

Telejornalismo na Rede Vida: da comunicação institucional à abertura ao pluralismo e ao diálogo¹

Michele Boff da Silva Limeira²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS

Universidade de Passo Fundo _ UPF

Resumo

O tema tratado no artigo é a comunicação católica. Recuperamos, num primeiro momento, aspectos teóricos sobre as diferentes concepções de comunicação que permeiam as práticas de uso dos meios de comunicação pelos católicos. A problematização está na falta de consenso sobre uma diretriz para a comunicação na Igreja, alimentada pelo debate entre a tendência à comunicação institucional e a perspectiva dialógica de comunicação. O objeto analisado é a produção jornalística da Rede Vida de Televisão, em particular, o telejornal “JCTV”.

Palavras-chave

Comunicação; telejornalismo; pluralismo; diálogo, religião.

Qual o uso dado aos meios eletrônicos de comunicação pela Igreja Católica? A questão move nossa trajetória de pesquisa acadêmica e está, em parte, representada neste artigo. A relação Igreja Católica – comunicação é, desde o princípio, conflituosa. Hoje, a falta de consenso sobre a política de comunicação dos católicos permanece e explica muito das dificuldades nas quais esbarram as práticas de comunicação. Dentre as tendências em conflito, destacamos a concepção dialógica. Partimos do pressuposto que o diálogo é fundamental à comunicação, assim como acreditamos que o jornalismo é um espaço privilegiado para fomentar o diálogo.

Propomos, aqui, refletir sobre estas questões a partir do objeto de nossa pesquisa, a Rede Vida de Televisão³. O jornalismo na emissora, em particular o telejornal “JCTV”, constitui o recorte de análise. Observamos, no jornalismo televisivo, a concepção de comunicação predominante e os indicativos da prática dialógica.

¹ Trabalho apresentado ao NP 12 – Comunicação para a Cidadania, no V Encontro de Núcleos de Pesquisa Intercom.

² Jornalista, formada pela Universidade do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – Unijuí; mestre em Comunicação Social e doutoranda pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, PUCRS. Professora da Universidade de Passo Fundo. Endereço eletrônico: m.boff@terra.com.br

³ A Rede Vida de Televisão é o objeto de estudo de nossa tese de doutorado, em desenvolvimento no curso de Pós-Graduação em Comunicação, da Pontifícia Igreja Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS).

1. Um olhar sobre as diferentes concepções de comunicação

As diferentes concepções de comunicação encontram-se nos documentos católicos. Em função da necessidade de delimitação, neste artigo, apresentamos uma síntese proposta pelos Estudos da CNBB, número 75. De acordo com a CNBB, desde os primórdios da imprensa, a Igreja Católica deu atenção a este assunto, porém, o interesse aumenta com o advento dos meios modernos de comunicação e pode ser compreendido a partir de três perspectivas: *saber*, *fazer* e *pensar*. Em consonância com o documento da CNBB, Gomes (2002) afirma que a posição da Igreja sobre a comunicação sofre profundas modificações ao longo dos anos. Para o autor, as manifestações eclesiais sempre estiveram ligadas a uma preocupação pastoral que se moveu dentro do marco da história da “educação”.

O estudo da CNBB aponta que, num primeiro momento, a Igreja se preocupou com a qualidade das mensagens que a mídia transmite, destacando a importância do *saber*:

Identificavam-se nessas mensagens as iléias que contrariavam a moral e os bons costumes, bem como o pensamento cristão sobre o mundo, as pessoas e as coisas. [...] O importante era ensinar, para que os usuários soubessem como agir diante das mensagens dos meios. Sabendo a verdadeira doutrina, as verdades morais e cristãs, os fiéis poderiam defender-se contra os perigos dos novos meios (ESTUDOS DA CNBB, 1997, n.75, p.12-13).

Naquele momento, a educação enfatizava o conteúdo, a transmissão de conhecimentos e de valores. O que valia era o *saber*. Neste modelo, “a comunicação é compreendida como transmissão de informações”. A Pastoral da Comunicação estava preocupada em “ensinar para que os usuários saibam como agir diante das mensagens dos meios (...)”, saibam “se defender contra os perigos dos novos meios” (GOMES, 2002, p. 337). As encíclicas *Vigilanti cura* e *Miranda Prorsus* fundamentam tal perspectiva.

No momento subsequente, a atenção da Igreja voltou-se para o “uso dos meios”, enfatizando a questão do *fazer*. Os meios técnicos de comunicação são vistos como “maravilhas do mundo moderno”. A eficácia da mídia é reconhecida para atingir a finalidade a que a Igreja se propõe:

Transmitir a mensagem evangélica para todos os cantos da terra. [...] Atingindo-se a pessoa e mudando-se o seu comportamento, far-se-á uma boa comunicação. Caso isso não aconteça, o erro reside na maneira de se utilizarem os meios, em si bons e instrumentos de comunhão e do progresso humano (ESTUDOS DA CNBB, 1997, n. 75, p.15).

A ênfase no *fazer* remete à educação que enfatiza os efeitos, a uma *educação manipuladora*. A comunicação é persuasiva: o emissor envia uma mensagem ao receptor, com vistas a seus efeitos. A Igreja não mais condena os meios. Entende-os como “instrumentos adequados para atingir as pessoas, moldar-lhes a personalidade, modificá-lhes o comportamento” (GOMES, 2002, p. 338). O posicionamento é apresentado no Decreto *Inter Mirifica* e na Instrução *Communio et Progressio*. A preocupação passa a ser a utilização dos meios para transmitir a mensagem evangélica por todos os cantos da terra.

A percepção da Igreja sobre os meios de comunicação modifica-se com o tempo, e sua preocupação volta-se para o processo comunicacional, que se estabelece entre os indivíduos e a sociedade em geral. Busca-se valorizar o *pensar* e objetiva-se que o ser humano seja um emissor/receptor, tendo garantido seu direito à comunicação. Propondo o *pensar*, a Igreja visa "compreender os mecanismos que impedem os indivíduos e as comunidades serem sujeitos ativos de sua comunicação" (ESTUDOS DA CNBB, 1997, n. 75, p.15). Com essa idéia, emergem as críticas ao monopólio, existente neste setor no Brasil. O *pensar* está vinculado ao modelo de *educação problematizadora*, baseada no método ação-reflexão-ação. A Pastoral da Comunicação deseja realizar uma educação para a comunicação; ou, ainda, quer que o homem seja um emissor-receptor, tendo em vista a comunicação dialógica (GOMES, 2002, p. 339). A *Carta aos Comunicadores* e o texto-base da Campanha da Fraternidade -1989, por exemplo, explicitam a compreensão da comunicação como *pensar*.

A CNBB afirma que as compreensões *saber*, *fazer* e *pensar* coexistem, até hoje, convivendo dialeticamente, e que, portanto, "a Igreja não possui uma diretriz clara com respeito à Comunicação Social". O desafio é a "obtenção de um consenso mínimo entre os diferentes segmentos que constituem a macrossociedade eclesial, a respeito das bases teóricas sobre as quais deve construir uma política de comunicação" (ESTUDOS DA CNBB, 1997, n.75, p.22 e 27).

Para Gomes (2002), a coexistência das diferentes fases da compreensão da comunicação caracteriza os anos 90. O autor reconhece a falta de uma diretriz para a comunicação na Igreja e adverte sobre a ênfase no *fazer*. Gomes (2004) observa a

tendência, nos anos 90, da perspectiva do que denomina *comunicação institucional*⁴. Nela, a preocupação volta-se para os conteúdos das mensagens, “para que sejam reproduções fiéis do ideário da instituição”. Identificamos essa perspectiva ao longo dos diferentes documentos, com ênfase na fase pós-conciliar, com a *Communio et Progressio* e a *Aetatis Novae*.

“Compreende-se, assim, a facilidade com que os veículos católicos de comunicação se convertem em porta-vozes das autoridades eclesiásticas, funcionando como uma espécie de assessoria de imprensa em tempo permanente” (GOMES, 2004, p. 251). O autor afirma que a Igreja no Brasil debate-se entre duas posturas: o *pensar* e o *fazer*. Diante disso, sugere a obtenção de um consenso mínimo: a Igreja precisa superar o conflito entre a concepção instrumentalista e a concepção culturalista e dialética dos processos comunicacionais⁵.

Os conflitos internos e as dificuldades enfrentadas pela Igreja Católica em relação aos meios de comunicação levam-nos a acreditar que os católicos precisam se encaminhar para um consenso que privilegie uma abertura para o diálogo intra-ecclesial e com os homens e a sociedade. O compromisso dos católicos, do nosso ponto de vista, é comunicar para o mundo, não apenas para o interior da Igreja. Queremos sugerir, com isso, que a Igreja deve estar aberta ao diálogo com a sociedade globalizada, mas, ao mesmo tempo, plural. A comunicação requer o diálogo, cuja prática não acontece sem a aceitação do pluralismo.

1.1. A concepção dialógica

O conceito de ação-comunicativa, de Jürgen Habermas (1987), embasa nosso entendimento sobre a relação comunicação e diálogo. De modo geral, Habermas sintetiza a ação-comunicativa como:

la interacción de a lo menos dos sujetos capaces de language y de acción que (ya sea con medios verbales o con medios extra-verbales) entablan una relación interpersonal. Los actores buscan entenderse sobre una situación de acción para poder así coordinar de común acuerdo sus planes de acción y com ello sus acciones. El concepto aquí central, el de interpretación, se refiere primordialmente a la negociación de definiciones de la situación susceptibles de consenso (1987, p. 124).

⁴ Gomes (2004) analisa e identifica nas experiências institucionais práticas, outra vertente para se contemplar os caminhos da comunicação da Igreja. Numerosos grupos vinculados à Igreja sustentam, entre os anos 60 e 80, a utopia da comunicação dialógica – concepção midiática e dialética dos processos comunicacionais. Tal perspectiva, segundo Gomes, nos anos 90, é substituída pela *comunicação institucional*.

⁵ Conforme Gomes (2004, p. 252), a concepção instrumentalista baseia-se no princípio de que a Igreja é um corpo uniforme que detém a verdade acabada, cabendo às autoridades da instituição transmitir a herança cultural. Já a visão culturalista e dialética entende que o diálogo com o homem moderno parte da sua aceitação como interlocutor.

Segundo Habermas, a ação-comunicativa pressupõe a linguagem como meio de entendimento⁶. O entendimento lingüístico é o mecanismo de coordenação da ação, para que os participantes possam constituir uma interação:

El concepto de acción comunicativa presupone el lenguaje como un medio dentro del cual tiene lugar un tipo de proceso de entendimiento en cuyo transcurso los participantes, al relacionarse con un mundo, se presentan unos frente a otros con pretensiones de validez que pueden ser reconocidas o puestas en cuestión (HABERMAS, 1987, p. 143).

Na interação, Habermas pressupõe que os participantes mobilizam o potencial da racionalidade, englobando as relações com os três mundos: o mundo objetivo; o mundo social; e o mundo subjetivo⁷. Esse movimento permitiria aos participantes chegar ao entendimento. A manifestação dos atores deve, conforme Habermas, sustentar-se em três pretensões: a de que o enunciado é verdadeiro (relação com o mundo objetivo); a de que o ato da fala esteja adequado em relação ao contexto normativo vigente (relação com o mundo social); e por fim, a de que a intenção expressa pelo falante coincida realmente com o que ele pensa (relação com o mundo subjetivo).

A comunicação desenvolve-se, assim, “no quadro dos processos de interação estruturados simbolicamente pela linguagem, baseia-se em regras sociais, que fixam determinadas expectativas mais ou menos recíprocas de comportamento e possibilitam o entendimento entre os homens” (RÜDIGER, 2003, p. 92). Se pensarmos a comunicação, desse ponto conceitual, o diálogo torna-se fundamental. O conceito de ação-comunicativa permite-nos pressupor que comunicação e diálogo estão interligados e dependem um do outro. Por isso, entendemos o diálogo como primordial à comunicação na e da Igreja. Cabe afirmar, portanto, que a compreensão que temos de diálogo relaciona-se àquela dada pela Igreja Católica, em documentos oficiais que, do nosso ponto de vista, pode ser, também, entendida teoricamente a partir da relação com a comunicação, estabelecida com base no conceito de ação-comunicativa.

⁶ Entendimento, de acordo com o autor, remete a um acordo racionalmente motivado, alcançado entre os participantes, que se mede por pretensões de validez suscetíveis de crítica. Outro conceito-chave aqui é o de racionalidade comunicativa, relativo às diversas formas de desempenho discursivo de pretensões de validez e às relações que, em suas ações comunicativas, os participantes entabulam com o mundo para “reclamar” validez para suas manifestações ou emissões (1987, p. 110-111).

⁷ Habermas adota estes conceitos de mundos baseado em I. C. JARVIE, **Concepts and Society**. Londres, 1972.

Comunicação e o diálogo estão relacionados à missão da Igreja. A Igreja tem como missão primeira anunciar o Evangelho:

Assim como o Filho foi enviado pelo Pai, assim também Ele enviou os Apóstolos (cfr. Jo. 20,21) dizendo: «ide, pois, ensinai todas as gentes, batizai-as em nome do Pai e do Filho e do Espírito Santo, ensinai-as a observar tudo aquilo que vos mandei. Eis que estou convosco todos os dias até à consumação dos séculos» (Mt. 28, 19-20). A Igreja recebeu dos Apóstolos este mandato solene de Cristo, de anunciar a verdade da salvação e de a levar até aos confins da terra (cfr. Act. 1,8) (CONSTITUIÇÃO LUMEN GENTIUM, 1964, item 17).

A “obra da evangelização” é sinônima de “comunicar” o evangelho. A comunicação/evangelização requer o encontro com o outro, a *interação* com o outro, prática que, por sua vez, sintetiza-se no diálogo. Ou seja, entendemos que a missão da Igreja é, também, a comunicação, cuja prática pressupõe o diálogo:

A comunicação é feita de emissão e recepção, mas o ciclo comunicativo somente se completa quando emissor e receptor trocam os papéis entre si. Para comunicar-se é preciso emitir uma mensagem e receber o eco que produz, falar e escutar. A Igreja anuncia o Evangelho e ao mesmo tempo escuta a mensagem que lhe chega desde a história humana. Por isso, precisa conhecer as filosofias, as ideologias, as coordenadas culturais dos seus destinatários. Deve manter-se num diálogo permanente com os destinatários da missão. Somente este diálogo torna possível e efetiva a comunicação da mensagem cristã. O diálogo e a comunicação intra-ecclesial devem prolongar-se num diálogo e numa comunicação da Igreja com a humanidade (DÍEZ, 1997, 319-320).

Comunicação e diálogo estão imbricados. A comunicação efetiva-se no diálogo. O diálogo, de acordo com Díez, “é uma condição de possibilidade para o exercício da missão eclesial, que consiste primordialmente na evangelização” (1997, p. 449). “Do anátema ao diálogo”. É assim que Díez (1997) intitula a mudança enfrentada pela Igreja Católica no Concílio Vaticano II, que marcou o início de um novo modelo de comunicação – a era do diálogo. No Concílio Vaticano II, conforme analisa Díez,

o diálogo foi apresentado como uma tarefa ampla. Os interlocutores eram muitos. Supunha-se longo o tempo para o acordo e o consenso ecumênico. A própria assembleia conciliar era um laboratório de diálogo intra-ecclesial, de comunicação dialogal entre as diversas correntes eclesiais que entraram em acordo no Concílio. Este assentou as bases para o diálogo com as Igrejas da ortodoxia católica no decreto **Orientalium Ecclesiarum**. Optou pelo diálogo ecumênico com as denominações cristãs não-católicas no decreto **Unitatis reintegratio**. Pediu um diálogo a fundo com as religiões não-cristãs na declaração **Nostra aetate**. E entabulou um diálogo aberto com toda a sociedade humana em torno dos

problemas, angústias, esperanças, ideologias, projetos [...] do homem contemporâneo na constituição dogmática **Lumen gentium** e, sobretudo, na constituição pastoral **Gaudium et spes**, sobre a Igreja no mundo atual (1997, p.444).

O Concílio Vaticano II enfatiza a importância do diálogo no interior da Igreja. Além do diálogo intra-eclesial, o Concílio II refere-se à necessidade do diálogo entre a Igreja e o mundo moderno. Segundo os documentos conciliares, a Igreja dialoga com o mundo quando se oferece a ele para ajudar a entender os problemas da vida humana, bem como quando busca nele informações para se conhecer mais profundamente ou para se aperfeiçoar.

Contudo, a prática comunicativa sustentada no diálogo não se consolida facilmente. Dentre as dificuldades, está o pluralismo característico de nossas sociedades atuais. “O grande desafio do comunicador cristão, hoje, está na capacidade de conhecer, perceber e estabelecer relação com os valores e conflitos gerados pela cultura pós-moderna” (PESSINATTI, 1998, p.325). A aceitação de uma sociedade pluralista é condição para o diálogo, cuja prática se sustenta na diferença e na alteridade. Pessinatti refere-se ao “diálogo com a cultura e a sociedade pluralista” como uma linha política indispensável para a realização da missão da Igreja Católica no campo da comunicação.

O espaço televisivo é considerado, aqui, como pertinente à manifestação do plural. A televisão oferece condições para que a Igreja dialogue com o mundo. O jornalismo, ao produzir as notícias, pode favorecer a aproximação Igreja-mundo, fomentando a comunicação dialógica. Os programas jornalísticos são lugares, no nosso entender, na grade das emissoras católicas, apropriados para dar voz ao pluralismo da sociedade. O “outro” pode se fazer presente nas práticas televisivas católicas através do telejornalismo.

2. A Rede Vida

A “pupila eletrônica” da Igreja Católica, como denomina Dias (2001, p.43), é a Rede Vida de Televisão. O seu nascimento é um marco na história dos católicos brasileiros na mídia televisiva. Ter um canal de televisão envolve e envolveu, até os dias de hoje, uma série de discussões em torno de seu uso. Entre os católicos, a televisão é vista por muitos como um formidável meio de evangelização. Entretanto, não faltam críticas às práticas que vêm se efetivando nos dias de hoje. O editorial da revista Perspectiva Teológica (set-dez/2002), por exemplo, afirma que a Igreja não tem sabido manejar a TV de modo

eficiente: a linguagem está carregada de pieguice; a programação limita-se a um público católico, quando não a idosos e doentes; há carência de profissionais com bom nível técnico. “As TVs já estão repletas de gente falando sandices. Um programa que seja deveras evangelizador distingue-se tanto pela forma quanto pelo conteúdo” (Perspectiva Teológica, 2002, p. 295).

Os problemas estendem-se, inclusive, à Rede Vida. E como tal, manifestam-se na sua história. A Rede Vida, dirigida pelo Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã (INBRAC), com auxílio de conselheiros da CNBB, iniciou suas transmissões em 20 de junho de 1995, cobrindo, na época, cerca de 800 cidades, em todos os estados do Brasil (DIAS, 2001, p.45). O início das transmissões vem antecedido por uma história de negociações.

O canal da Rede Vida é uma concessão feita pelo governo José Sarney, em 1991, ao empresário João Monteiro de Barros Filho, que comanda o Grupo Independente, no interior de São Paulo (Barretos), formado por cinco emissoras de rádio e um jornal. Rede Vida é o nome fantasia da emissora, formalmente denominada “TV Independente”. Barros, amigo do bispo de Barretos, Dom Antonio Maria Mucciolo, procurou-o para oferecer a outorga do canal à Igreja Católica. Após negociações com a CNBB, que não aceitou assumir o canal, o projeto da Rede Vida começa a ser colocado em prática com a fundação do INBRAC, em 17 de dezembro de 1992. O INBRAC é o órgão mantenedor da TV católica, que passou a ser denominada Rede Vida de Televisão. A família Monteiro fez a doação do terreno onde foram construídas as instalações da nova emissora, em São José do Rio Preto, São Paulo.

Sem fins lucrativos e sem vínculo com a CNBB, o INBRAC é uma associação civil que pode “realizar, patrocinar e promover, direta e indiretamente, iniciativas de atuação sobre os veículos de comunicação social, de forma a propagar e difundir a mensagem cristã, buscando, principalmente, o respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família” (BARROS FILHO, 2003, p.37). Ismar de Oliveira Soares⁸ acredita que o Inbrac “tem como grande função representar a catolicidade do veículo perante a própria Igreja e fornecer um amparo administrativo para Monteiro”.

⁸ Ismar de Oliveira Soares expôs, em entrevista concedida à autora, dia 27 de janeiro de 2005, em Porto Alegre, aspectos históricos sobre sua participação no processo de instalação da Rede Vida.

A partir de 1994, o conselho superior do INBRAC intensificou seu trabalho para que a emissora iniciasse suas transmissões em 1995. Primeiro de maio de 1995 é a data em que a Rede Vida entra no ar em caráter experimental. Na época, a emissora transmitia diariamente a missa, o terço e o programa “Vida na Paróquia”. Aos sábados e domingos, tinha uma programação especial.

Seu alcance ainda era limitado. Hoje, a Rede Vida é constituída por uma emissora e 325 retransmissoras, cobrindo praticamente 100% do território nacional, porém com uma audiência insignificante (Veja, 2003, p.101-102). Segundo matéria da revista Painel (2003, p.15), a audiência da emissora é de 3% e atinge as classes A e B, com a faixa etária adulta/idosa. Em entrevista⁹, Monteiro Filho (2004) afirma que a Rede Vida não tem contratos com empresas medidoras de audiência. Segundo ele, os índices de audiência, na época em que eram medidos em São Paulo, prejudicavam as negociações comerciais.

Atualmente, o contrato da EMBRATEL garante cobertura da Rede Vida em todo o território nacional, com mais de dois milhões de antenas parabólicas. A cobertura atinge 502 cidades brasileiras, que somam cerca de 94 milhões de pessoas (Censo Demográfico, IBGE). A emissora também oferece a possibilidade de 7,5 mil paróquias participarem de uma rede de formação, informação e transformação evangélica à distância. A Rede Vida opera como TV aberta comercial, com sinal nacional pela NET, antenas parabólicas, TVs a Cabo NET, TVA, canais por assinatura como DirecTV e Tecsat e Sistemas Independentes, VHF e UHF (Meio e Mensagem, maio 2000).

A expansão da Rede Vida levou-a a instalar estúdios auxiliares nos grandes centros do país. A primeira base foi montada em São Paulo, em parceria com o Sindicato da Pequena e Microempresa do Estado de São Paulo. Em Porto Alegre, com auxílio do arcebispo emérito Dom Altamiro Rossetti, foi instalado um estúdio auxiliar, no qual são produzidos e editados programas e matérias jornalísticas. Em 13 de maio, a Rede Vida de Televisão inaugurou os estúdios de Brasília. A Rede Vida também possui estúdio auxiliar no Rio de Janeiro. A produção jornalística da emissora está descentralizada devido à atuação dos estúdios.

⁹ Entrevista concedida por João Monteiro de Barros Filhos à autora, dia 16 de julho de 2004, em Barretos, São Paulo.

Paralelo ao crescimento do alcance nacional do sinal da Rede Vida, mantém-se o debate em torno da programação. A programação inicial foi elaborada com base no primeiro estatuto do INBRAC, que manifesta a intenção de prestar serviços à Igreja Católica no Brasil, buscando difundir o respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família. A tendência a programas religiosos mantém-se ainda hoje. A marca foi deixada pela atuação do produtor televisivo, Ricardo Carvalho. Conforme conta Soares (2005), o produtor

tinha uma teoria. O Brasil católico era um *target* de 80 milhões de consumidores, de fiéis. E esses 80 milhões precisavam ver na televisão os símbolos católicos. Então os padres tinham que fazer aquilo que eles faziam na igreja, porque aí o povo os reconheceria. Ele foi o grande incentivador de trazer o signo católico para dentro da tela da televisão. Portanto, ele acabou dando as normas...

Na época em que entra no ar, a Rede Vida transmitia uma missa diária, atendendo ao desejo de seu idealizador, João Monteiro de Barros Filho. Nos primeiros dias, a programação constava apenas da missa (ao vivo) e do terço. As missas despertam interesse de padres e de fiéis. O espaço se tornou pequeno, levando à construção do Santuário da Rede Vida, inaugurado no dia 30 de novembro de 1999, na cidade de São José do Rio Preto. O Santuário é utilizado pela Rede Vida de Televisão para as transmissões diárias e dominicais. A obra, que contou com o empenho do fundador, João Monteiro de Barros Filho, demonstra a permanência dos interesses por uma programação eclesial. O Santuário da Vida fortaleceu a importância das missas na programação.

Numa observação inicial da grade de programação, constatamos que a maioria dos programas é de caráter religioso, dentre os quais o terço, as missas e as pregações. Em seguida, está o jornalismo, com programas em diversos formatos. As linhas gerais da Rede Vida levam para uma prática de comunicação voltada para o interior da Igreja, instrumentalista e preocupada com o domínio do conteúdo. Porém, a presença de outros programas, como os jornalísticos, revela a possibilidade da emissora ultrapassar as barreiras históricas e alcançar a comunicação dialógica. Mas isso depende muito do modo como vem usando tais programas.

2.1. Jornalismo na Rede Vida: o “JCTV”

Dentre os programas jornalísticos da emissora, enfocamos o “JCTV”. É o principal telejornal da emissora, com transmissão diária, de segunda-feira a sábado. Durante a

semana, ou seja, de segunda a sexta-feira, o telejornal é apresentado em três edições diárias, às 7 horas, às 12 horas e 30 minutos e às 18 horas e 30 minutos. Às 7 horas, é apresentado por Luiz Carlos Fabrini, exibindo matérias extraídas de outros telejornais, como o “Edição Nacional” e o “Jornal da NBR”. Às 12 horas e 30 minutos, veicula matérias da edição das 18h30 do dia anterior, com roteiro alterado, e é apresentado pela jornalista Luciana Martins. A edição das 18h30 é apresentada por Andréa Bonatelli, a editora do programa, ao vivo. Aos sábados, o “JCTV” vai ao ar às 12 horas e 30 minutos, reproduzindo matérias transmitidas pela edição das 18h30 da sexta-feira, porém com novo roteiro. Analisaremos o “JCTV” das 18 horas e 30 minutos, de segunda a sexta-feira, totalizando cinco edições, no período de 12 a 16 de julho de 2004¹⁰.

As edições veiculam, basicamente, notícias referentes a acontecimentos da Igreja Católica, de todo o Brasil. Contam com a inserção de matérias produzidas e editadas em diversos estados, enviadas pelos jornalistas dos estúdios do Rio de Janeiro, de Brasília, de São Paulo e de Porto Alegre, bem como por colaboradores das dioceses de todo Brasil. A edição, na maioria dos casos, é feita em São José do Rio Preto, seguindo roteiro elaborado pela editora ou revisado por ela. São dois blocos, de, em média, 15 minutos cada, compostos por reportagens, notas cobertas, boletins, notas e comentários. O “JCTV” está no ar desde 1º de abril de 1997, o dia de fundação do Jornal “O Diário de Barretos”, do Grupo Independente. É o único telejornal produzido pela Rede Vida.

O “JCTV” tem no processo de produção a possibilidade de tornar-se um lugar na grade de programação da Rede Vida para a manifestação da pluralidade, contribuindo com a aproximação Igreja-mundo. Há nele uma concepção de descentralização: o “JCTV” está aberto para que colaboradores, dos mais variados lugares do Brasil, enviem matérias para veiculação. A idéia guarda em si o pluralismo e viabiliza que a emissora, localizada no interior de São Paulo, faça jornalismo “em rede” para todo o Brasil, com olhares diferentes sobre os acontecimentos nacionais. Entretanto, esbarra, entre outros entraves, na trajetória histórica da emissora que prioriza o conteúdo eclesial. O telejornal é produzido, em grande parte, com matérias enviadas pelos colaboradores. São pessoas, leigas ou religiosas,

¹⁰ O período constituiu o recorte de nossa tese de doutorado. Nestes dias, além da agravação dos programas, realizamos observação participante da produção dos mesmos, na sede da Rede Vida, em São José do Rio Preto, São Paulo. Os dados coletados na observação participante serão utilizados neste artigo para uma primeira análise do “JCTV”.

vinculadas a dioceses, paróquias ou assessorias de imprensa. Todas são autorizadas pelos respectivos bispos e, segundo a editora do JCTV, Andréa Bonatelli¹¹, são responsáveis pelas informações transmitidas.

Nas cinco edições observadas, de 89 matérias, incluindo nota ao vivo, nota coberta, boletim e reportagem¹², 81 foram enviadas à Rede Vida pelos colaboradores. Os colaboradores atuam de cinco modos distintos: envio de matérias prontas, já editadas, como é o caso das produzidas pelos estúdios auxiliares da Rede Vida; envio de imagens, textos (*off*) e roteiro para edição ser executada em São José do Rio Preto; envio de imagens e textos, para a construção do roteiro ser realizada pela equipe de São José do Rio Preto; envio de imagens, para que texto e roteiro sejam feitos em S. J. Rio Preto; e, por fim, através da gravação de notas por telefone.

Nas edições do período em análise, os estúdios auxiliares colaboraram com 13 matérias. Os demais colaboradores, com 25. Foram editadas 43 notas gravadas por telefone, de em média 30 segundos. A Rede Vida, em São José do Rio Preto, produziu oito matérias. Podemos afirmar que a produção própria da Rede Vida inclui estas últimas e as notícias produzidas nos estúdios auxiliares. Portanto, o “JCTV” depende, em grande parte, dos colaboradores de dioceses e paróquias de todo Brasil. Os colaboradores não têm vínculo profissional e oficial com a Rede Vida e participam voluntariamente, com liberdade de escolha das pautas e fontes. A maioria prioriza temas religiosos, quase sempre relacionados à diocese ou à paróquia a que pertencem. Das 25 matérias enviadas pelos colaboradores, 20 tratam de assuntos católicos. Todas as 43 notas apresentam notícias curtas sobre eventos católicos. O conteúdo eclesial se faz presente no telejornal, também, através da participação, diária, do bispo de Joinvile. Em todas as edições, o padre faz um comentário teológico. O quadro não tem lugar fixo no programa e não satisfaz a editora Andréa Bonatelli (2004): “Essa participação não tem validade jornalística”, afirma.

O “JCTV” é, sem dúvida, um informativo televisivo sobre a Igreja Católica no Brasil. Devemos reconhecer que a pluralidade está presente devido à multiplicidade proporcionada pelo trabalho dos colaboradores. Mas, o plural limita-se à diversidade que compõe a própria

¹¹ Entrevista concedida à autora durante a realização da observação participante, em São José do Rio Preto, dia 13 de julho de 2004.

¹² Formas de apresentação de notícias. MACIEL, Pedro. **Jornalismo de televisão**. Porto Alegre : Sagra Luzzato, 1995

Igreja. O “JCTV” contribui com o diálogo intra-eclesial, mas enfatiza o *fazer*, concretizando práticas de *comunicação institucional*.

A linha editorial do “JCTV” é, a princípio, católica, mas há o desejo de mudança. O diretor de programação, Ivan Cunha¹³, afirma que esse telejornal tem como foco as notícias da Igreja. A editora Andréa Bonatelli (2005) confirma: a linha editorial é católica. Mas afirma que a direção orienta para a abertura do telejornal a outras pautas, não católicas. Segundo ela, a mudança é difícil porque os colaboradores estão “viciados” na produção de notícias sobre a Igreja. “Aos poucos vamos orientando para que mostrem outras coisas, não notícias de dioceses”.

Os indícios de abertura existem. Mas as mudanças não dependem somente da superação dos “vícios” dos colaboradores. Falta-lhes formação profissional e estrutura física / técnica adequada. Muitas matérias chegam à Rede Vida sem qualidade de imagens e textos, inviabilizando a edição e a veiculação. Os problemas são visíveis nas edições do programa e também nas reclamações dos editores:

O cara fala, fala e não tem imagem sobre o que ele fala. Fica difícil casar as imagens. Não tem nexos. Seu João (refere-se ao presidente da RV) diz que a Rede Vida é de todos os católicos. Se é assim, com tanta Igreja por aí, bem que umas poderiam comprar uma câmera melhor, pagar um curso pra ensinar a fazer as imagens melhor e mandar matéria boa. Já estou há dez anos aqui e é sempre a mesma coisa. Sempre os mesmo que mandam matéria. Todo ano a mesma coisa. Eu acho o jornalismo daqui ruim. Eu já tentei assistir e dormi. Você não dorme quando assiste?¹⁴

A produção baseada nos colaboradores acaba por prejudicar, além da qualidade técnica do telejornal, também a atualidade das notícias. As “fitas” com as imagens chegam à Rede Vida pelo correio. Alguns colaboradores esperam acumular imagens para diferentes matérias a fim de aproveitar melhor a postagem. Os acontecimentos perdem a atualidade, fundamental à televisão.

As notícias produzidas pela equipe de jornalismo de São José do Rio Preto limitam-se a sete notas (lidas ao vivo pela apresentadora), sendo seis delas sobre religião e uma sobre cultura. A Rede Vida de Rio Preto produziu, também, uma reportagem sobre a Casa de Anchieta, projeto social encabeçado pelo Grupo Independente. Os interesses institucionais são evidentes. Coube à Rede

¹³ Entrevista concedida à autora, durante a realização da observação participante, em São José do Rio Preto, dia 10 de julho de 2004.

¹⁴ A declaração é de um dos editores técnicos da Rede Vida de São José do Rio Preto. O comentário foi coletado durante a observação participante. Preferimos não mencionar nomes dos funcionários da emissora, com exceção daqueles que nos concederam entrevista.

Vida de Rio Preto, ainda, a produção de dois quadros fixos no “JCTV”: a agenda (notas curtas sobre eventos católicos e gerais) e a previsão do tempo.

Na produção dos estúdios auxiliares da Rede Vida estão os principais indícios de que o “JCTV” pode vir a constituir-se um espaço, numa emissora católica, para a manifestação do pluralismo. As matérias das cinco edições, com mais qualidade técnica, têm origem nestes estúdios, onde atuam jornalistas e há infra-estrutura e equipamentos adequados. Além disso, notícias dão indicativos de abertura e de superação da *comunicação instrumentalista*, ainda alimentada pela maioria dos colaboradores.

Uma estratégia encontrada para isso, ao que nos parece, é a prioridade a pautas que se referem, de algum modo, a atividades católicas, ligadas à Igreja ou não, mas que despertam o interesse público geral. Pautas sobre ações sócio-educativas noticiam fatos da Igreja, mas abordam temas de interesse geral, tal como uma campanha de arrecadação de brinquedos no Rio de Janeiro. A campanha, pautada dia 13 de julho, estava vinculada à Igreja; a fonte utilizada foi um padre; porém, o assunto era de interesse público. O mesmo ocorre em matéria produzida pelo jornalista de Porto Alegre, sobre o lançamento de uma cartilha com orientações sobre política (2004 foi ano de eleições municipais), pela arquidiocese de Porto Alegre.

Outro exemplo é a matéria produzida e editada pelo jornalista de Porto Alegre, que pautou o “aborto de fetos anencéfalos”, abordando um tema atual, de interesse público e que envolve a Igreja Católica. Deu voz (fontes) a um jurista, a um professor de Direito Constitucional, a um padre e a um advogado. A opinião da Igreja dividiu espaço com outras opiniões. A estratégia repete-se em outras matérias produzidas em Porto Alegre: uma sobre educação no trânsito, outra sobre um programa de qualificação profissional. Ambas têm relação com a Igreja Católica, mas o enfoque dado torna a pauta de interesse geral, transpondo os limites da *comunicação institucional, do fazer*, para então se aproximar do outro, deixá-lo falar, ouvi-lo e compartilhar com ele opiniões sobre o mesmo assunto, porém diferentes.

A concepção de comunicação, baseada no *saber/fazer*, permeia a rotina estabelecida pelos colaboradores voluntários de dioceses e paróquias, manifestando-se no “JCTV” através da presença de notícias sobre a Igreja Católica, e garantindo a existência de um telejornal “porta-voz” da Igreja. Além disso, o debate entre a perspectiva de *comunicação institucional* e a perspectiva do *pensar*, voltada para uma comunicação dialógica, se estabelece nas próprias práticas jornalísticas do “JCTV”. A veiculação de outras notícias, não católicas e de interesse geral, concomitante a matérias sobre a Igreja Católica, reflete a falta de consenso apontada pela CNBB, bem como revela indícios do desejo de mudança e de abertura. O “JCTV” ainda não tem uma diretriz clara sobre seu futuro, mas deixa entender, nas entrelinhas da produção, que pode transformar-se num espaço, na grade de

programação da Rede Vida, de aproximação Igreja-mundo, contribuindo para que o diálogo entre católicos e outras visões de mundo ocorra.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARROS FILHO, João Monteiro de. **O que é Inbrac**. São Paulo: Inbrac/Rede Vida, 2003.
- DIAS, Arlindo Pereira. **Domingão do cristão**: Estratégias de comunicação da Igreja Católica. São Paulo: Salesiana, 2001.
- DÍEZ, Felicísimo Matínez. **Teologia da comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1997.
- GOMES, Pedro Gilberto. Contribuições do cristianismo para as idéias comunicacionais da América Latina. In: HOHLFELDT, Antonio. GOBBI, Maria Cristina (org). **Teoria da Comunicação**: antologia de pesquisadores brasileiros. Porto Alegre : Sulina, 2004.
- _____. Decifra-me ou te devoro... sobre a evangelização e a mídia do ponto de vista da comunicação. In: **Perspectiva Teológica** n. 34, 2002.
- HABERMAS, Jürgen. Teoria de la acción comunicativa y estudios previos. Madrid : Cátedra, 2001
- MACIEL, Pedro. **Jornalismo de televisão**. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 1995.
- PESSINATTI, Nivaldo Luiz. **Políticas de comunicação da Igreja Católica no Brasil**. Petrópolis/São Paulo: Vozes/Unisal, 1998.
- RÜDIGER, Francisco. **Introdução à teoria da comunicação** – problemas, correntes e autores. São Paulo : Edicon, 2003.
- Documentos**
- CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. **Igreja e Comunicação, rumo ao novo milênio**. São Paulo: Paulus, 1997. [Estudos da CNBB, n.75]
- CONSTITUIÇÃO DOGMÁTICA *LUMEN GENTIUM* SOBRE A IGREJA. Concílio Vaticano II, 1964
- Periódicos**
- ALMANAQUE ABRIL – Brasil 2002. 28.ed. Ed. Abril.
- MARTHE, Marcelo; VALLADARES, Ricardo. Os católicos contra-atacam. **Revista Veja**, São Paulo, n.40, p.97-103, out. 2003.
- MEIO E MENSAGEM. Maio, 2000.
- PAINEL – Ciência e Cultura. n.42, dez. 2003.
- PERSPECTIVA TEOLÓGICA. n. 34. Belo Horizonte, 2002.
- Entrevistas**
- BARROS FILHO, João Monteiro de. Entrevista concedida à autora em 16 de julho de 2004, Barretos.
- BONATELLI, Andréa. Entrevista concedida à autora em 13 de julho de 2004, São José do Rio Preto.
- CUNHA, Ivan. Entrevista concedida à autora em 10 de julho de 2004, em São José do Rio Preto.
- SOARES, Ismar de Oliveira. Entrevista concedida à autora em 27 de janeiro de 2005, Porto Alegre.