senão, falar besteira por besteira, qualquer um falaria. (Neto, 25, diocesano, Teologia).

Aqui se evidencia que pode não ocorrer uma rejeição necessária à mídia como um veículo que contribui para a expansão da mensagem religiosa, mas antes a uma certa escala de prioridades que poderia levar o padre a optar pela atuação midiática em detrimento da vida paroquial ou comuni-

tária. A ênfase na pertença institucional também aparece no discurso de Neto ao ressaltar a necessidade de que se esteja "vinculado à Igreja". Esse rapaz teve uma participação ativa na RCC antes do ingresso no seminário diocesano e certamente essa participação fez com que sublinhasse a diferenciação entre o Movimento e o Pe. Marcelo Rossi. Cabe destacar, entretanto que não se pode negar a aproximação entre Pe. Marcelo e a RCC já que é ele próprio quem declara a atuação no Movimento como parte de sua trajetória religiosa. Assim, Pe. Marcelo difunde um tipo de conteúdo religioso próprio dessa tendência.

A crítica de Walmar, outro seminarista diocesano, se consolida pela estetização da figura do padre que pode ser intensamente marcada por um estilo "sedutor" que se oporia ao de santidade. Se observarmos atentamente os sites dos padres e religiosos cantores, veremos que há estilos diferenciados. Há os que se assemelham a pastores evangélicos, trajados socialmente; há os que privilegiam o traje oficial usando sempre a túnica e estola, como é o caso dos padres Rossi e Antonio Maria. Há os que adotam acessórios tais como chapéus, ou outros que imprimem uma marca diferenciada e secular às suas figuras. Assim, Walmar não se opõe à atividade dos padres cantores, mas sim à exposição midiática que pode fazer com que os próprios padres percam a identidade religiosa e adentrem em um "mundo" que não lhes pertence.

Olha, enquanto eles cantam para evangelizar eu aplaudo [...] agora, por exemplo, tem um padre aí que eu gostaria até de... sou tentado a escrever para ele, é Fábio de Melo, no CD dele ele parece o Fábio Júnior, sabe? Assim e tal, eu fiquei pensando assim, eu queria escrever pra ele e perguntaria pra ele: "Porque está com essa pinta de sedutor?..." Entendeu? Eu acho que não precisa, nosso mundo não é esse. É vender, é vender com o único objetivo de evangelizar, que a palavra de Deus chega mais, enraíza, através da música ela chega muito melhor, isso é verdade. Então eu fico preocupado se esses sacerdotes não estão confundindo as coisas, entraram aí na mídia e estão sendo engolidos por ela, quer dizer, então eu volto a dizer, enquanto missionário, aquele que através do canto, leva a Jesus, tem todo o meu carinho, eu compro o CD, entendeu? Agora, se está partindo pra outra vaidade, outras coisas assim que a mídia propõe, aí eu já começo a botar...[...] Já tenho as minhas reservas, já não compraria mais o CD... (Walmar, 34, diocesano, Teologia).

Alcir apresentou uma concepção bastante crítica da relação entre os padres e a mídia. Este seminarista se posicionara de forma ponderada quanto a RCC, embora tenha contribuído na fundação de um grupo de oração.

Seu discurso expressa uma visão negativa da mídia como manipuladora, seguindo a linha de outros seminaristas. Por outro lado, Alcir crê que a mídia pode ser uma importante aliada para a difusão da mensagem cristã, revelando certa ambivalência em seu discurso.

Olha, como eu falei a mídia é um meio muito importante nas mãos da Igreja [...], só que se a gente perceber existe por trás um grande proveito né, de alguns padres, religiosos que estão na mídia. Então a mídia aproveita dessas pessoas, aproveita da boa vontade dessas pessoas para poder vender imagem. Hoje existe imagem de padre, quadros de padres né, que parece Santíssima Trindade e ele no meio, Nossa Senhora de um lado e São José... Jesus do outro... [...], ou então o quadro da Sagrada Família São José, Nossa Senhora e ele no meio parece que ele está tomando o lugar de Jesus. (- Esse quadro é do padre Marcelo que você está falando?) Existem muitos por aí, coitados! Então o que nós devemos tomar cuidado como Igreja [...] Então, nós como Igreja devemos investir muito nos meios de comunicação é em rádios, em TV, em jornais em tudo isso, aproveitar esse... algo bom que nós temos pra poder evangelizar. [...] agora o que nós devemos tomar cuidado como Igreja, como pastores né, seja aqueles que já abraçaram sua vocação como pastores, nós leigos, devemos tomar cuidado é que essa mídia aproveita de nossa boa vontade e quer vender, não quer passar a mensagem bíblica [...](Alcir, 22, religioso, Filosofia).

Vários autores (MARIZ, 1995; MACHADO&FERNANDES, 1998; FERNANDES&PITTA, 2002; PESSINATI, 1998; MARIANO, 1998) já salientaram que a Igreja católica vêm mudando de posição no tocante à relação com os meios de comunicação e um dos fatores que tem catalisado sua incursão na mídia é certamente a presença arrojada de lideranças evangélicas em programas veiculados em rádio e TV.

Um estudo recente analisou a opinião de católicos e não católicos nas seis principais regiões metropolitanas brasileiras a respeito da programação religiosa no rádio e na TV. A missa televisiva é conhecida por 75,4% dos católicos e 65,8% dos não católicos. Entretanto, quando perguntados sobre a audiência a essa programação, 53 % dos católicos e 64,9% dos não católicos não possuem o hábito de assisti-la.

Quanto à programação evangélica na TV, o estudo mostrou que a proporção de católicos que a conhece é praticamente a mesma de não católicos, chegando a 57% em ambos os grupos. Porém, quando avaliados sobre a audiência a esses programas, 84% dos católicos e 68% dos não católicos declararam não assisti-los.

Ao que tudo indica, a ambigüidade da presença institucional do catolicismo na mídia ainda perdurará, além de caracterizar-se por um desejo de diferenciação frente a outras programações sobretudo evangélicas, e pela diferenciação frente aos modelos de programação padronizados pelo mundo secular. Ainda que exista hoje no Brasil três canais de televisão ligados à Igreja católica estes não apresentam uma linguagem que atinja grande parte da população. Na pesquisa supra-citada a TV Canção Nova é assistida por apenas 8,8% dos católicos e por apenas 2% dos não católicos nos grandes centros urbanos. A Rede Vida assegura uma melhor aceitação por parte dos católicos entrevistados, sendo assistida por 22,6% deles e por 6,4% dos não católicos.

Analisemos as opiniões dos rapazes que assumiram um posicionamento mais ponderado frente à relação entre os padres cantores e a mídia. A opinião de Flavio a respeito da Renovação Carismática foi favorável. Já em relação aos padres cantores ele mostrou-se mais reticente. Flavio brinca afirmando que seu bispo considera que todo padre tem que saber cantar, o perigo, entretanto, não estaria circunscrito ao universo midiático, mas à escala de prioridades que já mencionamos, na qual os "objetivos primeiros" da missão sacerdotal venham a ser colocados em segundo plano.

Dom X dizia em uma das homilias agora há umas semanas atrás." Todo padre precisa saber cantar, é importante que o padre saiba cantar". Porque ele na sua comunidade é o animador, ele vai lidar com o dado da formação. Então ele tem que saber cantar. Precisa trabalhar a voz. [...]. Tem que ter técnica, ter exercício vocal, mas ser cantor? Aí já é outra coisa! A gente não pode subjugar os ideais. O meu ideal é ser santo vivendo o meu sacerdócio, volto ao que eu disse no início. Eu preciso colocar os meios... Esse meio aqui tá bom. Eu vou cantar, vou fazer cinco CDs, vou arrecadar dinheiro para as obras sociais da Igreja, para outras finalidades maiores, mas eu tenho que ter cuidado pra ver se este meio não está comprometendo o meu objetivo [...]. Não vamos inverter as coisas.[...]. Eu percebo que é assim, às vezes eu percebo que o camarada esta aí cantando, cantando - cantando e encantando - porém se aquilo dali esta comprometendo a realidade dele, está comprometendo a vida espiritual, está comprometendo o objetivo a que ele se lança, não está bem. E a gente vê, conhecendo um amigo ou outro aqui no Rio de Janeiro (Pe. Zeca). O nosso amigo de São Paulo (Pe. Rossi) a gente percebe que, em determinados momentos, compromete sim! Então ainda que seja um talento, ainda que seja um dom... [...]Não pode ocupar, não pode se tornar o objetivo e nem estar a frente do objetivo a que Deus nos chama. (Flavio, 23, diocesano, Teologia).

Lucas considera positiva a relação com a mídia, mas assinala alguns riscos que podem ocorrer quando se prioriza a emoção ou o sentimentalismo na mídia carismática. Ele havia se posicionado também de forma ponderada ao analisar a RCC. Lucas compara a atuação da Igreja católica com a das Igrejas protestantes acreditando que estas últimas teriam uma atuação mais profissional. Perguntado sobre o papel dos padres cantores, ele afirma em tom de brincadeira:

Não sou cantor, não sei cantar, mas eu acredito que a música também seja um instrumento de evangelização muito válido, há uma questão que eu tenho, às vezes realmente eles se deixam levar apenas por essa emotividade, alguns padres, muito emotivos, trabalham apenas a emoção, sentimentalismo, [...] Eu acho positivo (a relação com a mídia), realmente nós chegamos um pouco atrasados em relação aos protestantes nessa questão da mídia, os protestantes saíram bem na frente disso também... [...] enquanto nós ficamos muito pra trás disso, mas estou defendendo talvez um profissionalismo maior, porque a (Igreja) Universal é um profissionalismo, [...] enquanto eu vejo que a relação católica com a mídia até agora não está profissional, talvez por esse excesso de sentimentalismo que está dominando os meios de comunicação na área católica é a RCC, está muito sentimentalismo, muito aquela separação entre o que é sagrado e o que é profano [...] (Lucas, 25, religioso, Teologia)

Fabiano destaca que o lado positivo de ser um padre cantor é o fato de que as pessoas passam a ver a figura do padre como alguém humano, que tem família, história, amigos e está também envolvido com a sociedade. Porém, o aspecto negativo seria o risco da criação de ídolos e um certo reducionismo de que o padre Marcelo representaria o modelo ideal de padre. Seu discurso aponta ainda a possibilidade de que a visibilidade do padre na mídia confunda os espectadores já que não há um certo filtro acerca de quais deveriam ser os programas onde a presença do padre cantor seria importante.

Eu acho que não se pode confundir e nem se criar ídolos, então uma coisa que me incomodava muito, às vezes, quando eu entrei no seminário: "Ah, você vai ser igual ao padre Marcelo..." Não [...]. eu canto só no chuveiro e olhe lá, só pra matar os seminaristas! E as pessoas, às vezes, confundem muito isso. Então elas criam protótipos e assim, às vezes, ídolos mesmo, então padre bom é o padre como o padre Marcelo, isso às vezes é problemático porque faz com que as pessoas rejeitem às vezes os padres que tem na paróquia, que as vezes são excelentes sacerdotes mas não tem as aptidões que o padre Marcelo tem [...] mas são excelentes padres, estão exercendo

muito bem o seu ministério, com as suas características e os seus carismas específicos, então me incomodava muito quando alguém fazia essas comparações [...] é bom que se mostre que isso não é o modelo, pra que? Pra que outros jovens não achem que agora não podem ser padres que eles não são como o padre Marcelo Rossi, como o padre Zezinho, como outros...(Fabiano, 23, diocesano, Teologia).

Pode-se extrair das opiniões dos seminaristas que ser padre cantor não se consolida necessariamente como um fator de atração para a vida sacerdotal e, como indica o discurso de Fabiano, pode funcionar como um fator de rejeição para os que não se sentem dotados pela capacidade de cantar. Por outro lado, observa-se a existência de uma tensão entre a incursão na mídia e a propagação da mensagem cristã. Os seminaristas analisam positivamente a abertura aos meios de comunicação, mas se preocupam com a possibilidade destes meios produzirem uma espécie de deformação da figura do padre ou da mensagem religiosa a ser veiculada.

As imagens veiculadas pela mídia produzem um forte efeito de evidência capaz de suscitar emoções coletivas (BOURDIEU, *et. al*/2001, p.64). Nesse sentido, a mídia contribuiria na criação da realidade que pretende descrever. Em se tratando dos padres midiáticos, pode-se pensar que o principal efeito de evidência produzido é a imagem do padre como alguém que toca em questões que permeiam o cotidiano dos fiéis e podem se mostrar também por meio de veículos seculares, produzindo a sensação de proximidade e estreitando as relações entre a instituição e o fiel.

Passemos à análise do discurso do grupo feminino.

As vocacionadas e os padres cantores

No universo feminino, percebemos uma divisão de opiniões. 6 moças se mostraram contrárias à atuação dos padres cantores e outras 6 são favoráveis; 5 demonstraram uma visão mais ponderada a respeito desse tema e duas delas preferiram não opinar.

As que se mostraram contrárias apresentaram argumentos que criticam a busca de prestígio pessoal através da mídia e a superficialidade da veiculação da mensagem cristã. Nesse grupo, três delas, se opuseram também a RCC. As demais expressaram opiniões mais ponderadas frente ao Movimento.

Alcinda que se autodeclarou afinada com a Teologia da Libertação, radicaliza sua análise dos padres midiáticos e se mostra incomodada com o tema.

Sem comentários, sem comentários. Não perco tempo pra ver, não gasto tempo pra ver não, eu prefiro ver show do Roberto Carlos. A música tem mais conteúdo. Aí o padre Zeca fica lá cantando Deus é dez... Deus é mil, Deus é tudo, Deus não é só dez não, Deus é tudo...(Alcinda, 35, noviciado).

Estas moças que se opuseram ao trabalho dos padres cantores não pautaram a exposição à mídia em suas críticas, mas antes na idéia de um certo desperdício do veículo para uma evangelização mais eficaz. É o que sugere a opinião de Joana.

Eu penso assim, quando eles usam a música - porque a música atrai as pessoas- os fiéis são atraídos pela música, então, quando a partir do momento que eles atraem, eles conseguem fazer, dar uma catequese para essas pessoas, não ficar só na música, na dança, no louvor [...] já que ele conseguiu reunir tantas pessoas, aproveitar esse momento pra instruir, mesmo porque as pessoas estão precisando disso, ser instruída na fé, dar uma direção de vida, [...], pra mim isso é bem recebido. Agora, quando é só ficar lá cantando, fazendo show, entende? Certos padres cantores deveriam aproveitar mais... mesmo com aquela massa que eles têm na mão ali, pra catequizar, pra evangelizar...(Joana, 33, noviciado).

Gilda é da mesma forma crítica e ressalta o aspecto da imagem do padre pop-star, além de criticar o posicionamento dos padres cantores diante das injustiças sociais. A opinião de Gilda destaca aspectos que considera "alienantes" na atuação de alguns padres cantores, sem, contudo generalizar essa categoria. Assim, ela mantém sua opinião que associa a RCC à alienação e omissão frente ao sistema socioeconômico.

[...]. O padre cantor ele pode evangelizar. Só que ele tem que lembrar que a missão dele não é ser estrela. Não é ser show, sabe? Fazer de uma celebração eucarística uma banalização, um show [...]. Mas o povo vai pra ver o padre, o povo vai porque o padre é uma estrela. É como se virasse um cantor [...], um cantor de rock. POP. É... um superstar, sabe? Eu particularmente não sou adepta dessa questão dos padres cantores. E também eu vejo assim, que existe uma grande diferença entre um padre cantor e outro. [...]. Se o padre é cantor, o padre Marcelo, por exemplo, ele atinge milhares de pessoas. E porque não, naquele momento, ele fazer um anúncio ou uma denúncia da questão da vida hoje, da necessidade da urgência da vida. Ele faz a vontade,

não sei se de propósito ou não, mas ele faz a vontade do governo, que é alienar o povo. Do sistema dominante. Por que ele está na mídia? Por que ele está no auge? Ele não se apresenta como um sinal profético no meio dessa situação que a gente vive. [...]. Eu não sou contra não. Acho que cada um evangeliza do seu jeito, da forma que acredita, mas também não vou aderir a um tipo de coisa dessas não, um padre Marcelo da vida, por exemplo, entende? (Gilda, 22, noviça).

Observa-se que o discurso sobre a alienação popular elucida o posicionamento do catolicismo da libertação, assimilado fortemente por Gilda. Primeiramente ela afirma ser contrária a esse modelo de padre e, em seguida, tenta assumir um posicionamento mais imparcial ao afirmar que "cada um evangeliza do seu jeito". Seu discurso não deixa dúvidas acerca de sua rejeição a esse modelo de sacerdote.

Entre os seminaristas, a percepção da atuação midiática dos padres cantores como um reforço ou cumplicidade com um sistema socioeconômico desigual é realizada apenas por um rapaz que destaca o caráter "fetichista" deste tipo de atuação midiática.

Entre as moças há ainda a crítica a uma busca de prestígio pessoal por parte dos padres que recorreriam à mídia para tornarem-se cantores populares, artistas, deixando de lado uma utilização dos meios de comunicação como um recurso ou um instrumento à evangelização. Esse aspecto foi destacado também por alguns seminaristas.

As seis moças que expressaram opinião favorável quanto aos padres cantores e a mídia possuem um discurso que enfatiza a importância do louvor e da alegria transmitida por eles nas celebrações. Dentre essas vocacionadas, 5 opinaram positivamente também em relação a RCC. Nesse sentido, tendem a associar o Movimento a esse novo modelo de padre, concepção que diverge, em grande parte, da opinião dos seminaristas.

Mônica admira o trabalho realizado pelos padres midiáticos e afirma que esse tipo de sacerdote deveria existir em maior número, já que esses padres possuem grande poder comunicacional e de atração dos fiéis para o catolicismo. Seu depoimento destaca a questão do "acolhimento às pessoas", elemento que seria favorável no sentido de fortalecer o vínculo dos fiéis com a Igreja católica.

Eu acho legal. Eu acho que é uma maneira de evangelizar muito grande, porque há pessoas que não...eu conheço pessoas que voltaram pra Igreja através dos padres cantores e eu gosto muito de ouvir as músicas, não só do padre Marcelo, mas também do padre Zezinho, de todos os padres [...]. Há

muita falta de acolhimento na Igreja católica [...]. Padres não têm tempo pros fiéis, os fiéis querem conversar, o padre não tem tempo, porque tá estudando porque tem que dar conta de um trabalho na PUC, porque tem que dar isso, tem mil e uma utilidades[...]...entendeu? Tem tempo pra tudo menos pros fiéis e isso afasta muito as pessoas, não tem aquela acolhida que há em outras Igrejas [...]. E a Renovação dos padres carismáticos eles conseguem trazer de volta essas pessoas, só que o que acontece? Não são em todas as Igrejas que têm padres carismáticos. Se houvesse a união da RCC com os padres tradicionais com a TdL, se todos tivessem unidos juntando o seu carisma tudo ficaria mais fácil, [...]. Então pra mim o que falta na Igreja católica é a união de todos os padres num único objetivo, porque fica um puxando sardinha pro seu lado, entendeu? (Mônica, 23, noviça).

A figura do Padre Marcelo possui um efeito na sociedade brasileira que poderia ser denominado de "caminho do meio". Sua imagem é invocada para pensar a modernidade do catolicismo, mas também seu caráter pré-moderno no sentido de que embora haja utilização de veículos seculares de comunicação, inovação no ritual e assimilação das técnicas de comunicação, o padre sustenta fortemente sua pertença institucional através do uso de "sinais distintivos de sua condição". Para Benedetti (1999) o novo clero restaura um modelo de padres que fora colocado em crise com o Concílio Vaticano II. Nesse sentido, para esse autor, eles seriam mais tradicionais do que renovadores.

Padre Marcelo é pensado, segundo um dos principais nomes do marketing católico - Antônio Miguel Kater Filho - como o melhor "produto" do catolicismo por reunir as características de uma padre ideal ("simplicidade e apelo emocional") e de acordo com a lógica de mercado, precisa ser ofertado para ser consumido. Portanto, não apenas a mídia secular o vê como um importante produto, mas também os consultores católicos o vêem.

Ver não apenas as celebrações de Padre Marcelo na TV, mas suas entrevistas e apresentações suscitam na comunidade católica carismática uma sensação de sucesso, de difusão do objetivo primeiro que é "evangelizar". Pierre Bourdieu (1997) afirma que o uso ordinário da televisão produz "efeitos sociais de mobilização" ou de desmobilização, fazendo crer no que faz ver. A peculiaridade da TV, segundo o autor, seria o modo paradoxal com o qual opera ocultando e mostrando um evento, a partir de um princípio de seleção.

Em se tratando de religião, esta característica inerente ao meio televisivo apontada por Bourdieu, contribui para pensar na eficácia do

Movimento de RCC. Se levarmos em conta o caráter espetacular da TV, na medida em que um evento é dramatizado, o efeito social da imagem sobre o indivíduo estimula a crença e até mesmo a adesão levando-o a buscar no Movimento a representação produzida pela TV .

Samira é uma grande admiradora do padre Marcelo Rossi e revela que ter ouvido os programas de rádio deste sacerdote ajudou-a em vários momentos difíceis de sua trajetória religiosa. Aqui se observa claramente sua condição de adepta, mobilizada pelo discurso do sacerdote. Seu relato nos permite, inclusive, considerar que seu impulso vocacional foi em parte estimulado pela figura do Padre Marcelo. Importa notar ainda que a admiração que sente pelo padre não está relacionada apenas à sua atuação enquanto sacerdote, mas também à sua figura masculina. Como veremos, quando afirma ser apaixonada ela não usa a palavra "padre" antes do nome, chamando o padre Rossi apenas de Marcelo.

Eu sou louca pelo padre Marcelo! [...] Então, eu acho assim, eu sou apaixonada pelo Marcelo, agora, nunca mais eu pude escutar o programa dele porque eu não tenho tempo, mesmo, então, assim, sempre que eu posso eu escuto os CDs, as coisas, porque ele foi uma das pessoas que me ajudou muito, com as orações, não que eu fosse lá, mas pelo rádio. Eu ouvia muito as orações.[...] Chorava sozinha em casa. Aí eu ficava escutando, ele dizia, "meu Deus". Aí eu tinha testemunho de padre, de freira, dos leigos, aí eu ficava só escutando [...] (Samira, 31, postulantedo).

Para Márcia, o louvor e os cantos religiosos promovidos pelos padres cantores são os principais benefícios que eles oferecem à comunidade religiosa. Desse modo, essa jovem elogia os eventos de massa, as "tardes de louvor", os programas de rádio e todas as iniciativas por eles promovidas.

Ressalve-se que o caráter emocional do discurso dos padres midiáticos de fato se revela como um forte fator de atração. Basta olhar os vários depoimentos nos sites católicos de fiéis que freqüentam as missas do Padre Marcelo Rossi no santuário Bizantino em São Paulo. Esses fiéis falam de emoção, cura de depressão, proteção em momentos difíceis, paz. Todos esses aspectos se constituem como efeitos do modo como o Padre celebra e se comunica com os adeptos. Estes passam a valorizar a religião por sua capacidade de sensibilizar e emocionar, ou seja, por seu caráter afetivo. Assim, mais do que normatizar a vida, o catolicismo transmitido pelos padres carismáticos assume paradoxalmente um caráter mais frouxo. O paradoxismo ocorre pelo fato de que a RCC, como vimos, busca refor-

çar a institucionalidade da Igreja católica e ao mesmo tempo promove adesões na medida em que facilita o desprendimento da oficialidade dos ritos católicos ou do caráter mais formal destes.

O catolicismo se reconfigura a partir da RCC como uma religião popular que praticamente se abstém de símbolos externos que promovam devoção. Por outro lado, têm estimulado o consumo religioso com a produção desenfreada de objetos diversos (terços, pulseiras, figuras de santos) com motivos religiosos.

Enquanto a religiosidade popular no Brasil e América Latina valorizou elementos simbólicos tais como as imagens, os santuários e as promessas, a RCC populariza o catolicismo na medida em que relativiza as fórmulas rituais dando um novo estatuto ao fiel dentro dos templos católicos.

Embora a RCC tenha se originado em ambientes de camadas médias suscitando primeiramente a adesão de pessoas desse estrato social, nos anos 80 passa a ter maior penetração nas camadas populares. (FERNANDES, 1996). O efeito dos padres cantores, sobretudo Marcelo Rossi, ajudou a dar um novo matiz "popular" ao catolicismo, a partir das missas ao ar livre e os encontros de massa promovidos por esses novos padres. Nesses espaços, o adepto carismático torna-se o principal agente comunicador com o sagrado, tendo o padre como um facilitador, não soberano, dessa comunicação. O depoimento abaixo foi realizado por um fiel frequentador das missas do Pe. Rossi.

Fazia mais de um ano e meio que eu tinha ido a uma Missa, quando participei de uma com o Padre Marcelo. A Missa dele me atrai porque você não tem aquela sensação de culpa, de peso. É um encontro diretamente com Jesus, sem tanta formalidade. (Raquel Zanelo Viana - 23 anos) .

Voltando para nossas novças, algumas expressaram uma opinião mais balanceada a respeito dos padres cantores. Dentre as 5, 2 haviam se posicionado contrariamente a RCC, uma foi favorável ao Movimento e 2 se mostram ponderadas também em relação ao Movimento de Renovação Carismática. Nesse caso não se pode estabelecer correlação direta entre opinião sobre a RCC e o elogio ou crítica aos padres cantores.

Nesse grupo evidenciam-se um pouco mais as restrições à mídia por parte das moças. Telma, por exemplo, aponta, ainda que de modo contido, esse aspecto.

Acho que a música como tem o ditado "Quem canta reza duas vezes..." É um meio de evangelização muito forte...(- concorda com o fato de eles estarem na mídia?) Não, não tanto que vão pra mídia, mas que evangelizem de uma forma...(Telma, 19, noviça).

Rose é simpática à atividade musical dos padres, mas não demonstrou simpatia pela figura do Pe. Marcelo Rossi especificamente. Para ela, um dos méritos do trabalho dos padres cantores é a atração exercida sobre os jovens, auxiliando-os em momentos de dificuldades. Ela explicitara anteriormente uma rejeição à RCC.

Eu não tenho assim nada contra não. Eu acho que o pe. Zezinho é um padre muito bom e um padre que eu não acho bom é o Padre Marcelo, ele só faz é pegar música dos outros, não tem nada de fundamento nas músicas dele. Tem muitos padres também que evangelizam através das músicas, como o Padre Zezinho e muitos outros que eu agora não estou muito lembrada [...] esses padres assim que não é da Renovação Carismática, eles ajudam muitos jovens a sair, sair assim até de uma depressão através da música. Através das músicas eles conseguem atingir muitas coisas.(Rose, 31, noviciado).

Observa-se que não é comum entre meus/minhas informantes a dissociação entre o trabalho dos padres cantores ao MRCC, em vários discursos os/as jovens costumam unir esses dois aspectos demonstrando uma compreensão de que estariam de fato, estariam interligados.

Andreza se posiciona demonstrando uma certa hesitação ou uma incerteza frente às próprias convicções. Em sua análise - claramente baseada nas opiniões que ouve acerca do padre Marcelo - observa-se tanto a crítica à mídia quanto ao perfil artístico daquele sacerdote. Essa jovem faz ainda uma separação em relação ao que seria o espaço do religioso ou da religiosa e o espaço dos padres, revelando concordância com a velha oposição sagrado/profano. Nesse sentido, mostra-se reticente quanto à participação de religiosos em shows e bandas católicas.

Há uma ambiguidade presente no discurso de Andreza que parece se caracterizar pela imagem sobre o padre Rossi construída por outros indivíduos e a que ela própria construiu. Assim, se consolida uma busca de afinidade com o discurso dos outros, possivelmente de sua comunidade religiosa e a sua própria representação da figura do padre carismático.

Olha, não tenho nada contra o padre Marcelo não. Se bem que, as pessoas... as pessoas vêem as pessoas como é, né. Ele... por causa da mídia, aí tem esse problema que o padre está na mídia, aí dificulta a Igreja, que falam que o

padre-show, o padre-pop.[...] É, acho que, assim, que ele trouxe muitas pessoas para Igreja católica porque muitos saíram, então, ele trouxe com seu jeito de se comunicar, né, de comunicar a palavra de Deus, mas também acho que ele não deve ir a certos programas de televisão porque fica meio a desejar, né, assim, as pessoas criticam muito por isso. Até padres criticam ele.[...] Como padre Zeca também. Acho assim, padre, acho assim uma religiosa, no meu ponto de vista, uma religiosa então [...]porque tem muito padre que vai até show de bandas aí de rock e tudo... no meu ponto de vista não é bom...(Andreza, 29, postulante).

Outras duas noviças, Silvana e Celina não opinaram sobre esta temática e anteriormente apresentaram uma visão contrária e ponderada respectivamente, em relação a Renovação Carismática Católica. O silêncio sobre a figura do padre cantor pode significar tanto a ausência de uma opinião consolidada quanto uma forma de salvaguardar-se diante de um tema polêmico no que tange à função da religião e de agentes religiosos no espaço público, principalmente a mídia televisiva .

Considerações finais

A difusão da mensagem católica através dos padres midiáticos é um tema polêmico entre os seminaristas e noviças. Na verdade, eles expressaram preocupações com os conteúdos ou com a perda dos conteúdos doutrinários a partir da incursão midiática, o que revela uma visão radical de manutenção da tradição. As moças revelaram preocupações com a busca de visibilidade ou status dos padres, o que demonstraria um certo descomprometimento dos rapazes com a missão sacerdotal priorizando-se o prestígio pessoal. Mas os padres cantores fazem "sucesso" com algumas moças, sobretudo por unirem oração e música e por contribuírem, nas visões de algumas vocacionadas, para o retorno de católicos "afastados" da instituição.

A tensão percebida diante da figura de padres cantores e que se caracteriza pelo dilema cantar ou não, alcançar visibilidade ou não, pode ser interpretada pela necessidade dos católicos em preservar a tradição ameaçada de certa forma pela inovação do perfil de um de seus principais produtores de bens simbólicos, o padre. Mais ainda, pela junção de universos significativos que se antagonizam: o altar ou o palco, o templo ou a mídia, enfim o sagrado ou o profano.

Evidencia-se nos depoimentos dos rapazes e moças que, embora percebam a necessidade da Igreja católica de avançar na relação e implementação de estratégias junto aos meios de comunicação - sobretudo o meio televisivo -, temem que se perca o que compreendem como a função primeira de um religioso ou uma religiosa, a saber, a "evangelização". Entra em jogo o receio de que a Igreja se perca numa lógica mercadológica competitiva que prima pela imagem e pela comunicação de massa em detrimento da mensagem cristã.

Tal preocupação, manifestada tanto pelo grupo feminino quanto pelo masculino, revela uma assimilação dos vocacionados de um discurso da instituição religiosa focado em um sentido de presença institucional atemporal ou transcendental, que tanto pode utilizar-se de determinados recursos presentes no mundo ou na sociedade, quanto deles prescindir. Este aspecto marca uma diferença importante entre a Igreja católica e as Igrejas pentecostais, principalmente a Universal do Reino de Deus, que se caracteriza fundamentalmente pela inovação na mídia televisiva e pela adaptação da linguagem neste veículo.

Graças à contemporaneidade das instituições religiosas de cunho pentecostal e neopentecostal, seus líderes não são sequer questionados pelos fiéis ou outras lideranças se estão incrementando ou não o "bom uso" da mídia. Essas Igrejas nascem e crescem numa relação de proximidade e interesse de expansão com os meios midiáticos. Assim, enquanto para a Igreja católica é necessário uma contínua avaliação da presença de suas lideranças junto aos meios de comunicação, para as Igrejas pentecostais esta presença não se constitui como um quesito a ser avaliado.

A vocação de jovens no Rio de Janeiro para a vida sacerdotal e religiosa, ou para serem padres e freiras, não se funda de forma prioritária em um desejo de visibilidade midiática. Entretanto, a presença de padres no espaço público-midiático pode ser bem aceita ou rechaçada por esses/as vocacionados/as que tendem a reproduzir o discurso institucional acerca do tema. Não se pode abandonar ainda a hipótese de que a presença dos padres na mídia faz despertar na juventude a sensibilização para a presença de um novo ator social, anteriormente relegado às sacristias. Nesse sentido, na medida em que a figura de padre torna-se mais pública, passa a entrar no rol de opções profissionais ou vocacionais de uma juventude proveniente de camadas populares e com baixa capacidade de inserção na vida social.

A articulação e mobilização da juventude promovida pela RCC é outro fator que não deve ser menosprezado na análise da vocação religiosa dos jovens nos tempos atuais. Vários trabalhos têm chamado a atenção para os novos modelos de vida consagrada que têm surgido inspirados da espiritualidade carismática (MARIZ, 2004; MARTINS, 2003). Para além dessas inovações, a Igreja Católica no Brasil presencia uma espécie de contaminação de um ethos carismático nas celebrações religiosas, sobretudo nos centros urbanos, o que imprime uma procura dos templos católicos para a obtenção de curas ou benefícios de ordem pragmática (emprego, parceiro afetivo, solução de problemas conjugais) e para uma vivência mais intimista da fé.

Essa configuração permite afirmar que ocorre uma identificação dos jovens com a vocação religiosa mais pelo bem simbólico da transcendentalidade do que pela possibilidade de atuar no mundo em prol de uma transformação socioestrutural capitaneada pelo discurso religioso. A ética mobilizadora, principalmente para os rapazes, é a de que a vocação permite o aprimoramento da vida espiritual e assim, a vivência da santidade. Para as moças, a santidade ou o aprimoramento da vida espiritual está diretamente relacionado com o "serviço" aos outros. Essa ética do serviço, no universo feminino, tanto pode contemplar um posicionamento mais adequado ou adaptado a uma ação beneficente, caritativa, quanto pode espelhar uma ação sociotransformadora.

A relação da Igreja católica com a mídia por meio dos padres cantores necessita ainda de maiores investigações no sentido de identificar as estratégias de preservação institucional, bem como a assimilação de técnicas e aparatos midiáticos implementados por outras Igrejas cristãs. Levando em conta a necessidade de fortalecimento do catolicismo na sociedade brasileira - tendo em vista a diminuição relativa de pessoas que vêm se declarando como católicos nas pesquisas censitárias - vale analisar os efeitos que eventos de massa produzidos principalmente pela RCC e padres cantores surtem entre os jovens e, principalmente entre aqueles que pretendem ingressar no corpo hierárquico do catolicismo.

Notas

¹ Alguns autores acreditam que o Padre Marcelo Rossi representa uma estratégia do catolicismo frente ao avanço dos pentecostais significando o ícone de uma nova evangelização que compõe o modelo de "religiosos-artistas" com presença garantida na mídia. Esta linha de argumentação apresenta a figura do padre Rossi como um produto no mercado religioso (FONSECA, 2002; RODRIGUES, 2001). Para Regina Novaes, "o padre cantor pode reunir multidões em megaeventos que demonstram o poder de reação da Igreja católica diante da expansão evangélica". (NOVAES, 2000, p.7).

² O padre mais conhecido nos ambientes católicos desde os anos 80 é o Pe. Zezinho. Sua produção engloba não apenas gravação de discos como a publicação de vários livros. Este parece ser um grande diferencial do Pe. Zezinho para os demais. Atualmente no Brasil são inúmeros os padres que gravam CD's movimentando a indústria fonográfica, possivelmente numa tentativa de não restringir o mercado da música religiosa à hegemonia das Igrejas evangélicas. Dentre alguns dos padres cantores que possuem inclusive sites na Internet podemos citar: Frei Rinaldo, Pe. João Carlos, Pe. Zeca, Pe. Antonio Maria, Pe. Fábio de Mello, Pe. Jorge Adjan, além do próprio Marcelo Rossi.

³ Sérgio Buarque de Holanda é quem nos fala do "horror às distâncias" como um traço específico do espírito brasileiro e que ajuda a compreender tanto a popularidade de algumas devoções no catolicismo quanto o caráter intimista da relação com os santos, que se consolida por uma "mentalidade cordial". (HOLANDA, 1995 p.149).

⁴ Uma sondagem recente feita pelo Pe. Edênio Valle com 345 padres que participam dos Encontros Nacionais de Presbíteros promovidos pela CNBB investigou, numa perspectiva psicológica, o grau de realização pessoal dos presbíteros. As abordagens sociológica e teológica feitas respectivamente por Luiz Benedetti e Alberto Antoniazzi a partir dos dados problematizam a constatação de que 81,5% se percebem plenamente ou bastante realizados e propõem a distinção de vários tipos de padres. (VALLE, 2004).

⁵ Neste documento os padres se manifestam da seguinte forma: "Não podemos continuar fazendo vista grossa a certos programas e pregações que são a negação visível da Igreja Povo de Deus, a apologia da massificação, a violação de orientações litúrgica elementares, a proposta de um modelo de presbítero em contraste com os mais recentes documentos eclesiais e, em certos casos, uma demonstração de falta de ética pública do padre". *Jornal de Opinião*, 25/02 a 03/03/2002.

⁶ *Revista Vida Urbana*, 30/08/99

⁷ Há reações de alguns padres especialmente à exposição midiática. Em 2002 foi veiculada em um site católico a opinião de Pe. Zezinho, o primeiro padre cantor de maior visibilidade, sobre a exposição à mídia, num recado indireto ao Pe. Marcelo Rossi. No texto Pe. Zezinho afirma: "Até bem pouco tempo atrás, pouca gente ficava famosa com a música religiosa. Hoje muitos se tornaram grandes nomes por causa de suas canções ou de suas interpretações. Com a fama vêm os holofotes e os agentes de publicidade a oferecer seus préstimos. Aí o cantor católico precisará tomar cuidado. Não faltará quem o convide a aceitar tal e tal tipo de conduta para tal e tal resultado. A consciência e a formação moral de cada um determinará se vai aceitar ou não o jogo do marketing do mundo ou vai achar o marketing da Igreja. Os holofotes são ótimos porque chamam a atenção para o cantor e o iluminam de

modo especial. São perigosos porque com toda aquela luz na cara, ele acabará não vendo mais o povo que o escuta. Holofotes iluminam e destacam, mas também cegam. Eu costumava pedir que mostrem mais o povo e menos a mim. Quem já trabalhou comigo sabe que peço poucas luzes no palco. Quero as luzes jogadas sobre o povo". Ver: <http://www.catholicnet.com.br>. Acesso em 18/11/02.

⁸ Em artigo recente discuto a relação entre o catolicismo, as massas e o caráter Kitsch da narrativa do Pe. Marcelo Rossi mostrando como a estética e a capacidade comunicacional deste modelo de padre contribuem para seu sucesso. (FERNANDES, 2003, pp.87-98)

⁹ No Caderno MAIS - Folha de São Paulo, 11/04/2004 o enfoque dado sobre as vocações privilegia os novos modelos de padre em São Paulo apontando a presença de uma tendência mais "intelectual" e outra mais "popular" que estaria identificada com o Pe. Marcelo Rossi.

¹⁰ Pude confirmar essa informação com Brenda Carranza e Cecília Mariz, às quais agradeço a troca. Brenda e Cecília mencionaram ainda que houve o caso de um padre chamado Alfredo, na Argentina, no início de nossa década, mas que não teria se consolidado até o momento atual.

¹¹ Este texto é uma adaptação de um dos capítulos de minha tese intitulada: "Ser padre pra ser santo"; Ser freira pra servir": a construção social da vocação religiosa - uma análise comparativa entre rapazes e moças no Rio de Janeiro, apresentada e aprovada no Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Universidade Estadual do Rio de Janeiro. Mimeo, 2004

¹² Foram entrevistados 16 rapazes e 19 moças no Rio de Janeiro e Grande Rio, nos anos de 2002 e 2003.

¹³ Outra objeção feita ao Pe. Rossi por seus pares e outros membros da hierarquia é a utilização da expressão corporal nas Igrejas, considerada por alguns como exagerada. Teme-se que ocorra um rompimento entre a doutrina e a Liturgia (CLARKE, 1999, p.214).

¹⁴ O trabalho de Leonildo Campos (1997) a respeito da Igreja Universal do Reino de Deus e suas estratégias de incursão na mídia analisa detidamente os conflitos e a performance desta instituição neopentecostal na sociedade brasileira.

¹⁵ Esse estudo analisa como a relação da Igreja católica com os meios de comunicação vai mudando ao longo das décadas e como a temática sobre os meios de comunicação se transformou em um objeto de estudo da Igreja. Cf.: FERNANDES, Sílvia R. A. & PITTA, Marcelo. Meios de comunicação e religião. In: Desafios do Catolicismo na cidade - pesquisa em regiões metropolitanas brasileiras, GOMES DE SOUZA & FERNANDES, S. (Org.). Coleção CERIS, São Paulo: Paulus, 2002.

¹⁶ As TVs católicas são a Rede Vida de Televisão, inaugurada em 1995, a TV Canção Nova, inaugurada em 1989 e a TV Século XXI, a mais recente, tendo sido inaugurada em 1999, mas com experiência como produtora sob o nome de Associação do Senhor Jesus, desde 1981. Vale salientar que a Canção Nova e a Século XXI são claramente de orientação carismática, revelando que a incursão nos meios de comunicação tem sido promovida mais fortemente pela orientação nacional da RCC.

¹⁷ Análise detidamente a figura do Pe. Rossi e sua articulação com a mídia em artigo Disponível em: www.cesnur.org/conferences/riga_2000/fernandes.htm

¹⁸ Em artigo da época em que o debate a respeito da religiosidade popular estava em alta, um sacerdote espanhol, Luis Maldonado (1986, pp.6-14) comenta o discurso de um professor de História na Sourbonne sobre esse tema. O professor sintetiza o conceito de religiosidade

popular argumentando que seria a "busca de relações com o divino que sejam mais simples", no sentido de superação de uma prática religiosa excessivamente conceitualizada, cerebral, dogmática. O sacerdote comenta que nesse caso, os fiéis buscariam "formas mais intuitivas, mais imaginativas, nos quais o sentimento e a força imaginativa do povo possam se desenvolver inteiramente".

¹⁹ André Souza (2001) considera que a RCC promoveu uma renovação popularizadora do catolicismo sobretudo com as missas do Pe. Marcelo Rossi no Santuário Bizantino. O autor investiga o perfil dos frequentadores dessas missas e constata que 57% se declaram católicos carismáticos, 26% não souberam dizer se seriam ou não carismáticos e 17% afirmaram não ser carismáticos. Para definir então, quem seriam os carismáticos o autor indagou os entrevistados (270 pessoas) sobre a frequência ou não a grupos de oração donde constatou que 76% seriam católicos tradicionais. Esses dados questionam, portanto, a afirmação corrente nos ambientes eclesiais de que as missas de Pe. Rossi estariam promovendo a volta dos católicos.

²⁰ Cf.: www.catholicnet.com.br. Acesso em 20/12/2001

²¹ A suposição de que na atualidade estaríamos assistindo ao profano se travestindo de formas sacrais apresentando-se como novos deuses (mercadoria, dinheiro etc.), foi assinalada por Francisco Rolim (1997, p.38). O autor destaca ainda que para Durkheim não há distinção hierárquica entre o sagrado e o profano que se constituem apenas como elementos heterogêneos.

Referências

- BOURDIEU, Pierre *et. al.* *A miséria do mundo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.
- CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, templo e mercado - organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. São Paulo: Vozes/Simpósio UMESP, 1997.
- CLARKE, Peter. "Pop-Star Priest and the Catholic Response to the 'Explosion' of Evangelical Protestantism in Brazil: The Beginning of the End of the 'Walkout'?" *Journal of Contemporary Religion*, vol. 14 n. 2, s/e, 1999
- FERNANDES, Sílvia Regina A. Catolicismo, massa e revival: Padre Marcelo Rossi e o modelo kitsch. *Cadernos de Campo*. n. 11 Ano 12, São Paulo: USP, 2003.
- _____. & PITTA, Marcelo. "Meios de Comunicação e Religião". In: *Desafios do catolicismo na cidade - pesquisa em regiões metropolitanas brasileiras*. Rio de Janeiro: CERIS/ Paulus: São Paulo, 2002
- FERNANDES, Sílvia Regina A. Movimento de Renovação Carismática Católica: ethos comum e antagônico em camadas populares no Rio de Janeiro. *Revista Universidade Rural* - v.16. RJ: Editora Universidade Rural, 1996
- FONSECA, Alexandre Brasil. Jovem, bonito e carismático. Disponível em: www.uol.com.br/bibliaworld/entrenos/num03. Acesso em 19 dez. 2002.
- GERTH, H.; MILLS, W. Introdução - o homem e sua obra. In: WEBER, M. *Ensaio de Sociologia*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1982.

- HOLANDA, Sérgio B. *Raízes do Brasil*. São Paulo: Cia das Letras, 1995.
- HORKHEIMER Theodor; ADORNO, Max. *Dialética do esclarecimento*: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- MACHADO, M. D. C.; FERNANDES, Sílvia R.A. . Mídia pentecostal: saúde feminina e planejamento familiar em questão. Imagens da Religião. *Cadernos de antropologia e imagem*. n. 7 PPCIS/NAI. Rio de Janeiro: UERJ, 1998.
- MALDONADO, Luis. Religiosidade popular: dimensões, níveis, tipos. *Concilium*, n. 206. Petrópolis: Vozes, 1986.
- MARIANO, R. *Usos do marketing por neopentecostais e por católicos*. Trabalho apresentado na VI Jornada sobre Alternativas Religiosas na América Latina. Porto Alegre. Mimeo, 1996
- MARIZ, Cecília Loreto. A Rede Vida: o catolicismo na TV. *Cadernos de Antropologia e Imagem*. n. 7 . Rio de Janeiro: UERJ, NAI, 1995.
- NOVAES, Regina. Encontros e desencontros entre religiosidade e mídia. *Revista Democracia Viva*, n. 8. Rio de Janeiro: IBASE, 2000.
- OLIVEIRA, Pedro Ribeiro Olhar prospectivo sobre a Formação Presbiteral. In: CNBB. *Estudos da CNBB. Metodologia do Processo formativo*, n. 83. São Paulo: Paulus, 2001.
- PESSINATI, Nivaldo Luiz. *Políticas de comunicação da Igreja Católica no Brasil*. Petrópolis, RJ: Vozes; São Paulo: UNISAL, 1998.
- RODRIGUES, Donizete. *New Style of Catholicism in Brasil*: The case of Charismatic Father Marcelo Rossi. Mimeo, 2001.
- ROLIM, Francisco Cartaxo. *Dicotomias Religiosas*: ensaio de sociologia da religião. Petrópolis/RJ: Vozes, 1997.
- SOUZA, André Ricardo. A Renovação popularizadora católica. *REVER - Revista Eletrônica de Estudos da Religião*. n. 4. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 2001.
- VALLE, Edenio (org); ANTONIAZZI, Alberto; BENEDETTI, Luiz R. Padre você é feliz? São Paulo: Loyola, 2004.
- WEBER, Max. Sociologia da Religião. In: *Economia e Sociedade* : Fundamentos da Sociologia compreensiva. Brasília: UnB, 1998.