

“A novela é de Deus?”: As ambiguidades na relação entre catolicismo e teledramaturgia no Brasil

“Is the telenovela from God?”: Ambiguities in the relationship between Catholicism and television drama in Brazil

“¿Es la telenovela de Dios?” Ambigüedades en la relación entre catolicismo y drama televisivo en Brasil

*Marco Túlio de Sousa¹
Rafael Barbosa Fialho Martins²*

Resumo: Realiza-se um primeiro movimento analítico com objetivo de entender de que modo o catolicismo interage com a teledramaturgia no Brasil. Para tanto, foi feita uma pesquisa documental em dois âmbitos: 1) pronunciamentos públicos de setores da Igreja Católica na mídia brasileira; e 2) análise de como a teledramaturgia foi apropriada por emissoras televisivas de inspiração católica no país. Conclui-se que a instituição estabelece uma relação ambígua, caracterizada a partir de três categorias: i) a negação (crítica de setores religiosos à telenovela); ii) apropriação (emissoras televisivas católicas produzindo teledramaturgia) e iii) exibição (veiculação de conteúdos do gênero produzidos por outras emissoras).

Palavras-chave: Catolicismo brasileiro. Telenovela. Novelas católicas. Teledramaturgia.

Abstract: A first analytical movement is carried out in order to understand how Catholicism interacts with television drama in Brazil. A documentary research was carried out in two areas: 1) public statements by sectors of the Catholic Church in the media; and 2) how television drama was appropriated by Catholic-inspired television stations. The conclusion is that the institution establishes an ambiguous relationship, characterized in three categories, namely, denial (i.e. criticism of religious sectors to the soap opera), appropriation (i.e. Catholic television stations producing television drama) and exhibition (i.e. broadcasting of content produced by other stations).

Keywords: Brazilian Catholicism. Telenovela. Catholic soap operas. Teledramaturgy.

¹ Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG - Divinópolis), Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP), Brasil. E-mail: marcotuliosousa@hotmail.com.

² Universidade Federal de Rondônia, Brasil. E-mail: rafaelbfialho@gmail.com.

Resumen: Se realiza un primer movimiento analítico para comprender cómo el catolicismo interactúa con el drama televisivo en Brasil. Para ello, se realizó una investigación documental en dos áreas: 1) declaraciones públicas de sectores de la Iglesia Católica en los medios de comunicación; y 2) análisis de cómo las estaciones de televisión de inspiración católica se apropiaron del drama televisivo. Se concluye que la institución establece una relación ambigua, caracterizada por tres categorías: i) negación (crítica de sectores religiosos a la telenovela); ii) apropiación (estaciones de televisión católicas que producen drama televisivo) y iii) exhibición (transmisión de contenidos producidos por otras estaciones).

Palabras clave: Catolicismo brasileño. Telenovela. Telenovelas católicas. Teledramaturgia.

1 INTRODUÇÃO

Em três de fevereiro de 2015, na homilia de mais uma das missas diárias que ocorrem na Casa Santa Marta (Vaticano), ao destacar a importância de se dedicar tempo para a leitura da Bíblia e para a contemplação, o Papa Francisco disse: “Assim, o teu olhar estará fixo em Jesus e não tanto na telenovela, por exemplo. O teu ouvido estará fixo nas palavras de Jesus e não tanto nas fofocas do vizinho” (MARÇAL, 2015). Embora pareça ser uma crítica simples e corriqueira, a afirmação acena para o modo como setores da Igreja Católica se posicionam frente a um dos principais produtos culturais do mercado audiovisual no mundo que tem expressiva presença na América Latina: a telenovela.

No entanto, a despeito das críticas, o gênero tem historicamente recebido investimentos de emissoras televisivas de inspiração católica. O aparente “desencaixe” de posturas motivou o presente estudo que objetiva analisar de que modo o meio católico brasileiro se relaciona com a teledramaturgia e, mais especificamente, com o formato em questão. Para tanto, fazemos uma breve recuperação histórica do posicionamento desta instituição sobre a mídia a fim de contextualizar sua relação com a teledramaturgia. Para a análise, empreendeu-se uma análise documental (MOREIRA, 2004) em dois níveis:

Dado o caráter exploratório desta pesquisa, o principal método de coleta de dados foi a pesquisa documental (MOREIRA, 2004), buscando por indícios do objeto estudado em dois níveis: 1) análise documental a partir de textos diversos de setores da instituição – sobretudo: artigos e matérias publicados no site da Confederação Nacional dos Bispos Brasileiros (CNBB); 2) busca por elementos indiciais em sites diversos (YouTube, jornais, portais sobre televisão, portais das TVs católicas) que permitissem estabelecer uma caracterização histórica inicial sobre a presença da telenovela nas emissoras católicas. Em ambos, procuramos pelos

termos “telenovela”, “novela”, “dramaturgia”, “teledramaturgia” e similares; também inserimos termos como “católicos + novela”, “catolicismo + novela”, “católico + telenovela” e similares no YouTube. Para complementar a empiria, nossa fonte de pesquisa foi o banco de dados TV Pesquisa, que compila matérias de jornais e sites especializados na cobertura de televisão do Brasil, com vasto acervo. Inserimos no sistema de busca os termos “católico(s)”, “catolicismo”, nomes das emissoras religiosas, títulos de suas produções de teledramaturgia e pequenas variações.

Este artigo se trata de uma primeira incursão analítica que não tem por pretensão oferecer uma resposta definitiva a esta questão, mas levantar pistas e fazer inferências que permitam abrir terreno, ensejando reflexões a respeito de um tema carente de estudos no país.

2 CATOLICISMO E MÍDIA

A relação da Igreja Católica com a mídia é marcada por controvérsias. A orientação da cúpula eclesial passa historicamente de uma posição de rejeição e combate à aceitação orientada para práticas de evangelização. A constituição *Inter Multiplices*, primeiro documento da instituição sobre a imprensa, prescrevia no século XV a censura prévia de livros. Essa posição foi reforçada no século seguinte pela constituição *Inter Sollicitudines*, do papa Leão X, que condiciona a impressão de livros à autorização prévia da Igreja e estabelecia penas, tais como: queima das obras em praça pública, multas, suspensão da licença do impressor e até mesmo a excomunhão (PUNTEL, 2015). A “liberdade de impressão” era vista como ameaça à unidade da Igreja e (possível) veículo de corrupção moral.

Tal posição é mantida por séculos. O papa Pio VII (1800-1823) considera a imprensa como “inimiga número um da humanidade” (PUNTEL, 2015, p. 25). Quase um século depois, Pio X (1903-1914) ainda proíbe seminaristas de ler jornais e revistas e reitera que sacerdotes poderiam escrever em veículos não eclesiais apenas com a autorização de seus superiores (PUNTEL, 2015). Entrementes, iniciativas católicas na mídia começam a despontar. O papa Gregório XVI (1831-1846), embora condene a liberdade de imprensa, abençoa a Pia Associação de Homens e Mulheres para a Imprensa Católica. Seu sucessor, Pio IX (1846-1878), elogia os jesuítas por fundarem a revista *Civiltà Cattolica*, que tinha por finalidade “[...] combater os erros e escritos nocivos. Foi durante seu pontificado que circulou o primeiro número do jornal *Osservatore Romano* (1861)” (PUNTEL, 2015, p. 26).

As iniciativas católicas na mídia se ampliariam nos papados seguintes com incentivos às “obras da boa imprensa”, que deveria ser católica. Em 1928, durante o pontificado de Pio XII, é criada a Organização Católica Internacional de Cinema (OCIC). Três anos depois, esse papa inaugura a Rádio Vaticana (PUNTEL, 2015). De uma postura de rejeição passa-se a uma “aceitação desconfiada” (ALVARENGA, 2016, p. 30) pela qual reconhecem-se positivamente alguns valores da mídia/imprensa, investem-se em veículos católicos, mas ainda permanece uma postura de combate aos “males morais” da mídia secular, como é possível depreender da encíclica *Miranda Prorsus*, do papa Pio XII. A grande “reviravolta” na relação da Igreja com a mídia se dá a partir do concílio Vaticano II, com o decreto *Inter Mirifica* (Paulo VI, 1963-1978).

Foi a primeira vez que um concílio ecumênico da Igreja abordou o assunto da comunicação, dando independência ao tema dentro da Igreja. Fez também um avanço em relação aos documentos anteriores, ao conferir à sociedade o direito à informação (IM 5), à escolha livre e pessoal, em vez da censura e da proibição (IM 9). Além de reconhecer que é dever de todos contribuir para a formação das dignas opiniões públicas (IM 8), o decreto assume os instrumentos de comunicação social como indispensáveis para a ação pastoral. Finalmente, o *Inter Mirifica* incentiva (p. 44) (um mandato) para que se constitua, se crie o Dia Mundial das Comunicações, o único indicado por um concílio da Igreja, no n. 18 do decreto (PUNTEL, 2015, p. 45).

A despeito de reconhecer valores importantes como o direito à informação, isso não significa que a Igreja abra mão dos seus critérios morais na avaliação da mídia não católica. A posição institucional continua a ser, por exemplo, de crítica aos efeitos da pornografia e da violência (ALVARENGA, 2016, p. 43). A fase pós-conciliar é marcada por uma compreensão da Comunicação que a percebe para além da questão técnica. A Comunicação passa a ser tema de reflexão permanente no Dia Mundial das Comunicações e de organismos internos da Igreja. Proliferam pastorais da Comunicação e ações de setores católicos na mídia em todo o mundo.

A própria imagem do papa João Paulo II passa a ser constituída midiaticamente como uma liderança transreligiosa por meio de seus pronunciamentos públicos e viagens ao exterior (WILLAIME, 2001). Com ele, a reflexão sobre a internet ganha força, o que tem continuidade nos pontificados de Bento XVI e Francisco. Bento XVI, embora menos carismático que o seu antecessor e seu sucessor, foi o primeiro papa a ter uma conta no Twitter. O perfil foi herdado

pelo papa Francisco, escolhido pela pesquisa Twiplomacy como o líder mundial mais influente do Twitter em 2014³.

O crescente investimento católico no mundo das mídias reverbera e adquire contornos peculiares nos diversos continentes em que a instituição atua. A existência de diretrizes institucionais imprime, claro, algumas características comuns, mas isso não significa a inexistência de ajustes e formatações contextuais. O processo de midiaticização, como enfatizam Hepp (2014) e Gomes (2010) corresponde a uma interrelação que implica trocas entre diferentes instâncias e não apenas um mero “uso da mídia” por uma instituição. Desse modo, a midiaticização do catolicismo na Europa, onde o número de ateus e a perda pelo interesse da religião crescem, vai ser diferente de boa parte da América Latina, onde a Igreja Católica convive com o avanço de evangélicos pentecostais e neopentecostais.

No Brasil, a ampliação dos investimentos católicos na mídia a partir da década de 90, contempla uma necessidade de se atrair os afastados, fazer frente a doutrinas/ igrejas concorrentes e à televisão não religiosa (profana) (CARRANZA, 2011). Trata-se de uma reinserção católica no espaço público feita por meio de “lógicas midiáticas” (HJARVARD, 2015) que muitas vezes desperta tensões internas. “Estar na mídia” aparenta não ser mais um problema institucional, mas sim como (se deve) estar e se relacionar com as suas linguagens. Conforme diz Sousa (2021, p. 292), as “práticas religiosas midiaticizadas configuram novas práticas de sentido, que dizem de um novo modo de se vivenciar a fé na contemporaneidade”. No âmbito televisivo, a telenovela desperta respostas dúbias do catolicismo, que vão desde à rejeição característica dos primeiros documentos papais sobre a mídia à sua apropriação com fins (tel)evangelísticos pelas redes de televisão católicas. Para discutirmos essas posições, é preciso apresentarmos esses canais.

3 BREVE PANORAMA DA PRODUÇÃO TELEVISIVA CATÓLICA NO BRASIL

Embora guardem diferenças e especificidades entre si, recorreremos a um breve panorama do “mercado” televisivo católico brasileiro para situar a relação da teledramaturgia com as emissoras católicas. Filho (2015) afirma que o catolicismo sempre foi presença constante nos *media* de massa brasileiros, tanto em termos de representação quanto em acesso a eles, mesmo que nem sempre de modo satisfatório para a própria Igreja.

³ Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/papa-francisco-e-lider-mais-influente-do-twitter-diz-estudo/>. Acesso em: 5 fev. 2021.

Historicamente, o autor lembra que, até 1995, ano do simbólico episódio do “chute na santa” – quando um bispo da Universal chutou a imagem de Nossa Senhora Aparecida em programa veiculado pela TV Record –, a Igreja Católica mantinha uma relação de forte ressalva à TV, que se mantém em alguma medida, mesmo com o avanço da instituição em termos de participação e controle de veículos televisivos. O acontecimento do chute foi o ápice de um amplo e acirrado debate acerca da tensão entre católicos e evangélicos, que já estava em curso em decorrência do avanço da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD).

Na radiodifusão, o catolicismo já estava amplamente consagrado, graças a convênios com o governo, nas décadas de 1950 e 1960, que proporcionaram um quase monopólio da Igreja em concessões de rádio, primeiramente com fins educativos e que depois se transformaram em fins religiosos. A expressiva presença católica no rádio se estende até os dias de hoje, como mostra a Rede Católica de Rádios, cujo conteúdo é distribuído para mais de mil emissoras, gerando transmissão em cadeia para cerca de 430 rádios em todo o território nacional⁴. A década de 90 consolidou de vez a incursão católica na televisão, que começou nos anos 70 e hoje se configura, numericamente, em 12 emissoras em funcionamento, com ao menos 14 outras concessões já concedidas pelo governo federal a grupos ou pessoas vinculados à Igreja (FILHO, 2015).

Até a inauguração da Rede Vida, em 1995, a Igreja Católica tinha só uma emissora, a Sudoeste, no interior do Paraná, da Ordem dos Frades Menores. Em 1998, entraram no ar a primeira geradora da TV Canção Nova (hoje são quatro) e a TV Horizonte, da Arquidiocese de Belo Horizonte. Um ano depois, surgiu a TV Século 21, cuja proprietária é a Associação Senhor Jesus, liderada pelo padre estadunidense Eduardo Dougherty. [...] Em 2002, surgiu a TV Nazaré, da Arquidiocese de Belém, à qual se seguiram a TV Educar, em Ponte Nova, Minas Gerais, em 2003, e a TV Imaculada Conceição, em Campo Grande, em 2004. Em 2005, foi lançada a TV Aparecida, com a pretensão de ter cobertura nacional. Há ainda a TV Alvorada, pertencente à Diocese de Parintins, Amazonas; e a TV Fraternidade, que, além de programação própria, é retransmissora das *redes católicas* Vida, Canção Nova e Século XXI, no Rio Grande do Sul. Entre as TVs católicas, apenas a Canção Nova e a Imaculada Conceição são mantidas exclusivamente por um sistema agressivo de arrecadação junto a fiéis. Por isso, dispensam a venda de espaço publicitário – salvas, e não raras, as mercadorias ligadas às próprias comunidades religiosas: respectivamente a Fundação João Paulo II e a Fundação Padre Kolbe (FILHO, 2015, p. 59).

⁴ Disponível em: <<http://www.rcr.org.br/conteudo/institucional/24-anos-da-rcr>>. Acesso em: 22 abril 2019.

Mais recentemente, ingressaram no quadro de TVs católicas a TV Evangelizar, da Associação Evangelizar é Preciso (liderada pelo padre-cantor Reginaldo Manzotti) e a TV Pai Eterno, da Associação Filhos do Pai Eterno (Afipe), em caráter experimental desde fevereiro de 2019. Foquemos agora nas emissoras que exibiram e/ou produziram dramaturgia, conforme veremos adiante.

A Rede Vida (RV) é a única independente de alguma organização religiosa institucional, sendo de propriedade do jornalista João Monteiro de Barros Filho, cuja família rege o empreendimento. A programação combina atrações religiosas com variedades (esportes, jornalismo, musicais, filmes etc.). Segundo Filho (2015), a rede possui o segundo maior número de outorgas de repetição de sinal do Brasil: está presente em 500 cidades brasileiras e tem mais de 500 outorgas; com isso, supera até mesmo a TV Globo, já que, na maior parte dos estados e regiões, a Globo é retransmitida por afiliadas.

O autor atesta que, em termos absolutos, a Rede Vida só perde para a TV Canção Nova (CN), o principal veículo da comunidade Canção Nova, fortemente voltada à evangelização em meios de comunicação (rádio e internet também estão no raio de atuação da comunidade). É mantida exclusivamente por doações de fiéis e sua programação é maciçamente a mais religiosa dentre as emissoras católicas: quase todos os programas são focados na promoção da comunidade em si e nos valores religiosos de alinhamento carismático-conservador. Está presente em sinal aberto, em parabólica e TV paga. Por sua vez, a Rede Século 21 (RS21) é mantida por sócios contribuintes e tem programação basicamente religiosa, com programas educativos, femininos, musicais e jornalismo.

Em comparação às outras duas “irmãs mais velhas” CN e RS21, de viés carismático, a TV Aparecida pode ser considerada a mais “laica” das TVs católicas. Isso porque sua programação mescla programas e eventos religiosos com atrações de cunho secular (jornalismo, musicais, feminino, culinária, artesanato, humorístico etc), mais próximas ao modelo praticado pelas emissoras comerciais. Tem/teve em seu quadro apresentadores vindos de emissoras seculares, como Claudete Troiano, Amanda Françoze, Viviane Romanelli e Maria Cândida. Talvez seja esse o motivo de a emissora figurar entre as 20 mais assistidas do país (incluindo TVs abertas e fechadas)⁵, apesar de ser a mais nova entre as principais TVs

⁵ Em janeiro de 2019, por exemplo, a emissora alcançou audiência de 1,16 pontos no Ibope na Grande São Paulo, cada ponto correspondendo acerca de 73 mil domicílios, chegando a ultrapassar a audiência de emissoras como Band, RedeTV! e Cultura. Disponível em:

religiosas. A TV é gerida pelos Redentoristas e mantida por ações de *merchandising* nos programas e doações da Campanha dos Devotos.

Todas as emissoras supracitadas atuam em sinal aberto HD, nas parabólicas, TV paga e internet (RS21 é a única fora de algumas operadoras de TV por assinatura) e possuem ou promovem vendas de artigos religiosos via *e-commerce* ou por telefone. Apesar de ainda serem vistas como “nânicas” em termos de audiência, as TVs católicas são eficazes em alimentar o ecossistema midiático católico e conseguem, vez ou outra, chegar à esfera midiática secular, impulsionando e “exportando” celebridades religiosas como os padres Fábio de Melo e Alessandro Campos. O primeiro concilia a exposição na mídia em geral (tendo inserção em diversos canais comerciais) com seu programa na Canção Nova; o segundo começou na TV Aparecida, passou pela Século 21, pela TV Gazeta e hoje apresenta o programa Viva a Vida na Rede Vida. Ambos têm carreira musical exitosa, com milhares de discos vendidos. Ou seja, Melo e Campos mostram que a TV feita pelos católicos ainda é capaz de penetrar a mídia massiva secular, demonstrando seu potencial de relevância e agendamento.

4 METODOLOGIA

Dado o caráter exploratório desta pesquisa, o principal método de coleta de dados foi a pesquisa documental (MOREIRA, 2004), que se deu em duas frentes. A intenção foi entender como setores católicos se referem às novelas e como os canais televisivos católicos se relacionam com o gênero. Buscamos por indícios do objeto estudado, abarcando os mais diversos tipos de documentos (artigos acadêmicos, colunas em sites, vídeos do YouTube, documentos oficiais, pregações, homilias etc).

Em um primeiro momento, procuramos pelos termos “telenovela”, “novela”, “dramaturgia”, “teledramaturgia” e similares em sites institucionais ligados à Igreja, como *Vatican News*, CNBB, Canção Nova etc; também inserimos termos como “católicos + novela”, “catolicismo + novela”, “católico + telenovela” e similares no YouTube. Em seguida, foi feita uma consulta ao banco de dados TV Pesquisa, que compila matérias de jornais e sites especializados na cobertura de televisão do Brasil, com vasto acervo. Para tal, inserimos no sistema de busca os termos “católico(s)”, “catolicismo”, nomes das emissoras

<<https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/ooops/2019/01/22/tributo-a-marciano-faz-tv-aparecida-derrotar-band-redetv-e-cultura.htm>>. Acesso em: 22 abril 2019.

religiosas, títulos de suas produções de teledramaturgia e pequenas variações. Vejamos agora os resultados e as discussões que nos provocaram.

5 CATÓLICOS *VERSUS* TELENOVELAS: A NEGAÇÃO DA TELEDRAMATURGIA POR PARTE DA IGREJA

No site da CNBB, foram encontradas 39 matérias com menções à teledramaturgia brasileira, as quais categorizamos em Positivas (0); Negativas (24); Neutras (5); Sem relação com a telenovela em si (10)⁶. Numérica e qualitativamente, chama atenção a força das críticas de setores católicos às novelas. Em artigos escritos sobremaneira por padres, bispos e outras autoridades eclesiásticas, os textos destacam o papel pernicioso que essas produções causariam ao público; ou seja, a teledramaturgia até chega a ser reconhecida em sua expressividade cultural, mas quase sempre com adjetivação negativa.

Entre os males perpetuados pelas obras ficcionais, são citados a deturpação do amor, a destruição dos valores familiares, o risco à pureza, a disseminação da violência e, mais recentemente, sua função de veiculadora da chamada “ideologia de gênero”. A TV, como um todo, é posicionada como uma “força do mal” a serviço da propagação da imoralidade e de ataques à família; o tom das críticas é contundente, como sintetiza um trecho: “A TV brasileira está formando uma geração de *voyeurs*, uma geração de debiloides. Acuso-a de ser corruptora de menores”⁷.

Não encontramos nenhum documento específico que traga uma orientação formal do Vaticano sobre as telenovelas, mas referências a elas figuram, por exemplo, em declarações de suas lideranças, como, por exemplo, do Papa Francisco. Ao falar do casamento em uma missa em 14 de setembro de 2014, ele considera que “O matrimônio é símbolo da vida, da vida real, não é uma novela”. Talvez, por suas origens latino-americanas, Francisco reconhece a popularidade desse gênero. No entanto, isso não significa sua aprovação. Na verdade, o reconhecimento aparece nas falas do pontífice como ponto de questionamento: “[...] Nossa vida não é um videogame e nem uma novela. Nossa vida é uma coisa séria e o objetivo a alcançar é importante: a salvação eterna” (Reflexão em 21 de agosto de 2016).

Visão semelhante é compartilhada por outros setores católicos, sobretudo aqueles que adotam posturas mais conservadoras. No blog da Canção Nova, por exemplo, um texto de

⁶ A pesquisa foi feita em fevereiro de 2021.

⁷ Disponível em: <https://www.cnbb.org.br/lirio-entre-espinhos>. Acesso em: 22 fev. 2021.

Felipe Aquino⁸ afirma que “[...] a maioria das novelas estraga o povo, incutindo nas pessoas anti-valores cristãos”. De acordo com o autor, tais produções estimulam o erro e o pecado, banalizam o sexo, desunem as famílias, desconstroem valores morais, e, por fim, provocam a destruição da família. A resposta cristã viria em forma de boicote.

Padre Léo, outro expoente da CN conhecido pelo uso do humor em suas pregações, fazia duras críticas à televisão e às telenovelas. Embora tenha falecido em 2007, suas palestras continuam a ser exibidas pelo canal, às segundas-feiras, 21h – horário próximo da principal novela da Globo (dados de fevereiro de 2021). Em uma de suas manifestações ele cita, de forma genérica, pesquisas feitas por grandes jornais brasileiros e pela USP a respeito da quantidade de violência exibida na televisão, as quais teriam constatados mais de 500 cenas de violência por dia e mais de 1.200 palavrões em dois dias. Segundo o sacerdote, a televisão (novelas, filmes, desenhos) estaria ensinando a violência às pessoas e gerando nelas uma “violência interior”.

Em outra pregação, ele argumenta que o demônio faz uso da TV e, sobretudo, das novelas para interferir e desestabilizar a família, o único lugar em que poderíamos ser autênticos, sem máscaras. Com a individualização dos hábitos cotidianos proporcionados pela televisão, a união familiar estaria ameaçada: “Por isso que o encardido⁹ luta contra as famílias, aí ele cria ‘famí-ilhas’, onde cada um tá no seu cômodo, para que não deixe vir à tona o seu sentimento”.

Nessas críticas, sobressai uma interpretação de que consumir um produto midiático significa assimilar e concordar com a visão de mundo que ele traz, descartando-se assim o caráter crítico da recepção. Aspectos importantes para a sobrevivência e expressividade das telenovelas, como seu caráter mercadológico e de consumo, não são contemplados. A problemática se resume à dimensão ideológica. Prevalece, assim, uma ideia da TV como dominadora de mentes; a presença de líderes católicos neste meio denotaria uma tentativa de reverter este quadro de dominação “imoral” por uma estratégia de “ocupação” e “salvação”.

Na direção oposta, as pesquisas no campo acadêmico da Comunicação, principalmente aquelas que tratam da televisão, são críticas a este tipo de abordagem. A leitura da televisão e

⁸ Aquino é professor e atua nos veículos de comunicação da Comunidade Canção Nova apresentando dois programas de TV, um de rádio, além de manter um blog no site da comunidade. Escreveu mais de 70 livros sobre a doutrina católica, com vinculação à renovação carismática. Em 2012, o Papa Bento XVI concedeu-lhe o título de Cavaleiro de São Gregório Magno.

⁹ Muito integrado à lógica televisiva, padre Léo soube criar uma *persona* midiática com características próprias, como bordões e expressões peculiares. Uma delas, “encardido”, é o termo que ele usava para se referir ao demônio.

de outras mídias pode ser feita a partir de relações de oposição, dominação e negociação (HALL, 2003). O próprio modo como o meio católico se relaciona com as novelas é exemplo disso, como vimos neste tópico e veremos nos tópicos a seguir¹⁰.

6 A AVENTURA DA INCURSÃO CATÓLICA NAS TELENOVELAS

7 APROPRIAÇÃO

A despeito das críticas às telenovelas, alguns grupos católicos se aventuraram a produzi-las. Considerar a incursão católica nas novelas uma “aventura” faz sentido quando levamos em conta o mercado brasileiro de teledramaturgia. Há, de um lado, uma indústria reconhecida mundialmente pela sua qualidade e que recebe altos investimentos¹¹. Neste âmbito, encontram-se também associações religiosas com capacidade de produção e alcance limitada, as quais são mantidas, muitas das vezes, apenas por doações de fiéis. Por esses motivos, as produções destes grupos contam com mão de obra pouco profissional e atores desconhecidos.

“A CNT/Gazeta vai entregar parte de sua programação a Deus” – assim anunciava a matéria publicada no Estado de S. Paulo em 17 de dezembro de 1995, anunciando a parceria da Associação do Senhor Jesus (ASJ) com o canal comercial (COSTA, 1995). O contrato começou a valer no mesmo ano e estabelecia que o horário nobre seria ocupado com novelas e minisséries de cunho religioso. A maioria das produções era baseada em relatos bíblicos, contando histórias de personagens como Maria, José, Joaquim, Ana, Zacarias, Izabel, João Batista e o Anjo Gabriel etc. Desse modo, trabalhava-se a partir de um estilo “épico-histórico”, semelhante ao utilizado posteriormente pelas novelas bíblicas da RecordTV. As minisséries traziam para a televisão “encenações” de passagens da Bíblia fundindo, assim, duas tradições: a das encenações religiosas realizadas em encontros e ofícios litúrgicos católicos, como aqueles que ocorrem, por exemplo, durante a Semana Santa, e os teleteatros, muito comuns nos primórdios da TV no Brasil. Constituem exemplos desse subgrupo as

¹⁰ A crítica contumaz à mídia e às telenovelas é expediente também do neopentecostalismo evangélico. Contudo, por motivos de escopo e interesses do artigo, ele se restringe ao catolicismo, embora ciente de que análises semelhantes podem e devem ser feitas em relação às mais variadas religiões. Carece de análises, ainda, a incursão da RecordTV em telenovelas de cunho religioso.

¹¹ A TV Globo, principal produtora de novelas, não divulga valores oficiais, mas estima-se que cada capítulo custe, em média, 200 mil reais, podendo variar conforme a faixa de exibição e custar, por exemplo, até 800 mil (REIS, 2017; RICCO, 2013). No SBT, mais modesto, os capítulos iniciais de sua novela mais cara, *As Aventuras de Poliana*, chegaram a uma média de 120 mil (FELTRIN, 2018).

minisséries: *A Verdadeira História de Papai Noel*; *A Vinda do Messias*; *Ele vive*; *A última semana*; *O amor do pai*; *Repórter NT*; *A boa notícia*; *Milagres de Santo Antônio*.

Outra produção, a minissérie *Irmã Catarina*, teve dificuldades em encontrar espaço na TV aberta. A trama era baseada nas experiências de Catarina, vivida pela atriz Myrian Rios, no convento. Em seus 25 capítulos, ela interagiu com os moradores da cidade, especialmente os jovens, ajudando-os em seus problemas pessoais. A protagonista fugia do perfil “careta”, numa tentativa de atualizar a imagem da freira “mal amada”, “mal vestida”. Mostrando-se sintonizada com a realidade, a produção tratou de assuntos polêmicos como aborto, drogas, corrupção e tráfico de influência (CORRÊA, 1996).

Mas o que diferenciava *Irmã Catarina* como uma produção católica? De acordo com matéria publicada pela *Folha de S. Paulo* em 17 de março de 1996, percebia-se o vínculo religioso pelo apelo aos valores religiosos e morais, como o desapego e o amor ao próximo. Concomitantemente, a fim de se afastar do formato de “pregação televisionada” e não ser taxada de “careta” (GUERINI, 1996b), recorreu-se à matriz do melodrama. Por isso, a novela insistiu em chavões do gênero: “O formato segue à risca aquela velha e desgastada fórmula – a história se arrasta em meio a amores impossíveis, doenças e outros elementos típicos de um bom dramalhão” (GUERINI, 1996a).

Ademais, a escolha por diretor e atores relativamente consagrados – como Georgia Gomide, Márcia Real, Mateus Carrieri, Zilda Mayo e Roberto Pirillo foram dirigidos por Atílio Riccò – revela a ancoragem no reconhecido *star system* tupiniquim forjado pela Globo, o que aproximaria *Irmã Catarina* de qualquer novela convencional (não por acaso, vários esses atores já haviam atuado na emissora anteriormente. Lucas Bueno, o diretor, já trabalhou em *Sassaricando* e *Que rei sou eu?*, novelas consagradas da TV Globo).

Nesse sentido, chama atenção a escalção de Myrian Rios como protagonista. Ela teria sido procurada pela ASJ não apenas pelas suas qualidades artísticas, mas também pela sua vinculação à Renovação Carismática Católica (RCC) (CORRÊA, 1996). Ela mesma já compunha, a partir da sua própria trajetória, um personagem a parte: foi estrela de novelas da Globo e casada por anos com Roberto Carlos. Sua vida teria sido transformada após um encontro com Deus, o que a fez se alinhar com a RCC e, posteriormente, atuar como missionária da comunidade Canção Nova. Assim, ela encarnaria o ideal de mudança de vida cristão nos moldes carismáticos tendo em vista que deixou um “meio profano” e passou a se dedicar ao sagrado.

A figura midiática de Myrian também “se converte” ele passa a ser figura recorrente em programas de TV e rádio em que contava o seu testemunho. Ela também virou apresentadora e ganhou programas próprios na rádio e na TV Canção Nova, além de ter lançado um álbum e uma autobiografia pela gravadora e editora da comunidade. Sua atuação em *Irmã Catarina* poderia ser interpretada mais como uma missão do que um trabalho, já que ela abriu mão do cachê e se encarregou de convidar outros atores (GUERINI, 1996a). Curiosamente, ao ser perguntada se atuaria novamente em novelas, ela respondeu reproduzindo o discurso de negação visto no item anterior: “Sou missionária há nove anos e não assisto mais às novelas. É um tipo de entretenimento muito vulgar, sem profundidade, que foi ficando sem conteúdo” (BRAVO, 2011). Ela voltaria a atuar em *As Aventuras de Poliana*, no SBT, entre 2018 e 2020.

A vida de Santo Antônio também foi tematizada em uma produção, combinando, assim, a vida de um dos santos mais populares com um dos gêneros televisivos mais conhecidos dos brasileiros. Após a novela, foi produzida a minissérie *Paulo Apóstolo*, com exibição na Rede Vida, baseada no livro “Atos”, da Bíblia, que relata as ações dos apóstolos. Essa produção chama a atenção pela sua ambientação futurista, tendo por inspirações filmes como *Mad Max* e *The Day After*. A conversão de Saulo em Paulo transcorre no ano de 2050, após um desastre nuclear. “Em vez de contar a história com Saulo caindo do cavalo, fizemos com que o apóstolo caísse de uma moto, para contextualizar a história no futuro”. Saulo se converte e se torna pregador do evangelho – no futuro (REDE, 1998, p. 4).

O investimento mais recente da ASJ diz respeito à encenação dos evangelhos em alta definição. O projeto consiste na filmagem dos quatro Evangelhos, “palavra por palavra” (MAISONNAVE, 2013). A Associação do Senhor Jesus, que dispõe de canal próprio (Rede Século 21), é a grande expoente da produção em teledramaturgia católica, tendo alcançado o maior aprimoramento técnico se comparada às outras emissoras.

Não obstante, é válido destacar as produções da TV Canção Nova (TVCN), que, mesmo mais modestas, também aparentam ter o mesmo objetivo: fazer da ficção um meio de evangelização. Segundo Barbosa (2014), a emissora sempre fez pequenas encenações bíblicas durante o programa “Estou no meio de Vós”, além de clipes, vinhetas de mensagens e peças teatrais. Em 1995, foi realizada a primeira encenação ao vivo da Via-Sacra (que persiste, ainda hoje, na Semana Santa) e pequenas inserções na grade de TV. Outras produções foram: *Minha Vila* (2005); *Pequeno Gigante* (narrava com marionetes a história de São Domingos

Sávio); *Reviravolta* (o primeiro seriado); *Os Três Pastorinhos* (filmado com marionetes, contando a história da vivência familiar dos 3 pastorinhos que viram Nossa Senhora em Fátima, Portugal); *Auto de Natal* (2007); *Eu vi o Senhor* (atualiza a vida de personagens bíblicos em realidades contemporâneas); *Sara e Tobias*; *Seu Nome é Jesus* (especial de natal de 2003); *Filho Pródigo, Musical de Natal* (2015), entre outros.

O departamento de Dramaturgia da emissora perdeu força e só foi reativado em 2011, quando da produção do seriado *Intervenção*, a investida mais significativa do canal em ficção. A série trazia diversas histórias independentes e personagens diferentes, com foco em problemas contemporâneos e reviravoltas proporcionadas pela intervenção divina. A segunda temporada, lançada em 2014, trazia uma estrutura de produção mais moderna (cenários, textos, figurino, maquiagem, gravação em alta definição). Mudou-se também o formato, aproximando à de um *sitcom*, com elenco fixo e situações transcorridas nos mesmos cenários, com arcos narrativos que perpassavam todos os episódios, ligados entre si. Ambientados na agência de empregos *Intervenção*, a atração trabalhava com o humor e mantinha o objetivo de evangelização a partir das suas histórias.

Em reportagens de divulgação do programa são sempre ressaltadas as dificuldades de produção (técnica e de pessoal) que configuravam uma “pobreza audaciosa” que desafiava, mas não impedia a realização da série. Assim, a empreitada televisiva é colocada como mais do que um programa; assumindo feições religiosas, já que sua realização seria um verdadeiro “milagre”. Atualmente, o setor de Dramaturgia da Canção Nova produz programas especiais esporádicos que abordam a vida de santos e demais datas comemorativas, como Semana Santa e Natal.

A TV Aparecida, por sua vez, gravou *Supletivo do Céu* (2015), produto dramaturgicamente que se aproximava do gênero humorístico, reproduzindo o formato ambientado em uma escolinha. No entanto, em vez de uma escola de ensino médio ou fundamental, os alunos estavam em um curso supletivo de catequese e liturgia católica. A produção foi um dos grandes passos da emissora para adentrar na teledramaturgia. Anteriormente, ela já havia trabalhado com a linguagem ficcional no programa *Terra da Padroeira* a partir do quadro *Novela Caipira*, com microhistórias encenadas pelo elenco do programa – Kléber Oliveira, Menino da Porteira, Dona Tatá e Tonho Prado. A TV Aparecida também exibe filmes e séries estrangeiras.

8 EXIBIÇÃO

Além da produção independente, outro modo de se relacionar com a teledramaturgia se dá pela exibição produtos oriundos de outros canais. A Rede Vida, anos após veicular produções da ASJ, passou a transmitir em 2013 *Meu pé de laranja lima*, que fora produzida pela Band, canal aberto, comercial e secular. Baseado no romance homônimo de José Mauro de Vasconcellos, o enredo traz a história da amizade do menino Zezé com uma árvore. Assim, com forte conotação infantil e familiar (foi exibida às 20h30), a trama parecia estar bem ajustada ao perfil de programação da TV católica. Depois, foi a vez de *Os Imigrantes*, também produzida pela Band em 1980, ser transmitida, em 2014, às 23h.

Em 2017, a TV Aparecida veiculou *A padroeira*, de Walcyr Carrasco (2003). O mote da atração foi a comemoração dos 300 anos de descoberta da imagem da santa. A novela foi cedida gratuitamente ao canal religioso e a particularidade dessa ação é o fato de uma televisão católica estabelecer relações cordiais justamente com a TV Globo, alvo de crítica preferencial de muitos setores católicos. Mesmo que inicial, este acordo indica que a Aparecida pode ser considerada a TV mais aberta ao secular, ou a “mais laica”, o que pode ajudara a explicar seu expressivo crescimento em audiência (FELTRIN, 2019).

A referida novela conta a história da devoção a Nossa Senhora Aparecida no Brasil. No entanto, isso não a torna necessariamente uma novela religiosa uma vez que estão presentes elementos comuns aos “folhetins”, como, por exemplo, as traições, vinganças, paixões, vilanias etc. Chama a atenção, inclusive, o modo como a telenovela foi apresentada na TV. religiosa. Além das chamadas para a estreia, os atores Lisandra Souto e Jackson Antunes, que atuaram em *A Padroeira*, compareceram ao programa *Terra da Padroeira*, uma das maiores audiências da casa, para falar sobre seus personagens e sobre a importância da novela. O discurso de novela evangelizadora foi defendido em uma entrevista com Jackson, que afirmou: “Além de entretenimento, a televisão é veículo de reflexão. [...] É uma novela linda [...]”¹². As ações junto aos atores podem ser interpretadas discursivamente como uma forma de justificar a exibição de um produto oriundo de uma emissora secular em uma religiosa.

Em 2018-2019, foi a vez da exibição do clássico *O Direito de Nascer* (versão de 2001 exibida primeiramente pelo SBT). Posteriormente, foi exibida a venezuelana *Coração Esmeralda*. A primeira denota uma inclinação mais comercial da TV Aparecida em relação às

¹² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ImVNT77KbxE>. Acesso em: 12 jul. 2017.

outras emissoras religiosas, apostando num clássico da teledramaturgia. Já a segunda trama traz um folhetim com pano de fundo voltado à ecologia, cuja protagonista trabalha como ativista ambiental – em sintonia com uma questão a que o Papa Francisco tem dado muita importância, especialmente após a publicação da encíclica *Laudato Si*, e com o projeto *Santuário Ecológico*¹³, apoiado pela Basílica de Aparecida.

Todas as emissoras católicas citadas no artigo foram procuradas via e-mail pelos autores, mas apenas a TV Aparecida respondeu às perguntas enviadas. De modo geral, o então diretor de programação, Irmão Alan Patrick, afirmou que os critérios de escolha das telenovelas para exibição são os mesmos para os demais programas: “que se adequem ao perfil de seu público, que sejam apropriados para toda a família e que estejam em consonância com seus valores institucionais”. A equipe analisa as produções que são oferecidas à empresa, tendo como parâmetros esses critérios e nem todas são compatíveis. Depois de aprovadas, as obras vão ao ar integralmente, respeitando o conteúdo original conforme normas contratuais.

Naquele momento (julho de 2019), a emissora passaria a apostar na exibição de séries em detrimento das novelas, o que se mantém o momento da entrevista (março de 2021): “[...] encontramos boas opções de dramaturgia no formato de série e decidimos investir nessas histórias, pois acreditamos que estejam de acordo com o que o nosso público espera da TV Aparecida”, respondeu Alan Patrick. O canal não tem a intenção de produzir telenovelas dado o alto custo demandado por esse tipo de produção.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como convencer um público que desenvolveu não apenas o hábito de consumo de novelas com alto padrão estético, mas também competências culturais para avaliar a TV que consome, de que tais produções seriam provenientes de ações malignas?

Essa parece ser uma luta de Davi contra Goliás, visto que as emissoras católicas pouco conseguem competir com as TVs comerciais, nas quais a telenovela é destaque na grade de programação e recebe grande investimento. Por esse motivo, pode-se inferir que as “novelas católicas” – termo que usamos de maneira genérica e que contempla diversos gêneros e formatos de ficção televisiva –, se distanciam do seu suposto objetivo, parecendo estar mais

¹³ Segundo o portal *Natelinha*, “No local, é realizada uma campanha de conscientização em prol da natureza e ações como reflorestamento pelo Santuário Nacional de Aparecida”. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/novelas/2018/06/18/tv-aparecida-adquire-novela-venezuelana-com-mote-ambiental-para-substituir-o-direito-de-nascer-117711.php>. Acesso em: 22 fev. 2021.

preocupadas em “evangelizar os evangelizados” do que, propriamente, em fazer frente às produções dos grandes grupos de mídia, as quais são dotadas de mais recursos financeiros e técnicos.

A estratégia do meio católico é bem diferente daquela adotada pela RecordTV, que tem investido pesado em novelas religiosas, com êxitos de audiência como *Os Dez Mandamentos* (2015) e *Gênesis* (2021). No caso das TVs católicas, a estratégia parece ser a de oferecer um produto que consiga conciliar um formato televisivo que é garantia de adesão do público brasileiro, sem, no entanto, se desviar das suas particularidades e de seu objetivo enquanto emissora religiosa.

Todavia, isso não significa que esta apropriação seja feita sem que ocorram atritos. A midiáticação do religioso implica adaptações: ao ser midiaticado, o religioso volta-se a estratégias de captação de público que envolve uma linguagem que não é a do púlpito, que não é aquela em que a religião se constituiu socialmente. Trata-se da linguagem do entretenimento. A religião na TV cede à lógica do entretenimento para sobreviver nesse espaço cujo modo de funcionamento não é o seu.

Mesmo nas críticas mais pesadas de membros da instituição, reconhece-se a penetração e a forte relação da telenovela com a sociedade brasileira, algo que inúmeros estudos atestam (LOPES, 2003; HAMBURGER, 2005). Contudo, ao contrário dessa tradição de pesquisa, que investiga toda a complexidade que envolve essa relação desse gênero televisivo com a sociedade, a novela é vista geralmente de modo superficial e negativo. A renúncia católica à telenovela, então, ficaria circunscrita aos círculos mais conservadores da Igreja. Se o gênero é um dos mais assistidos no Brasil, um país marcadamente católico, é de se imaginar que muitos fiéis desobedecem às instruções ouvidas na missa de domingo. De maneira ambígua, alguns setores da Igreja contrariam essa postura e acreditam na novela enquanto instrumento de evangelização – ou seria *marketing*?

É importante frisar que se trata de uma relação ambígua, uma vez que mesmo canais considerados conservadores, como a Canção Nova, se utiliza do gênero. A crítica, nesse sentido, tem mais a ver com o que foi feito da telenovela pela TV secular, do que, propriamente, com o gênero em si. O problema com as novelas, então, reside nos conteúdos que ela veicula, havendo uma divisão entre as novelas “permitidas” e as “não permitidas” para os fiéis católicos.

O filtro que faz essa seleção é de ordem moral: assim, se a produção não fere os princípios morais cristãos, seu consumo não sofre represálias. A flexibilidade desse filtro, que parece ter uma predileção por temáticas leves e familiares, dependerá da orientação da emissora: quanto mais conservadora for a TV, mais rígidos serão os critérios de avaliação. Por isso, enquanto a Canção Nova condena a novela da Globo, a TV Aparecida chega a exibir uma trama global, mas o faz somente pela temática religiosa de fundo.

Concluimos destacando que por mais que se possa falar em um “catolicismo televisivo” dadas às características comuns das tramas ficcionais católicas nesta mídia, isso não significa que ele seja uniforme, o que fica demonstrado pelas diferenças nos modos de apropriação da TV Aparecida, mais aberta ao diálogo com setores seculares, e da Rede Vida, que transmitiu programação não religiosa. Já a Canção Nova parece centrar-se em produções de teor especificamente religioso.

Retomando as categorias elencadas anteriormente, desde o fim da veiculação de *Coração Esmeralda*, em 2019, nenhum canal católico exibiu ou produziu telenovelas – apenas a Canção Nova realizou alguns especiais sobre vida de santos. Contudo, mesmo com esse hiato, é de se supor que a crítica das novelas por setores católicos continue, dada a profunda ligação do gênero com debates da vida social brasileira. Logo, faz-se necessário um acompanhamento permanente desse fenômeno para a captação de novas ocorrências e outras possibilidades. Também se abre espaço para a construção de novas categorias que deem conta da complexidade das interações entre o meio católico e a telenovela; um caso mais recente que demanda estudos é a participação do padre Fábio de Melo em *Carinha de Anjo* (2016-2018), atuando como ele mesmo.

REFERÊNCIAS

ALVARENGA, R. **A Comunicação da Igreja Católica no Brasil: tendências comunicacionais da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil**. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Curso de Pós-graduação em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2016.

AQUINO, F. O mal que fazem as novelas. **Blog do Professor Felipe Aquino**. Cachoeira Paulista (SP), 4 nov. 2013. Disponível em:

<https://blog.cancaonova.com/felipeaquino/2013/11/04/o-mal-que-fazem-as-novelas/>. Acesso em: 20 jul 2019.

BARBOSA, L. Seriado "Intervenção" exhibe novo formato. **TV Canção Nova**. Cachoeira Paulista (SPP, 10 fev. 2014. Disponível em: <https://tv.cancaonova.com/intervencao/seriado-intervencao-exibe-novo-formato-2/>. Acesso em: 18 jul 2019.

BRAVO, Z. Myrian Rios critica novelas, fala da vida como missionária e diz viver em castidade há nove anos. **O Globo**, Cultura/TV. Rio de Janeiro (RJ), 6 fev. 2011. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/myrian-rios-critica-novelas-fala-da-vida-como-missionaria-diz-viver-em-castidade-ha-nove-anos-2828196>. Acesso em 2 jul 2021.

CARRANZA, B. **Catolicismo midiático**. Aparecida (SP): Ideias e Letras, 2011.

CORRÊA, E. Drama religioso ameno. **O Globo**. Rio de Janeiro, 7 jan. 1996. Disponível em: <https://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>. Acesso em 09 set. 2022.

COSTA, L. Novelas católicas invadem o horário nobre da CNT. **O Estado de S. Paulo**. São Paulo, 17 dez. 1995. Disponível em: <https://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>. Acesso em 09 set. 2022.

DA REDAÇÃO. Ouvir Jesus, não as novelas e fofocas, pede Papa. **Notícias Canção Nova**. Cachoeira Paulista (SP). 3 fev. 2015. Disponível em: <https://noticias.cancaonova.com/especiais/pontificado/francisco/homilia-casa-santa-marta/ouvir-jesus-nao-as-novelas-e-fofocas-pede-papa/>. Acesso em: 25 jul. 2017.

FELTRIN, R. Tributo a Marciano faz TV Aparecida derrotar Band, RedeTV e Cultura. **Splash**. São Paulo, 22 jan. 2019. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2019/01/22/tributo-a-marciano-faz-tv-aparecida-derrotar-band-redetv-e-cultura.htm>. Acesso em: 13 mar. 2021.

FELTRIN, R. SBT aposta alto contra Globo e estreia novela mais cara de sua história. In: **Coluna do Ricardo Feltrin**. São Paulo, 16 de maio 2018. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/ooops/2018/05/16/sbt-aposta-alto-contraglobo-e-estremovela-mais-cara-de-sua-historia.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 13 mar. 2021.

FILHO, G. S. R. Deus ex-machina: uma análise do fenômeno da telerreligião na mídia brasileira. **Comunicação & Informação**, Goiânia, GO, v. 18, n. 2, p. 53-72, jul./dez, 2015.

GOMES, P. G. **Da Igreja Eletrônica à sociedade em midiatização**. São Paulo: Paulinas, 2010.

HEPP, A. As configurações comunicativas de mundos midiatizados: pesquisa da midiatização na era da “mediação de tudo”. **Matrizes**, São Paulo, v.8, n. 1, p. 45-64, jan/jun, 2014.

HJARVARD, S. Da Mediação à Midiatização: a institucionalização das novas mídias. **Parágrafo**, v. 3, n. 2, p. 51-62, jul/dez, 2015.

GUERINI, E. “Irmã Catarina” abusa dos valores cristãos. **Folha de S. Paulo**, TV Folha, 17 mar. 1996a. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1996/3/17/tv_folha/17.html. Acesso em 09 set. 2022.

GUERINI, E. CNT aproveita polêmica religiosa na TV. **Folha de S. Paulo**, TV Folha, 21 jan. 1996b. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1996/1/21/tv_folha/5.html. Acesso em 09 set. 2022.

HALL, S. **Da Diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003.

HAMBURGER, E. **O Brasil antenado**: a sociedade da novela. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

LOPES, M. I. V. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, n. 26, p. 17-34, jan/abr, 2003.

MAISONNAVE, F. TV Século 21 tem ex-jogador e diretor global. **Folha de S. Paulo**, Poder. São Paulo (SP), 28 abr. 2013. Disponível em: <https://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>. Acesso em 09 set. 2022.

MOREIRA, S. Análise documental como método e como técnica. *In*: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2004.

PUNTEL, J. T. **Igreja e comunicação**: método de trabalho na comunicação. São Paulo: Paulinas/SEPAC, 2015.

REDE Vida lança série católica futurista. **Folha de S. Paulo**, Ilustrada. São Paulo (SP), 12 jun. 1998. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq12069809.htm>. Acesso em 09 set. 2022.

REIS, J. P. Quanto Custa Para Fazer Uma Novela? **Observatório da televisão**. São Paulo (SP), 1 jan 2017. Disponível em: <https://observatoriodatelevisao.bol.uol.com.br/curiosidade-da-tv/2017/01/quanto-custa-para-fazer-uma-novela>. Acesso em: 13 mar. 2021.

RICCO, F. Novela da Globo bate recorde de custo por capítulo. **Coluna do Flávio Ricco**. São Paulo, 14 set. 2013. Disponível em: <https://televisao.uol.com.br/colunas/flavio-ricco/2013/09/14/novela-da-globo-bate-recorde-de-custo-por-capitulo.htm>. Acesso em: 13 mar. 2021.

SILVA, M. B. S. A Igreja Católica e a Mídia - uma análise das estratégias ideológicas. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 24, 2001, Campo Grande. Anais. [...]. Campo Grande, 2001, p. 1-17.

SOUSA, M. T. Igreja eletrônica, religiosidade midiática, religiosidade midiaticizada: conceitos para pensar as relações entre mídia e religião. **MATRIZES**, v. 15, n. 1, p. 275-298, 2021.

WILLAIME, J.P. Les médias et les mutations contemporaines du religieux. **Autres Temps**, Cahier d'éthique sociale et politique. N. 69, p. 64-75, 2001.