

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

Giulliano Placeres

O empreendedorismo econômico-televisivo da Rede Vida

São Carlos (SP)

2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

GIULLIANO PLACERES

O EMPREENDEDORISMO ECONÔMICO-TELEVISIVO DA REDE
VIDA

Dissertação apresentada como requisito para a obtenção do título de Mestre em Sociologia no Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de São Carlos

Orientador: Prof. Dr. André Ricardo de Souza

SÃO CARLOS (SP)

2015

Ficha catalográfica elaborada pelo DePT da Biblioteca Comunitária UFSCar
Processamento Técnico
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

P697ee Placeres, Giulliano
O empreendedorismo econômico-televisivo da Rede
Vida / Giulliano Placeres. -- São Carlos : UFSCar,
2016.
121 p.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal de
São Carlos, 2015.

1. Comunicação social. 2. Concorrência religiosa.
3. Empreendedorismo econômico. 4. Sociologia da
religião. 5. Rede Vida. I. Título.




Folha de Aprovação


Assinaturas dos membros da comissão examinadora que avaliou e aprovou a Defesa de Dissertação de Mestrado do candidato Giulliano Placeres, realizada em 24/06/2015:



Prof. Dr. Andre Ricardo de Souza
UFSCar



Prof. Dr. Jacob Carlos Lima
UFSCar



Prof. Dr. Flávio Munhoz Sofiati
UFG

AGRADECIMENTOS

Agradeço todos os envolvidos direta e indiretamente na realização deste trabalho. Ao Programa de Pós Graduação em Sociologia da Universidade Federal de São Carlos, à FAPESP (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo), agência financiadora, aos amigos que fiz durante esse período e que me auxiliaram em todo este processo, em especial aos integrantes do Núcleo de estudos em Religião, Economia e Política. Agradeço também ao meu orientador, Professor Doutor André Ricardo de Souza, por toda a dedicação, empenho e compreensão que foram fundamentais para que este trabalho pudesse ser realizado. Agradeço especialmente à minha mãe, Sandra Lucia, que desde cedo me incentivou a leitura assim como os estudos, sendo o meu exemplo de determinação.

O maior inimigo do conhecimento não é ignorância, mas a ilusão do conhecimento.

Stephen Hawking

RESUMO

A religião ainda é um fenômeno com significativa presença na sociedade brasileira, cujas formas de manifestação aumentaram e se diversificaram. Empreendimentos como emissoras de televisão, rádio e provedores de internet fazem com que a maioria das igrejas, inclusive a católica, não se estabeleça somente em sua estrutura física na busca por mais adeptos. Há um conjunto de relações sociais e econômicas envolvidas nesse processo. As amplas redes de indivíduos interligados na comunicação social compreendem desde os membros do clero até leigos, voluntários, funcionários e empresários condutores de negócios midiáticos. Decorrente de uma pesquisa apoiada pela FAPESP sobre mudanças no cristianismo brasileiro, esta dissertação se volta para a análise da emissora televisiva católica Rede Vida em sua atuação como um empreendimento econômico-midiático e também religioso. Visa o estudo das relações sociais imbricadas nos aspectos comerciais e empresariais dessa emissora e o que isso representa no mercado religioso brasileiro.

Palavras-chave: Comunicação social. Concorrência religiosa. Empreendedorismo econômico. Mídia televisiva. Sociologia da religião. Rede Vida.

ABSTRACT

Religion is a phenomenon with a significant presence in Brazilian society, whose manifestations have increased and diversified. Developments such as broadcast television, radio and internet make most churches, including the Catholic do not establish themselves solely on their physical structure in the quest for more followers. There is a set of social and economic relations involved in this process. The vast networks of interconnected individuals in the media range from members of the clergy to laymen volunteers, employees and mediatic businesses entrepreneurs. Resulting from research supported by FAPESP underway on changes in Brazilian Christianity, this dissertation turns to the analysis of the Catholic television station Rede Vida in its performance as a media, economic enterprise and also religious. Aimed at the study of social relationships underlying the business and commercial aspects of this station and what it represents in the Brazilian religious market.

Keywords: Media. Religious competition. Economic entrepreneurship. Broadcast media. Sociology of religion. Rede Vida.

SUMÁRIO

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS	1
LISTA DE TABELAS	2
LISTA DE GRÁFICOS	2
LISTA DE MAPAS	2
LISTA DE FIGURAS	2
1 INTRODUÇÃO	3
2 METODOLOGIA	8
3 DIRETRIZES DA IGREJA CATÓLICA PARA A COMUNICAÇÃO NAS MÍDIAS	10
3.1 O processo de inserção católica na mídia brasileira no rádio e na televisão Rever a numeração que alterou	13
4 A REDE VIDA DE TELEVISÃO	15
4.1 – Laços sociais e trajetória político-empresarial dos fundadores da emissora	16
4.2 - Processo de concessão e fundação – formação da TV Independente	22
4.3 - Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã - INBRAC.....	25
4.4 - Investimentos financeiros iniciais, primeira transmissão e cobertura em rede nacional	31
4.5 – Estrutura atual da emissora e enquanto empresa.....	34
4.6 – Grupos de comunicação e radiodifusão afiliados.....	42
4.7 – Relação de parceria das dioceses brasileiras e com o Vaticano	45
4.8 - Participação católica no conselho administrativo	47
4.9 - Conteúdo programático da emissora: A combinação de atrações religiosas e seculares	48
4.10 - Rede Vida Shop.....	55
4.11 – Demonstrações de apoio no Senado Federal	56
4.12 - Implicações das visitas papais	57
5 OS NEGÓCIOS DOS FUNDADORES DO "CANAL DA FAMÍLIA "	60
5.1 – Parceiros econômicos, laços políticos e receitas.....	62
5.2 - Uma ambiguidade estrutural	68
5.3 – Concorrência e acordos com outras emissoras católicas.....	69
CONCLUSÕES	74
ANEXOS	77

Caderno de Campo	77
Anexo A - Transcrição de entrevista realizada com Luiz Antônio Monteiro de Barros – São José do Rio Preto – 13/05/ 2014.....	79
Anexo B - Ata de encontro entre a ex-secretária de Comunicação Social da Presidência da República Helena chagas com Mauro Dias - Vice-diretor da Rede Vida de Televisão.	112
Anexo C – Discurso do ex-presidente José Sarney no dia da posse de seu secretário de gabinete Augusto Marzagão - 23 de Junho de 1989.....	113
Anexo D - CNPJ da Fundação Educadora de Comunicação (FEC)	114
Anexo E – Consulta de sócios administradores da empresa Medalhão Persa	115
REFERÊNCIAS	116

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ASJ: Associação do Senhor Jesus

CNBB: Confederação Nacional dos Bispos do Brasil

CN: Canção Nova

CONSUP: Conselho Superior de Orientação e Administração

CV II: Concílio Vaticano II

GMB: Grupo Monteiro de Barros

FEC: Fundação Educadora de Comunicação

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBMC: Instituto Brasileiro de Marketing Católico

IICS: Instituto Internacional de Ciências Sociais

INBRAC: Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã

RCC: Renovação Carismática Católica

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Programação Rede Vida 2004.....	50
Tabela 2 – Programação Rede Vida 2015.....	51
Tabela 3 – Emissoras de rádio difusão de propriedade do Grupo Monteiro de Barros.....	61
Tabela 4 - Audiência IBOPE – Julho 2014 – Canais de televisão abertos e pagos.....	66

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Número de veículos de comunicação da Rede Vida e seus afiliados.....	44
Gráfico 2 – Número total de programas - Rede Vida – 2004.....	52
Gráfico 3 – Número total de programas - Rede Vida – 2015.....	52
Gráfico 4 – Número de retransmissores de sinal das emissoras católicas.....	71
Gráfico 5 – Número de veículos satélites das emissoras católicas nacionais.....	72
Gráfico 6 – Número de grupos afiliados das emissoras católicas nacionais.....	72
Gráfico 7 – Número de capitais brasileiras cobertas pelo sinal digital - Emissoras católicas.....	73

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 – Cobertura em território nacional de canais analógico e digital.....	41
Mapa 2 – Número de retransmissoras de sinal.....	45

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Sede da Rede Vida – São José do Rio Preto – SP.....	35
Figura 2 – Sede da Rede Vida – São Paulo – SP.....	38
Figura 3 – Layout do website Rede Vida Shop.....	56
Figura 4 – Sede da Medalhão Persa em Curitiba –PR.....	64
Figura 5 – Reportagem citando a comemoração do aniversário de José Sarney pela Rede Vida.....	67
Figura 6 - Valores praticados em anúncios durante a programação da Rede Vida.....	68

1 INTRODUÇÃO

As religiões historicamente representam um vasto conjunto de relações sociais envolvendo indivíduos de todos os extratos e em diversos territórios. O ato de comunicar, dentre suas várias ramificações, seja repassando ensinamentos, doutrinas, preceitos e valores morais, sempre foi um fator decisivo para a preservação, sustentação e também de imposições religiosas perante a esfera do social. Se inicialmente a propagação de mensagens de caráter religioso transitava em grande parte por meio das próprias pessoas e igualmente por meio dos incontáveis títulos de livros aos quais as religiões são cotidianamente retratadas, hoje, além destes, esta mensagem é repassada a milhões de indivíduos por intermédio de modernos satélites de comunicação que transmitem inúmeros programas em estações de rádio, televisão e via internet com um poder de alcance de dimensões continentais, fato este que dificilmente teria ocorrido se a estrutura comunicacional religiosa permanecesse atrelada aos seus moldes tradicionais.

No Brasil, até a primeira metade do século XX, a propagação da mensagem religiosa se dava basicamente dentro da estrutura física das igrejas, através de missas e cultos. Fazendo uso das mídias eletrônicas como as já descritas, algumas igrejas vêm buscando ao mesmo tempo consolidação e aumento do número de adeptos, por meio da modernização dos seus meios de comunicação social. Porém esta “abertura de portas” para as tecnologias utilizadas hoje em grande medida por várias igrejas, inclusive a católica visando um aumento no seu poder de alcance como um todo, era muito criticada até a década de 50. A quebra desse paradigma entre conservadorismo religioso e a modernidade secular teve início em grande medida por meio de deliberações ocorridas no determinante Concílio Vaticano II na década de 1960, que significou uma mudança de atitude da igreja frente aos desafios do mundo moderno.

Dessa maneira, a partir das novas diretrizes advindas de Roma, a Igreja Católica deixaria de celebrar missas em latim, representando assim um grande avanço para que a instituição que já predominava em números absolutos frente às outras religiões conseguisse um alcance ainda maior, visto que naquela conjuntura brasileira uma parcela irrisória da população compreendia a língua antiga. Porém, o destaque em termos de comunicação social entre as várias orientações que estavam sendo transmitidas pelo Vaticano por meio do concílio e que impulsionou diretamente a igreja

a utilizar-se das mídias foi o decreto intitulado *Inter Mirifica*. Determinava novas maneiras de a Igreja Católica se relacionar com os meios de comunicação: Entre estes meios, salientam-se aqueles que, por sua natureza, podem atingir e mover não só cada um dos homens, mas também as multidões e toda a sociedade humana, como a imprensa, o cinema, a rádio, a televisão [...] (CONCÍLIO VATICANO II. 1962-1965).

Vale ressaltar a relevância do documento assinado pelo então papa Paulo VI, pois o mesmo autorizava a igreja a se inserir e comunicar com seus adeptos por meio de tecnologias que em sua maioria são comandadas por indivíduos leigos. Porém, no Brasil, a relação entre religião, política, mídias e os leigos, como a do fundador da Rede Vida, é bem, mais antiga, já ocorrendo desde o final do século XIX no fim do império:

[...] a preocupação com a posse de veículos para a difusão da fé teve sua origem nos difíceis anos da confrontação entre a igreja e a maçonaria [...] Na época, difundiu-se o jornalismo religioso, considerado conservador pela imprensa liberal [...] e sempre combativo. Neste campo, podemos recordar a atuação de leigos que se alinharam com as propostas católicas, como José Soriano de Souza, [...] incentivador do Partido Católico do Nordeste, o acadêmico Carlos de Laet, e o jornalista Felício dos Santos, que criou em 1915, o diário *União* no Rio de Janeiro. (SOARES, 1988, p.2).

Já especificamente no campo televisivo a pelo menos uma década antes da publicação do decreto oficial romano, Frei Mojica, um seminarista franciscano do Peru, em 1950, recebeu um convite para participar da implementação da TV brasileira em uma das primeiras transmissões realizadas ao vivo. Esteve em São Paulo, a convite do jornalista e empresário Assis Chateaubriand e [...] participou do show experimental da TV Tupi -PRF3, a primeira emissora do Brasil (PRÓ-TV - ASSOCIAÇÃO DOS PIONEIROS DA TV).

E é nesse novo contexto da prática comunicacional da Igreja [...] que é válido ressaltar o surgimento, a partir do final da década de 50 de diversas entidades que atuam junto aos comunicadores católicos no Brasil, tanto na produção, quanto no estudo crítico da mesma: Rede Nacional de emissoras católicas (RENEC), Rede Católica de Imprensa (RCI), União Cirstã Brasileira de Comunicação Social, (UCBC), de caráter ecumênico, criada durante um congresso da União Católica Latino-Americana de Imprensa (UCLAP), União de Rádio difusão Católica (UNDA), Organização Internacional do Cinema (OCIC) [...] (MARQUES, 1999, p.22).

Os exemplos citados demonstram que a participação de indivíduos leigos, bem como de empresários e empreendedores, envolvidos com questões religiosas ocorre no país de maneira contínua pelo menos há um século. Ou seja, para adentrar nos meios de comunicação levando a “palavra sagrada”, a Igreja Católica no Brasil de alguma maneira sempre contou com o respaldo de diversos agentes sociais que não faziam parte exclusivamente do meio religioso, porém sempre tiveram participação considerável no tocante a exposição da instituição perante os meios de comunicação. Tal processo envolve acordos entre iniciativa privada, que atua representada por investidores financeiros através de acordos comerciais, intervindo junto com as diversas instituições religiosas nos mais variados tipos de mídia.

Por consequência, mais do que apenas realizar parcerias, auxiliando estas instituições a aumentarem seu poder de alcance, os empreendedores agem igualmente motivados por seus interesses econômicos e pessoais como descreve Richard Swedberg citando Max Weber em seus estudos sobre sociologia econômica:

Os benefícios religiosos podem ser deste mundo ou como uma forma de ação voltada simultaneamente para algum benefício religioso e para outros agentes. O termo “benefícios religiosos” ou “bens religiosos” também se harmonizava com os objetivos de Weber no sentido de oferecer associações com o comportamento religioso e numa certa medida, com um processo mais motivado pelo interesse do que inspirado por ideias (SWEDBERG, 2005, p.203).

Assim sendo, ao levantar o conceito de Weber sobre as esferas de valores, nota-se um nítido encontro diferente entre elas: esfera religiosa, representada aqui pela Igreja Católica brasileira, e a esfera econômica por meio dos empresários que auxiliam financeiramente projetos católicos. Historicamente estas esferas possuem certo grau de autonomia entre si, porém no contexto contemporâneo, o catolicismo no Brasil precisou em certa medida curvar-se aos interesses econômicos desses empresários na tentativa de barrar sua perda de adeptos. Consequentemente esta nova postura não agradou alguns setores da igreja, como será demonstrado. Portanto, esta interligação entre as esferas religiosa e econômica é também parte integrante do cenário católico nacional.

Influenciado pelo Concílio Vaticano II e no contexto de instalação das primeiras emissoras televisivas do país, entre as décadas de 60 e 70, o empresário e fundador da Rede Vida de Televisão, João Antônio Monteiro de Barros Filho, iniciou sua carreira nos meios de comunicação como radialista, dando seus primeiros passos como empresário de comunicação, lançando em 1969 *O Diário de Barretos*. Segundo Lima

(2010, p.82), Barros Filho não tardaria a colocar seus veículos de comunicação a serviço de grupos políticos locais e regionais. Neste cenário, a Igreja Católica encontrava-se em uma posição confortável em relação ao seu número de adeptos em face da concorrência evangélica ainda com uma pequena parcela de seguidores.

Os dados do censo populacional apresentavam em 1960 os católicos com uma propagação de 93% enquanto os evangélicos eram apenas 4,3%. Os números apontavam para um crescimento moderado dos evangélicos, tal realidade viria se modificar somente nos anos 80. Momento em que esse movimento religioso passa a conquistar efetivamente mais visibilidade pública, espaço na tevê e poder político partidário (MARIANO, 2008, p.69).

Pode-se afirmar seguramente que grande parte deste então inédito engajamento midiático evangélico, sobretudo da vertente pentecostal deve-se em grande medida ao movimento da Teologia da Prosperidade, cuja ideia básica é que Cristo já redimiu a humanidade, de modo que todo seguidor tem o legítimo direito a riqueza, saúde e sucesso nesta vida, aqui e agora (MARIANO, 1999). Por meio de suas permanentes e incisivas campanhas de arrecadação de recursos financeiros lançava as denominações nas mídias, especialmente a televisiva. Já do lado romano existiam dois movimentos de concepções radicalmente divergentes: a Teologia da Libertação e a Renovação Carismática Católica (RCC). O primeiro, em declínio originário das Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) e as pastorais sociais, exerceu um papel importante na resistência à ditadura militar, em um contexto em que a igreja representava quase o único abrigo possível aos militantes esquerdistas. (PRANDI e SOUZA, 1996).

A RCC foi iniciada por jovens leigos universitários dos Estados Unidos, e possuía afinidades políticas com a direita. Foi e continua sendo a principal resposta da Igreja Católica ao crescimento evangélico no Brasil, fazendo com que a instituição romana intensificasse seus empreendimentos, tanto no rádio como na televisão. No contexto de ascendência evangélica, tanto nas esferas religiosa, política, quanto na midiática, é fundada a primeira emissora televisiva católica brasileira: Em 1989 entra ao ar a Rede Canção Nova. Vinculada à Fundação João Paulo II, o canal televisivo sediado no município de Cachoeira Paulista, foi fundado e vem sendo conduzido desde então pelo padre Jonas Abib, representando um grande expoente nacional da RCC e que também já contou com o auxílio de algumas celebridades do universo católico como o deputado federal e ex-candidato à prefeitura paulistana, Gabriel Chalita. A RCC é uma

indiscutível liderança católica entre os meios de produção comunicacional. (MARQUES, 1999).

Uma década após a fundação da Canção Nova, foi inaugurada a TV Século XXI. Um empreendimento sediado na cidade paulista de Valinhos, ligado à Associação do Senhor Jesus, que vem sendo administrada desde então pelo padre jesuíta Edward Dougherty, um dos pioneiros do movimento carismático no Brasil juntamente com Jonas Abib. Contando com recursos oriundos do centro carismático norte-americano de Dallas e também da rica família holandesa Brenninkmeyer, proprietária da cadeia de lojas de confecções C&A, padre Dougherty montou estúdios com certo grau de sofisticação, produzindo novelas e demais programas voltados para a devoção católica (ASSMANN, 1986, P. 89-93; BENEDETTI, 2000; CARRANZA, 2000, P. 253). De maneira geral, [...] a Igreja – instituição social que nunca enfrentou problemas para conseguir uma concessão de rádio ou de televisão, também expandiu seu controle sobre a mídia. De modo que as demandas da Igreja sempre foram facilitadas pelo governo. (CALDAS, 1995).

A Rede Vida iniciaria suas atividades televisivas em 1995 e diferentemente de suas concorrentes mostradas acima, a emissora localizada em São José do Rio Preto-SP, não era ligada a clérigos da RCC. No entanto, desde o início de seu processo de outorga, datado de 1989, contou sempre com o apoio institucional da Confederação Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), por intermédio de Dom Luciano Mendes de Almeida, seu presidente à época, assim como outros respaldos políticos e financeiros, imprescindíveis para que o projeto pudesse se transformar em realidade. A essa altura seu fundador e empreendedor já possuía além do futuro canal de televisão em formação, cinco emissoras de rádio e também o já citado jornal *O Diário* no município de Barretos. (BARROS FILHO, 2003).

A combinação de empreendedorismo leigo com o respaldo institucional católico fez com que esta emissora não vinculada diretamente ao movimento carismático como são TV Século XXI e Canção Nova, em quase duas décadas de existência, se tornasse a maior emissora televisiva católica nacional. Esta dissertação apresenta primeiramente um panorama das decisões tomadas pela Igreja Católica em relação à sua maneira de agir perante os vários meios de comunicação, destacando-se o rádio e mídia televisiva, porém com o enfoque neste último. Em seguida é exposto parte do contexto histórico da inserção da instituição romana na televisão brasileira, e assim como os movimentos

internos e atores sociais responsáveis em grande medida por potencializar essa participação.

Por fim, é descrito todo o âmbito da criação da Rede Vida de Televisão, evidenciando a trajetória de seu fundador, abrangendo o início de sua carreira no rádio, a participação de seus filhos e netos, os laços familiares e católicos, à criação do grupo empresarial familiar Monteiro de Barros, e a superação em concorrência pública com outros veículos televisivos, fundamentais para a concessão do então “canal 11”, algo resultante sobretudo de suas alianças no campo da política que perpassavam inclusive sobre o gabinete da república a época. É tratada também a criação da mantenedora legal da emissora: Instituto brasileiro de comunicação crista (INBRAC), sua estrutura geral envolvendo número de funcionários, parceiros comerciais, financeiros, e anunciantes além da relação com a cúpula da CNBB, homenagens feitas a emissora pelo Senado Federal e coberturas realizadas das visitas papais ao Brasil. Espera-se então, no tocante à sociologia da religião, colaborar com o entendimento das relações entre atividades econômicas, religiosas e políticas com foco na maior emissora televisiva vinculada a Igreja Católica.

2 METODOLOGIA

O presente trabalho tem como objetivo analisar a relação entre religião e empreendedorismo econômico-televisivo presentes na maior emissora católica brasileira: Rede Vida, e sua atuação como um empreendimento econômico religioso midiático. Promove além de uma extensa rede de relações sociais imbricadas em seus aspectos comerciais e empresariais, envolvendo diversos agentes, um volume significativo de negócios devido a sua grade apresentar uma programação que mescla entre atividades voltadas ao catolicismo bem como exibição de produtos à venda voltados ao mercado liberal diariamente. Desta maneira, durante a primeira etapa da pesquisa foram levantadas informações tais quais: estrutura de funcionamento, estrutura física, número de funcionários, grupos afiliados, sócios-proprietários, forma de arregimentação desses funcionários e voluntários além das composições de parcerias comerciais. Na segunda parte, foi realizado o trabalho de campo, constituído de quatro visitas às sedes Rede Vida de Televisão, três delas em São José do Rio Preto-SP e uma São Paulo-SP respectivamente. Ambas as visitas estão descritas na seção “Anexos”

contendo também a entrevista transcrita realizada com um dos fundadores da emissora, Luiz Antônio Monteiro de Barros, tendo como guia um roteiro de questões previamente estabelecidas.

A maior parte dos dados necessários para o desenvolvimento satisfatório da pesquisa foi coletada através de trabalho de campo e pesquisa documental. Desta maneira, metodologicamente a pesquisa utilizou-se de preceitos qualitativos por meio da realização de entrevista pessoal e observação direta e também de técnicas quantitativas através da elaboração de dados como gráficos e tabelas e mapas gerados a partir da pesquisa a discursos oficiais de indivíduos do campo político brasileiro, somados a declarações dos sócios da emissora bem como de seus fundadores e apoiadores, obtidos por meio de bibliografia e em portais eletrônicos da internet que estão devidamente referenciados. A partir do levantamento contínuo desses dados realizado e à luz das referências bibliográficas consultadas, foram focados os aspectos empresariais e comerciais estabelecidos por meio de relações sociais que circundam esse canal midiático católico.

Por fim, foi realizado um cruzamento de dados com o portal eletrônico Donos da Mídia (www.donosdamidia.com.br), projeto ligado à Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa da Comunicação (Abepec), em parceria com o Centro de Estudos e da Pesquisa da Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, que promoveu o primeiro levantamento e mapeamento dos sistemas e mercados de comunicação brasileiros e que é atualizado constantemente, fornecendo informações sobre a quantidade de veículos midiáticos de rádio e televisão brasileiros e seus proprietários, bem como grupos afiliados.

Por meio da realização de todas essas etapas, somadas as anotações próprias do trabalho de campo e juntamente com o cruzamento dos dados do portal, espera-se ter alcançado o objetivo preliminar do trabalho de contribuir para um maior entendimento das mudanças contemporâneas do cenário midiático do catolicismo brasileiro, que vem de maneira contínua incorporando ações empreendedoras. Grande parte delas se dá no meio televisivo, contando cada vez mais a presença de leigos atuando conjuntamente com a cúpula do clero nacional.

Além de todas as atividades já destacadas acima, vale ressaltar que durante todo o período do mestrado até o momento da escrita final desta dissertação estive presente nas

reuniões quinzenais do grupo de pesquisa a que sou vinculado, NEREP, (Núcleo de Estudos sobre Religião Economia e Política) no qual foi possível tratar junto ao orientador e demais membros da temática estudada na pesquisa, além de discussões gerais sobre o campo religioso midiático e suas recentes transformações.

3 DIRETRIZES DA IGREJA CATÓLICA PARA A COMUNICAÇÃO NAS MÍDIAS

A instituição católica, historicamente apresentou uma postura totalmente contrária a qualquer tipo de documento escrito que questionasse ou discutisse qualquer um de seus preceitos e dogmas, vide a ação ocorrida no período da Inquisição em que a mesma publicou um index de autores e livros que não podiam ser editados e nem lidos. A atenção da igreja voltou-se para os meios de comunicação impressos, depois da introdução da imprensa: Em 1487, Inocêncio VIII publicou o *Inter Multiplices*, no qual define o pensamento da igreja sobre os meios de comunicação e como abordá-los. (PUNTEL, 1994). Esta foi à primeira ação oficial publicada pela instituição como um decreto advindo de Roma sobre a temática que envolve a participação de mídias no interior da igreja.

Destaca-se então, a maneira com a qual os meios de comunicação que citavam de alguma forma a instituição transforma-se radicalmente: Pois, se em um primeiro momento, eram duramente rejeitados e enxergados como um inimigo a ser combatido, como mostrado no exemplo contexto inquisitório, atualmente, tudo o que está relacionado à comunicação em mídias não só é parte integrante, mas oficialmente legitimado a atuar em favor da Igreja Católica. Os decretos publicados na metade do século XX explicitam a relevância que possuía o setor comunicacional para a igreja, sobretudo das mídias eletrônicas, que possibilitaram uma maior divulgação da mesma representando uma verdadeira “reviravolta” no pensamento clérigos sobre comunicação.

Vale ressaltar que ao todo existem sete diferentes documentos da instituição que abordam a postura da igreja perante os meios de comunicação, entretanto, serão debatidos apenas os dois últimos, *Inter Mirifica* (1962) e *Communio et Progressio* (1971), pois dissertam sobre algumas medidas que tratam especificamente da maneira de se posicionar da instituição perante a comunicação no meio televisivo.

O primeiro é um decreto que está presente entre as diversas decisões tomadas durante o Concílio Vaticano II. Considerado o maior evento promovido pela instituição por promover a reunião de diversos bispos do mundo todo, com o objetivo primordial de debater sobre temas contemporâneos mais relevantes da sociedade mundial, numa espécie de atualização dos dogmas da igreja, ou como ficou conhecido um “*aggiornamento*”. Portanto, o *Inter Mirifica* se destaca já que,

Pela primeira vez um documento universal da Igreja assegura a obrigação e o direito de ela utilizar os instrumentos de comunicação social. Além disso, [...] também apresenta a primeira orientação geral da Igreja para o clero e para os leigos sobre o emprego dos meios de comunicação social. Fez também um avanço em relação aos documentos anteriores ao conferir a sociedade o direito à informação, à escolha livre e pessoal, em vez da censura e da proibição. (PUNTEL, 1994, p. 54-62).

Entre suas principais pautas salienta-se que a Igreja Católica deve promover com seus recursos próprios os meios:

[...] este sagrado concílio chama a atenção para a obrigação de sustentar e auxiliar os diários católicos, as revistas e iniciativas cinematográficas, as estações e transmissões radiofônicas e televisivas. Entretanto, é destacado também a convocação feita diretamente a participação de terceiros e instituições privadas para auxiliar financeiramente os projetos ligados as mídias: [...] Iguamente convida insistentemente as associações e os particulares, que gozam de uma grande autoridade nas questões econômicas e técnicas, a sustentar com largueza e de bom grado, com os seus bens econômicos e a sua perícia estes meios[...] (CONCÍLIO VATICANO II. 1962-1965).

Neste ponto, vale ressaltar o diálogo estabelecido entre esta citação presente no decreto religioso e as atividades promovidas pela Rede Vida de Televisão: Uma vez em que a emissora reproduz o conteúdo católico seguindo as doutrinas romanas. Tem também como parte de seu suporte financeiro a presença de leigos e empresários de setores privados da economia. Ou seja, se em um primeiro momento histórico a instituição religiosa não abria suas “portas” para quem não fosse católico, *a partir desta publicação ela não só autoriza a participação de leigos em toda a sua estrutura, como também aceita recursos financeiros advindos destes para que suas atividades possam ter continuidade, sobretudo nos setores midiáticos.*

Este fato legítima de maneira direta que as relações envolvendo o campo religioso e econômico se estabeleçam entre diversos atores sociais: seja por parte da igreja, pelo

meio televisivo, e da mesma maneira por meio de empresários e empreendedores leigos que propiciam recursos financeiros utilizados em produtos vinculados à devoção religiosa. Quase uma década posterior a publicação do *Inter mirifica* no Concílio, foi lançada então a instrução pastoral *Communio et Progressio*. Considerado o mais avançado documento da igreja referente às comunicações, o texto retoma as grandes convicções do anterior, em relação à mídia, completando e apresentando-as de uma forma mais coerente e compreensível. Outra característica é o fato de que ausculta a sociedade contemporânea, levantando questões sobre a presença das tecnologias da comunicação no mundo. (PUNTEL, 1994).

Sua maior contribuição perante o que foi decretado no *Inter mirifica* está no modo particular com que são tratados os vários meios de comunicação, enquanto que no primeiro os escritos apresentam comentários gerais para o cinema, televisão, imprensa, rádio entre outros como um meio unificado em si, no *Communio et Progressio*, o rádio e a televisão são tratados de maneira particular por meio de documentos específicos em que é ressaltada a importância de ambos perante à sociedade como um todo: O rádio e a televisão, além de darem aos homens um novo processo de comunicar entre si, inauguraram um novo estilo de vida. As suas transmissões atingem a cada dia novas regiões, saltando sobre barreiras políticas ou culturais. Têm entrada franca nas casas e absorvem a atenção de um público realmente amplo.

Os rápidos progressos, sobretudo as transmissões via satélite, e a possibilidade de gravar e retransmitir programas que contribuem para libertar o rádio e a televisão dos limites do espaço e tempo, e deixam prever que este processo continuará a um ritmo cada vez mais acelerado. (COMMUNIO ET PROGRESSIO, 1971).

Consequentemente,

Os programas religiosos fazem parte do cotidiano das emissoras de rádio e de televisão. As diferentes instituições religiosas transmitem regularmente seus programas que vão desde cultos religiosos tradicionais, entrevistas e musicais. A preocupação é atrair adeptos e, para isso, os responsáveis pelas programações lançam mão até mesmo de premiações a exemplo das emissoras comerciais (CALDAS, 1995, p. 127).

Desse modo, refletindo além do que foi proposto pela igreja, e trazendo este contexto de inserção católica na mídia televisiva decretada pelo Vaticano para o contexto específico brasileiro, mais do que “abrir portas” para novas tecnologias que auxiliam no entendimento das questões sociais, o setor midiático foi de grande

relevância para o entendimento dessas novas formas de sociabilidade como aponta (CARRANZA, 2011, p. 98),

Se uma das preocupações da sociologia é a compreensão, por meio da mídia, da mudança de percepções, afetos, significações, costumes, hábitos sociais, também é fundamental perceber como no plano da emissão das mensagens midiáticas, os formatos televisivos respondem a mecanismos que lhes permitem alcançar os objetivos de sedução e persuasão, alterando os processos de resignificação, sobretudo, quando o assunto é o imaginário religioso.

3.1 O processo de inserção católica na mídia brasileira no rádio e na televisão Rever a numeração que alterou

Especificamente no tocante ao uso dos meios de comunicação, a Igreja Católica tem se esforçado por penetrar, sobretudo nos meios massivos eletrônicos, como o rádio e a TV (MARQUES, 1999). Mesmo enfrentando forte concorrência evangélica, iniciada em grande parte a partir da década de 1980 no Brasil, ela ainda detém o maior contingente religioso nacional de adeptos, e teve constantemente como um de seus alicerces na divulgação de seus dogmas o auxílio da mídia, por meio da apresentação de missas entre outros eventos por várias emissoras, praticamente desde quando a televisão desembarcou no país. E como demonstrado, por meio dos decretos oficiais advindos do Vaticano, a instituição poderia desfrutar de toda a tecnologia oferecida através dos meios de comunicação que coincidentemente passaram a retransmitir os eventos católicos em solo tupiniquim, justamente durante a realização do Concílio Vaticano II:

As primeiras transmissões televisivas de missa começaram com a TV Continental, canal 9, do Rio de Janeiro, entre 1964 e 1965. Na sequência, até a metade de 1968, elas passaram a ser exibidas pela carioca TV Excelsior, canal 2. Com o fechamento da TV Excelsior, em 1970, as celebrações passaram a contar com transmissões da também carioca TV Globo, canal 4, retransmitidas nacionalmente pelas afiliadas dessa emissora, sob o nome de “Santa Missa em seu Lar”. Em 1987, em São Paulo, a TV Cultura, canal 2, passou a transmitir ao vivo a missa dominical realizada no Santuário Nacional de Aparecida. (LIMA, 2010, p.26).

A história da implantação da televisão brasileira na década de cinquenta e posteriormente com a transmissão dos primeiros eventos católicos em rede nacional, com destaque para as celebrações dominicais, sempre contou com a presença direta e indireta de empreendedores e parceiros comerciais. A começar pela participação e

grande influência destes que alavancaram financeiramente os projetos para que fosse possível a instalação das redes televisivas, e que igualmente já trabalhavam anteriormente em outros setores ligados à comunicação em geral, como o exemplo de Assis Chateaubriand, responsável pela implementação da primeira emissora nacional, TV TUPI, com sede na capital paulista. O caráter comercial da TV foi estimulado entre outros aspectos por empresas estrangeiras, cuja participação era decisiva nas sugestões de programação. O capital estrangeiro também representava interesses empresariais e políticos do exterior e determinava certos direcionamentos na atuação dos veículos de comunicação [...]. (STADNIK, 1994).

Em alguma medida, o processo de inserção da TV TUPI se assemelha sobretudo no processo de gestão com alguns pontos em comum relativos à criação das primeiras emissoras católicas nacionais na década de 80. A começar pela experiência em mídias de seus fundadores que primeiramente tiveram experiências em outros meios de comunicação: Assim como Chateaubriand, padre Eduardo Dougherty, hoje da TV século XXI, monsenhor Jonas Abib, da TV Canção Nova e Monteiro Filho, na Rede Vida tiveram experiências anteriores com emissoras de radiodifusão. E posteriormente contaram também com o auxílio e a participação de vários outros atores sociais, sobretudo na esfera política para a obtenção de concessões e outorgas públicas para o que seus canais pudessem realizar transmissões:

Para fazer frente à concorrência televisiva de outros grupos religiosos, que têm usado os meios de comunicação de massa para atrair adeptos a suas crenças, a Igreja católica resolveu investir também na televisão. [...] a Igreja não pode prescindir da televisão para suas ações de evangelização. A própria Igreja católica vem reconhecendo a necessidade de investir nos meio de comunicação de massa, particularmente na televisão. (CALDAS 1995, p.129).

Fora todo o trabalho de Dougherty, dedicado à Igreja Católica e ao movimento carismático e que também obteve participações nos primeiros programas da Rede Vida, o norte americano conhecido por seu caráter de sacerdote empreendedor também foi o responsável por promover o “Anunciamos Jesus”, em 1983, estabelecendo-se como o primeiro programa católico da televisão brasileira. Começou a ser gravado na Pontifícia Universidade Católica (PUC) de Campinas, contando com o apoio do Videocentro dos Salesianos de Belo Horizonte, da Junta de Rádio e TV dos batistas e da campineira TV Princesa - sendo depois transmitido pelas TVs Gazeta, Bandeirantes e Record para 60% do território nacional (ASSMANN, 1986, p. 87-88; SOUZA, 2009). Já Jonas Abib,

antes de formar a sua emissora televisiva, contava com uma significativa audiência advinda de seus programas de rádio. Ele não tardou a aplicar as técnicas de marketing, organizando um *clube do ouvinte* para arrecadar doações financeiras na forma de contribuições periódicas. Assim passava a ter um canal de divulgação do seu trabalho de cantor e da sua concepção de comunidade católica (MARIANO 1998; SOUZA, 2008).

Deste modo, assim como no exemplo da TV TUPI, a Igreja Católica, por meio das emissoras que levam sua palavra, privilegiando a comunicação com o seu fiel, também demandou uma intensa participação de leigos durante todo o processo de inserção nas mídias, formando então uma teia de relações de indivíduos e organizações. Segundo Cunha, (2005, p.89), que pesquisa a relação entre religião e mídias;

[...] vendo o processo da comunicação como um movimento de convencimento do outro, as igrejas, desde a época da emergência desses meios, em especial do rádio e da televisão, baseavam-se no pensamento de que convencer pessoas a optarem pelo Evangelho, e conseqüentemente pela adesão a um determinado segmento cristão, geraria um efeito-chave: o crescimento do Cristianismo. Ao lado disso, a perspectiva da visibilidade também era elemento importante na aproximação igreja-mídia eletrônica. Os meios de comunicação tornavam possível uma publicidade das igrejas, a visibilidade de sua presença nos espaços sociais.

Esta modernização dos meios de comunicação que tem se intensificado nas duas últimas décadas, agora passa a contar com indivíduos que atuam como empreendedores econômicos de produtos vinculados à devoção religiosa. Tal realidade é permeada por acordos envolvendo igreja e iniciativa privada, representada por empresários e investidores financeiros que através de contatos comerciais atuam junto com as organizações católicas em canais de comunicação.

4 A REDE VIDA DE TELEVISÃO

Como a Igreja Católica controla cerca de 150 estações de rádio e não dispõe de um canal de televisão, a oferta de associação com o empresariado para a criação da rede vida de televisão não tardou. A proposta partiu do empresário católico João Monteiro de Barros [...]. Ele ganhou do presidente José Sarney, no último dia do seu governo, a concessão de um canal de televisão, a TV Independente gerada no município paulista de São José do Rio Preto. (CALDAS, 1995, p. 130).

A criação da que hoje é a maior emissora católica brasileira contou com a presença de atores sociais e profissionais das mais diversas instituições, perpassando padres, bispos, juristas, empresários, banqueiros políticos e outros que investiram no então inédito projeto. O seu segmento é um marco na história do catolicismo brasileiro. Ter um canal de televisão envolve e envolveu, até os dias de hoje, uma série de discussões em torno de seu uso (LIMEIRA, 2005). Neste capítulo, é tratado todo o processo de desenvolvimento da emissora que se inicia em grande parte por meio dos diversos laços sociais do fundador, João Monteiro de Barros Filho, perpassando a busca pela aprovação no Congresso Nacional da concessão do canal público em disputa com várias outras empresas do setor de rádio difusão.

4.1 – Laços sociais e trajetória político-empresarial dos fundadores da emissora

O caminho percorrido pelo trio familiar de empresários que idealizou o projeto da primeira emissora católica nacional inicia-se ainda na década de 50 quando o pai, João Monteiro de Barros Filho à época com 17 anos começou a trabalhar como jornalista esportivo, já atuando no setor comercial propagandístico de vendas da Rádio Barretos, conforme seu discurso apresentado no palanque do Senado Federal em uma homenagem feita para a emissora em 2010:

Ali eu tive a oportunidade [...] de iniciar essas transmissões esportivas aprendendo a vender publicidade, “Por quê?”. O pessoal da nossa equipe dizia: “Monteiro, olha o seu português não é bom, e você não está bom para ser locutor comercial, então você vai se especializar em vender propaganda”. [...] E foi assim que eu fui aprendendo a vender publicidade [...] (ANAIS DO SENADO FEDERAL, HOMENAGEM AOS 15 ANOS DA REDE VIDA).

Durante este período na rádio, Monteiro Filho contou com a participação de colegas de profissão como: Joel Waldo, Marco Antônio Siqueira e José Vicente Dias Leite, os quais o acompanhariam em sua trajetória posterior como empresário da comunicação, inclusive na formação da Rede Vida (LIMA, 2010). Ambos os colegas também iniciaram suas carreiras como radialistas, sendo os dois primeiros já falecidos. Em um curto espaço de tempo atuando na rádio barretense, Monteiro Filho deixa de ser funcionário e por meio de um pagamento parcelado tornou-se proprietário da mesma

rádio em que havia ingressado na carreira jornalística anos antes e posteriormente da mesma forma adquiriu a Rádio Barretos, conforme entrevista a uma revista eletrônica:

Eu comecei a trabalhar com comunicação na PRJ8 Rádio Barretos. Quando foi lançado a rede de emissoras Piratininga, fui convidado para ser gerente da Rádio Piratininga. Nesse período, tive a oportunidade de pagar todos os compromissos que ela tinha e isso repercutiu na direção da emissora. Foi quando houve uma lei do governo de que uma rede não poderia ter mais do que oito emissoras por estado e a Piratininga tinha mais de 20 no estado de SP. Quando soube disso, entrei em contato com o diretor da Rede Piratininga e pedi para que ele vendesse a Rádio pra mim. Eu não tinha dinheiro e sugeri pagar em 40 prestações. Comprei a Rádio Piratininga e todo mês fazia o pagamento certinho, muitas vezes antes da data de vencimento. Isso também repercutiu positivamente e mais tarde a direção da Piratininga me ofereceu a Rádio Barretos, comprada também em 40 prestações. Fiquei dono das duas emissoras de Barretos: a Piratininga a transformei em Rádio Independente e a PRJ8 ficou com o mesmo nome, a Rádio Barretos. (PORTAL ELETRÔNICO - REVISTA TUDO DE BOM).

Após a compra das emissoras, as quais lhe proporcionaram experiência considerável no setor de radiodifusão, Monteiro Filho ingressou na mídia escrita com a compra do jornal de quase meio século de existência:

Em 1969, ele expandiria seus negócios na área de comunicação fundando O Diário de Barretos. Criado no dia primeiro de abril, sua primeira edição circulou com a seguinte frase: “No dia da mentira, uma grande verdade” Com esse empreendimento, o grupo empresarial de Monteiro de Barros se fortaleceria no ramo da comunicação e o empresário não tardaria a colocar seus veículos de comunicação a serviço de grupos políticos locais e regionais. (LIMA, 2010. p. 82).

Portanto, antes de adentrar no meio televisivo especificamente, o fundador da emissora católica, já possuía experiência de décadas à frente do setor comunicacional em Barretos por meio de suas estações de rádio e do jornal impresso.

[...] o empreendedor aqui é a pessoa que inicia, desenvolve e é identificado com uma organização religiosa, que por vezes passa a disputar espaço, adeptos e recursos com outras congêneres, num contexto cada vez mais nítido de concorrência religiosa. Em nome do exercício religioso, mobilizações mais amplas são promovidas no campo da sociedade civil, da política partidária e também da atividade econômica.

Dessa maneira, Monteiro filho é um exemplo de empresário cujos negócios envolvem religião, descrito por Souza (2009, p. 28). Com a atividade no setor de comunicação social estruturada mediante a propriedade dos veículos midiáticos em

Barretos na década de setenta, partiu para a empreitada no campo político, por meio da disputa a prefeito do município. Mesmo que esta não tenha sido concretizada, posteriormente seria essencial pela diversidade de laços sociais firmados, de grande relevância para a concessão de outorga da emissora realizada posteriormente:

[...] tentou a eleição para prefeito de Barretos em 1972, concorrendo pela ARENA, mas não obteve êxito, uma vez que sua candidatura foi impugnada pela Justiça Eleitoral, em razão de ele possuir empresas de comunicação e se promover através delas. Nos anos seguintes [...] decidiria participar dos processos eleitorais de maneira indireta, colocando sua empresa de comunicação para promover aliados. (LIMA, 2010, p.83).

Salienta-se o que apoio dado de maneira direta ou indireta por parte do empresariado brasileiro as ações promovidas pelo partido que representava a ditadura militar brasileira entre o período 1964-1985 eram frequentes, pois ocorreram relevantes incentivos financeiros durante a década de setenta por parte do governo a época às empresas e a indústria como um todo, no período conhecido como “milagre econômico”. Segundo Sainsalieu e Kirschner (2006, p.39) que trabalham a temática da sociologia da empresa:

A influência dos militares não se limitou as esferas macro do poder. Ela também foi forte no mundo empresarial. No nível político, os empresários apoiavam os governos militares. Não foram raros os casos de grandes empresários próximos do poder executivo.

Posteriormente, ainda década de 80, é criado o grupo empresarial “Monteiro de Barros” (GMB), carregando o sobrenome da família representada agora não apenas pela imagem de seu fundador, mas também de seus filhos: Luiz Antônio e João Monteiro de Barros Neto, estes passaram a cuidar da parte administrativa dos empreendimentos adquiridos pelo pai, participando também ativamente de todo o processo de criação e outorga da Rede Vida, bem como de seu mantenedor INBRAC. A criação do grupo foi uma resposta direta e imediata à concorrência enfrentada pela família de empresários a outro empresário do setor midiático que já havia sido prefeito de Barretos por vários mandatos:

Ao final dos anos de 1980, a produção de notícias e informações na cidade de Barretos estava nas mãos de dois grupos distintos: o Grupo Monteiro de Barros e o grupo Jornal de Barretos, de propriedade de Uebe Rezek. Ambos concorriam no âmbito regional, tanto no campo

comunicacional quanto no campo político, quer com atuação política direta, quer se prestando a promover aliados ou derrubar adversários político-eleitorais. João Monteiro de Barros Filho contava politicamente com o apoio do clero barretense e de setores ligados à produção agrícola. (LIMA, 2010, p.82).

Destaca-se o fato de João Monteiro de Barros Filho sempre se declarar católico, sua família sempre foi adepta da religião advinda de Roma. Logo, através de seu capital social adquirido na carreira da comunicação, não encontrou dificuldades para obter esse apoio clerical acima citado. O vínculo entre o empresário e a instituição cristã que resultaria na Rede Vida de Televisão ganhou força por meio do então primeiro bispo de Barretos dom José de Matos Pereira, que apresentaria a Monteiro Filho a seu sucessor, dom António Maria Mucciolo, maior apoiador da criação da Rede Vida por parte da igreja:

Nós ficamos muito amigos no período em que ele passou por Barretos, aí ele falou: “Monteiro seja amigo do meu sucessor”, “Tenta ser um colaborador dele”. Aí veio o Dom António bispo de Barretos, eu disse pra ele quando o conheci lá na cidade de Sorocaba onde era ela padre: “Em precisando conte comigo em Barretos”. Um dia ele me procurou: “Eu queria um terreno para construir uma casa de encontros aqui em Barretos, você me ajuda?”. Ajudo, [...] Ganhamos de um fazendeiro cinco alqueires [...] Construimos a “cidade de Maria” que é um centro de espiritualidade da Diocese de Barretos [...] (ANAIS DO SENADO FEDERAL, HOMENAGEM AOS 15 ANOS DA REDE VIDA).

A relação de amizade entre o empresário e bispo foi decisiva posteriormente para que representantes da alta cúpula da CNBB tomassem conhecimento do projeto midiático televisivo, conforme o diálogo de Monteiro com dom António:

“Dom António, se o senhor falar “sim”, com o senhor eu farei uma televisão cristã no Brasil, Se o senhor falar “não” eu não vou procurar outro bispo [...] Vamos falar com Dom Luciano Mendes de Almeida, presidente da CNBB na época, ele gostou da ideia de fazermos uma televisão cristã nacional no Brasil[...]” (ENTREVISTADO).

As citações acima evidenciam que a relação entre o empresário, e representantes da Igreja Católica paulista já estava também consolidada ainda na década de oitenta, facilitando consideravelmente a aprovação clerical da criação da emissora, bem como pelas amizades do fundador, como relata seu filho:

[...] ele tinha alguns amigos que falavam para ele não entrar em televisão, que esse negócio de televisão, é um negócio muito

difícil, que era muito caro, televisão é um bicho que come o tempo inteiro e não para, que o pessoal iria ajudar ele muito em rádio, mas em televisão... [...] muito complicado e muito caro, quando foi, mais ou menos assim, No final da década de 80 [...] falaram que tinha uma concessão aqui em Rio Preto, papai falou: “eu sou de Barretos não tenho nada com Rio Preto!” Mas não tem Barretos, tem lá em Rio Preto, acho que esse é um canal legal [...]. (ENTREVISTADO).

Contudo, o apoio católico não era suficiente para levar o projeto adiante. Neste novo cenário, os laços políticos que o empresário havia conseguido anteriormente concorrendo às eleições municipais de Barretos foram imprescindíveis para chegar a funcionários públicos do alto escalão do governo federal à época como Augusto Marzagão, também natural de Barretos, que ocupou o cargo de secretário particular do então presidente da república José Sarney¹, e que já havia trabalhado no meio televisivo na emissora mexicana Televisa como vice-presidente de operações internacionais:

[...] o papai tinha um amigo, Augusto e ele falou: “aí Augusto, o que é que você acha?” é conterrâneo de papai, [...] o papai consultou ele, ele falou: “Eu acho que você deve entrar sim! Acho que vale a pena Monteiro” Aí o papai falou assim” Tá bom!” (ENTREVISTADO).

O próprio fundador também relatou detalhes do início do processo de concessão do futuro canal durante as homenagens à emissora no Senado Federal em 2010 e 2011:

“O Sarney, na Presidência, buscou, lá na Televisa do México, o Augusto Marzagão, que foi um assessor dele na Presidência. E o Augusto Marzagão, um cidadão de Barretos, um amigo meu também, eu o procurei”: “Augusto, estão me incentivando a disputar um canal de televisão. Se você me ajudar”... Converse com o Presidente Sarney. Se ele não tiver compromisso com ninguém e puder outorgar esse canal [...] e garantir que, participando de uma concorrência, eu poderei ganhá-la, eu vou tentar. (ANAIS DO SENADO FEDERAL, HOMENAGEM AOS 15 E 16 ANOS DA REDE VIDA).

Eu não acredito que eles vão fazer essa concorrência tão rápido, porque nós temos poucos meses para deixar o governo. “Se terminarem a documentação no Ministério das Comunicações no

¹ No anexo 2 da página 88, está presente parte do discurso de Sarney no dia da posse e de seu secretário Augusto Marzagão em 23 de Junho de 1989. Disponível integralmente em: <<http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/expresidentes/josesarney/discursos/1989/51.pdf/download>>. Acesso em: 15/09/2014.

nosso governo, fica para eles.” Está bom. (ANAIS DO SENADO FEDERAL, HOMENAGEM AOS 15 E 16 ANOS DA REDE VIDA).

Isso porque o canal teria de passar pela Câmara dos Deputados, pelo Senado Federal e depois iria para a Presidência da República. Só que, quando houve essa oportunidade de se julgar qual dos vinte que estavam disputando a concorrência ficariam com a emissora, o Augusto falou com o Sarney, que lhe disse: “Olha, eu não tenho compromisso com ninguém. Você conhece esse pessoal? Eles merecem realmente essa televisão?”. (ANAIS DO SENADO FEDERAL, HOMENAGEM AOS 15 E 16 ANOS DA REDE VIDA).

Respondi: Ah! Merecem. Eu conheço o Monteiro, é uma família lá que... Nós podemos dar-lhe essa oportunidade para iniciar um sistema de televisão. E o Presidente Sarney, antes de deixar a Presidência da República, outorgou a televisão, mandou para a Câmara Federal, depois veio para o Senado. Aprovado na Câmara, aprovado no Senado, voltou para a Presidência da República. E foi novamente, quando chegou à Presidência da República, que nós tivemos o privilégio – o Itamar Franco estava então na Presidência da República – de ser um dos vinte escolhidos. (ANAIS DO SENADO FEDERAL, HOMENAGEM AOS 15 E 16 ANOS DA REDE VIDA).

Esta proximidade expressiva com representantes de autoridades tanto da esfera pública quanto do religioso, somadas a sua experiência em mídias, impulsionaram o jornalista e empresário a disputar a concorrência pública aberta em 1989 para a exploração do serviço de rádio e difusão sonora e de imagem, na cidade de São José do Rio Preto. (BARROS FILHO, 2003). Desta forma, ressalta-se a relevância destas relações sociais que envolvem a comunicação entre os sujeitos presentes tanto no meio religioso, como na economia e também na política do país, que de forma direta perpassam todo o contexto histórico da Rede vida e pressupõe relações de poder.

Pois, segundo o sociólogo francês Bourdieu, (1989, p.11) [...] as relações de comunicação são, de modo inseparável, sempre relações de poder que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material ou simbólico acumulado pelos agentes (ou pelas instituições) envolvidas nessas relações que [...] podem permitir acumular poder simbólico. Consequentemente esses laços sociais do fundador o conferem considerável poder simbólico imbricado de modo direto nas estâncias políticas e econômicas do país e os auxiliaram de maneira substancial na concorrência com outros empreendedores detentores de emissoras de rádio-difusão que igualmente a estavam disputando a concessão do canal disponível em São José do Rio Preto.

4.2 - Processo de concessão e fundação – formação da TV Independente

No Brasil, qualquer que seja o tipo de concessão referente ao setor de radiodifusão e comunicação, seja para pleitear, por exemplo, a abertura de uma nova rádio ou um canal televisivo, estes necessitam obrigatoriamente passar por aprovação do presidente (a) em exercício: O Presidente da República é estabelecido como poder outorgante de concessões de canais de televisão e de rádio de alcance regional e nacional; ao Ministro das Comunicações cabe conceder canais de rádios locais e de retransmissão de sons e imagens. É este último também quem determina a abertura de editais visando à concorrência, podendo igualmente cancelar tais editais, a qualquer tempo, por falta de concorrentes ou atendendo interesses da administração. (MATTOS, 1997). Desde a abertura do processo de concessão até o início das atividades da emissora em 1995, o país enfrentou um contexto político conturbado com a posse de José Sarney após a morte de Tancredo Neves, decretando oficialmente o fim do regime militar² e posteriormente com o governo de Fernando Collor de Mello que terminou em processo de impeachment do mesmo. Salienta-se este curto período (1985-1990), pois a concessão ofertada à TV Independente que viria se tornar uma prestadora de serviços da Rede Vida em 1990 foi resultado como já demonstrado, de uma participação efetiva das esferas públicas: municipal, e, sobretudo federal no chamado “jogo eleitoral”, tendo como expoentes políticos a época José Sarney e seu ministro das comunicações já falecido, António Carlos Magalhães.

Levando em consideração as regras que determinam as concessões para implantação de emissoras televisivas nacionais, nota-se que Monteiro Filho utiliza-se novamente de seus laços sociais e políticos para auxiliá-lo na disputa a concessão do seu pretendido canal televisivo, uma vez que a presença de Augusto Marzagão, seu amigo pessoal de Barretos, ao ocupar a posição de secretário particular do governo Sarney, estreitou de maneira direta as relações entre o então presidente e empresário de

² Vale ressaltar o apontamento feito por MATTOS, 1997, p.26 Constatando que o Regime Militar brasileiro foi marcado por uma forte intervenção do governo nas telecomunicações. Os meios de comunicação social, particularmente a televisão e o rádio foram utilizados como instrumento para promover as idéias oficiais e impedir a divulgação de opiniões contrárias à ideologia militar.

Barretos, fato confirmado inclusive por seu filho Luiz em um comentário de seu blog pessoal: "Augusto Marzagão deu importante apoio no campo político"³.

Nesta mesma conjuntura, durante os cinco anos de mandato de Sarney, na busca de apoio político, à medida que este permitiria a extensão do mandato presidencial, Antônio Carlos Magalhães percorria o interior do Brasil como um negociador político, sempre valendo-se de sua posição de ministro das Comunicações, pois acenava ou prometia concessões de radiodifusão àqueles que se dispusessem a apoiar o pleito de José Sarney por mais um ano de mandato (LIMA, 2010, p. 92). Ao usufruir de significativo capital político somado ao forte apoio do clero acima mostrados, Monteiro Filho entraria na disputa para pleitear a concessão do então “canal 11”, já que haviam outros dez grupos empresariais, inclusive alguns tradicionais de diferentes lugares do estado concorrendo pela concessão do mesmo: Televisão Abril Ltda.; TV Três Ltda.; Diário da Região Televisão Ltda.; TV Studios de São José do Rio Preto S/C Ltda.; Televisão Centro América; Emissoras Continentais Ltda.; Sistema Araçá de Comunicações Ltda.; Sistema Clube de Comunicação Ltda.; TV Regional Ltda.; Jaraguá Rádio e Televisão (LIMA, 2010).

Porém, o plano da futura emissora, que ganharia sua outorga apenas em 1990, inicialmente não era operar uma televisão de caráter católico, mas sim, criar vínculos que unissem as cidades paulistas de Barretos e Rio Preto, sempre exaltando a presença da iniciativa pública e também privada: “O que fará a TV Independente?” A geradora estará em São José do Rio Preto, mas haverá estudo auxiliar em Barretos, para que as duas regiões sejam divulgadas [...] fortalecendo seus processos de desenvolvimento. A proposta jornalística regional terá proporções à altura de Rio Preto e Barretos, duas cidades que merecem especial atenção dos governos e empresários. (MONTEIRO FILHO, 2003, p. 16).

Segundo dados colhidos na Junta Comercial do Estado de São Paulo, a “Televisão Independente de São José do Rio Preto”, oficialmente cadastrada no nome de Monteiro e seus dois filhos, foi constituída no final do ano de 1989. Já em Março de 1990, [...] Sarney aprovou, no dia 12, o decreto 99.156, concedendo autorização à Televisão Independente de São José do Rio Preto para explorar, pelo prazo de 15 anos,

³ Disponível em: < <http://odiarioonline.com.br/blog/luiz-antonio/as-dicas-do-jornalista-monteiro-filho>> Acesso em 12/03/2015.

serviço de radiodifusão de sons e imagens na cidade de Rio Preto [...] (MONTEIRO FILHO, 2003). Dessa maneira, a ideia de ceder a TV Independente para a CNBB, montar uma TV Católica foi apresentada somente durante a transição de governos entre o processo de impeachment de Collor e a entrada de Itamar Franco. Monteiro é “católico fervoroso” e viu na TV Independente a possibilidade de oferecer ao público, um canal de comunicação que tivesse programação baseada em princípios éticos cristãos. (MARQUES, 1999).

Luiz António Monteiro relata sobre a criação da TV, reforçando o argumento de que a ideia inicial do projeto era de retransmitir a programação de outra emissora, citando também a concorrência de outros grupos para obter o canal:

[...] nós constituímos a TV Independente de São José do Rio Preto, éramos em três, somos em três ainda, meu pai, meu irmão Monteiro Neto e eu. Nós temos ainda essa concorrência para o canal 11 de São José do Rio Preto. A ideia era ter uma emissora local que retransmitisse algumas das emissoras de São Paulo, não podia ser Record que já tinha em São José do Rio Preto e não podia ser Globo que já tinha em Rio Preto...então a coisa andou e saiu a concorrência no final do governo Sarney ele...autorizou e confirmou a licitação, ganhou a TV Independente eram vários grupos em disputa e saiu pra TV Independente esse sinal... Depois veio o processo do novo governo, que tinha assumido o Collor e então [...] teve todo aquele processo político que atrasou o processo de implantação da TV. Nesse ínterim o papai teve a ideia de falar, ao invés da gente ter uma emissora que repetisse outra de São Paulo, a ideia era dar o canal, ceder o canal, pra CNBB. Papai era muito amigo do Don Antônio, que era o Bispo de Barretos, e o Dom Luciano Mendes de Almeida era o líder da CNBB. (ENTREVISTADO).

Contudo, mesmo com o apoio da CNBB, a problemática girava em torno de qual sujeito atuaria como responsável administrativamente pelo canal televisivo uma vez que, o órgão católico não poderia assumir esta responsabilidade, sobretudo por envolver questões financeiras de grande monta. Em Agosto de 1992, em São Paulo, foi realizado um encontro com o cardeal dom Paulo Evaristo Arns, dom Ivo Loirscheiter e Dom António Maria Mucciolo. Dom Ivo [...] disse: - A CNBB não tem interesse em participar do projeto para a formação da Rede de Televisão. (MONTEIRO FILHO, 2003). A todo o momento, a Igreja Católica representada pela CNBB, concordava em apoiar a iniciativa, porém frisava que a administração da mesma deveria ser feita exclusivamente por leigos:

Então Dom Luciano falou: “Não tem jeito, a CNBB não pode ter um canal de TV”. [...] vamos fazer o seguinte, a ideia não é essa não, a CNBB, teria programa, tem, mas os que leigos teriam que assumir. A responsabilidade não pode jogar para os bispos, tem que ser os leigos e os bispos apoiam. (ENTREVISTADO)

Com este cenário de recusa da CNBB, Monteiro Filho necessitava de algum instrumento que funcionasse então como mantenedor do projeto da rede televisiva católica, e inicialmente cogitou-se criar uma fundação que operasse a emissora. Assim posto, resolveu consultar colegas e especialistas na área jurídica, com destaque para Ives Gandra da Silva Martins, professor universitário e membro da Opus Dei e Celso Neves, advogado por mais de três décadas do grupo de bebidas Antarctica e também professor, falecido em 2006, que o aconselharam à época descartar a abertura de uma fundação:

“Então papai procurou o Ives Gandra, procurou o outro, o jurista, Dr. Celso, e ele deu todas as dicas pra falar, Não, fundação não tem jeito, fundação é um negócio muito complicado, cria um instituto”. (ENTREVISTADO).

4.3 - Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã - INBRAC

Orientado então pela experiência de ambos juristas, ainda em 1992, Monteiro Filho juntamente com seus filhos e apoiado por dom António Maria Mucciolo, lançaram as bases para a criação do Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã (INBRAC), órgão responsável pela tomada de decisões no que tange a emissora, como aponta Luiz António:

O INBRAC foi criado dia 17/12/1992, [...] que fica responsável por essa ideia do conjunto [...] e a função dele era gerenciar a marca Rede Vida [...] (ENTREVISTADO)

Desde o início de suas atividades, há mais de duas décadas, sua diretoria sempre contou com uma representação leiga, católica e jurídica atuando conjuntamente de maneira explícita, assim destacado no próprio *website* da Rede vida: [...] o conselho superior do Inbrac nasceu com o compromisso de promover uma comunicação cristã sólida, consistente e permanente. A inspiração do organismo mereceu especial de saudação do novo santo da igreja, João Paulo II, que enviou mensagem durante seu pontificado, exaltando os esforços de bispos e leigos para o projeto da televisão brasileira. (PORTAL REDE VIDA). Porém em termos financeiros, como já foi demonstrado, a participação via CNBB e a Igreja Católica para a constituição da

emissora bem como todo o seu projeto foi nula. Esta decisão de não se responsabilizar sobre como o novo canal iria manter-se economicamente, resultou na criação do INBRAC após consulta de Monteiro Filho a seus colegas juristas. A partir deste momento, com o Instituto criado, pode ser realizada a parceria ainda existente entre TV Independente (de propriedade da família Monteiro de Barros) e INBRAC para administrar a Rede Vida de televisão, assim se constituindo por meio de um contrato de acordo segundo o entrevistado:

[...] então a TV Independente continua de propriedade dos leigos, do Luiz Antônio, Monteiro e Neto, a TV Independente. O que nós fizemos? Nós fizemos um contrato, cedendo a programação para o INBRAC. Então o INBRAC que comanda a televisão [...] e o INBRAC paga a sessão do horário, para a TV Independente. (ENTREVISTADO)

Ou seja, assim, a Rede Vida pertence ao INBRAC, e o instituto contrata os serviços da TV Independente, de propriedade do GMB que gera o sinal da Rede Vida. Destaca-se que a Rede Vida, é um canal aberto e comercial, a princípio, sem nenhum vínculo oficial com a Igreja, não fosse o compromisso assumido pela emissora junto aos católicos, através da criação do Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã (INBRAC), seu órgão mantenedor. (LIMEIRA, 2005.)

O Instituto, atuando como uma associação civil mantenedora da Rede Vida de Televisão foi formado então por diversos conselhos, dentre eles: Conselho Superior de Orientação e Administração – (Consup), Conselho Consultivo, formado por sócios beneméritos, conselho fiscal, constituído por sócios contribuintes e uma diretoria executiva com dirigentes contratados, Mauro Dias⁴ presidente, Marcelo Aparecido Coutinho, vice presidente. (MONTEIRO FILHO, 2003, p. 36). A pesquisa documental realizada por arquivos e atas oficiais disponíveis na internet demonstrou que ambos os dirigentes leigos, além de exercerem cargos na diretoria da emissora desde a sua fundação, há completar duas décadas em 2015, atuam individualmente e externamente em carreiras jurídicas.

⁴Atualmente coordena a Vice- direção da emissora, e sempre aparece em compromissos oficiais da mesma ao lado do fundador João Monteiro de Barros Filho, como demonstra a ata encontro de ambos com a ex-secretária de Comunicação Social da Presidência da República do primeiro mandato de Dilma Roussef, Helena Chagas. Ver Anexos, anexos 1, página 78.

Sobre os sujeitos responsáveis pela fundação do instituto, (PESSINATTI, 1998, p. 138), que pesquisou as políticas de comunicação da Igreja Católica no Brasil salienta:

[...] são as pessoas reconhecidas como fundadoras oficiais do INBRAC: além dos três membros da família Mucciolo (dom António Maria Mucciolo, presidente, Luiz Hermínio M. Mucciolo, Antónia A. Mucciolo), e dos outros três da família Monteiro de Barros (João Monteiro de Barros Filho, João Monteiro de Barros Neto, Luiz António Monteiro de Barros), encontramos também dom Luciano Mendes de Almeida, dom Fernando António Figueiredo, Roberto Montoro Filho, Celso Neves, João Grandino Rodas, Jomar Wladimir Dal Moro.

O modo como estão distribuídos os fundadores do Instituto que desde o início das atividades da emissora norteia suas ações, reflete diretamente em um encontro entre esferas sociais que perpassam conjuntamente a religião, economia e política. Por meio da ilustração abaixo é demonstrada essa confluência dos campos ao agrupar os fundadores por profissão e campo de atuação;

INBRAC 1992



Fonte: Elaborado pelo autor.

Na parte católica observa-se a presença do já citado dom António Maria Mucciolo, principal articulador e incentivador do projeto Rede Vida por parte da Igreja juntamente com seu irmão e cunhada respectivamente, e também dom Fernando Figueiredo, bispo do município de Santo Amaro - SP e dom Luciano Mendes de Almeida, arcebispo de Diocese de Mariana-MG, referências católicas paulistas. A

participação de Roberto Montoro Filho deriva em grande parte do trabalho de seu pai Roberto Montoro⁵, que a época já era proprietário de emissoras de rádio no interior de São Paulo, igualmente a Monteiro Filho. Ambos estabeleceram logo no início das atividades do INBRAC, por meio de seu estatuto parcerias comerciais de expansão televisiva que estavam expostas na década de 90.

No primeiro estatuto do INBRAC já estavam listadas as duas emissoras comprometidas: Televisão Independente de São José do Rio Preto (SP), estação geradora, cabeça de rede. Televisão Morada do Sol de Araraquara (SP), estação geradora. Ao mesmo tempo os estatutos mencionavam reais possibilidades de grande expansão futura [...] Unidas têm condições técnicas de cobrir todos municípios de São Paulo e capitais brasileiras identificadas. (PESSINATTI, 1998, p. 138 E DOCUMENTOS – REDE VIDA DE TELEVISÃO).

Já, João Grandino Rodas, professor da faculdade de direito da USP, também seguiu a carreira de jurista como Mauro Dias e Marcelo Aparecido Coutinho, diretores executivos. Dessa maneira, em seus anos iniciais o INBRAC arrecadou recursos advindos de instituições vinculadas à Igreja Católica, como: Salesianos, Verbo Divino, Dominicanos, Orionistas, Espiritanos, Missionárias, Servas do Espírito Santo, Franciscanas Missionárias de Maria, Filhas de Maria Auxiliadora, Padres Carlistas. Com grande apoio dessas instituições católicas espalhadas pelo Brasil, o seguinte passo para a consolidação do INBRAC, foi o de estabelecer parcerias que envolviam a parte estrutural técnica da emissora de televisão do grupo empresarial. Entre as medidas tomadas para a instalação e inauguração da nova emissora, segue-se o fechamento de contrato com a empresa americana Interdate System and Technology de Tarpon Springs (Flórida, Estados Unidos) para o suprimento de equipamentos para o canal. (MARQUES, 1999).

Deste modo, o INBRAC estava viabilizando a formação da Rede Vida de Televisão, a partir da geradora da TV Independente, canal da Embratel, conseguido em

⁵ Nascido em Araraquara-SP, sempre trabalhou com mídias, sobretudo em emissoras de rádio e televisão, chegando à década de 60 a ocupar um cargo na diretoria das organizações Globo ao lado de Roberto Marinho. Em 1968, Montoro pediu demissão Marinho, dizendo [...] que ele desejava ter negócio próprio. No ano seguinte, ele comprou as rádios Santo Amaro AM, de São Paulo e a rádio Voz da Araraquarense, de Araraquara. Em 1970, essas rádios mudaram de nome para Rádio Mulher e Rádio Morada do Sol AM, respectivamente. Fonte: Associação dos pioneiros da TV. PRÓ-TV.

audiência com o presidente Renato Archer e Romeu Grandinetti Filho, diretor de operações nacionais. (MONTEIRO FILHO, 2003) O primeiro, já falecido, atuou como militar durante décadas no seu estado de origem Maranhão antes de ingressar na política. Em 1984 participou ativamente da campanha nacional pelas eleições diretas para a Presidência da República. Em novembro daquele ano, foi indicado para o Ministério da Ciência e Tecnologia. Com a abertura do processo de impeachment do presidente Fernando Collor e seu afastamento do cargo, em setembro de 1992, Archer voltou ao governo como presidente da Embratel. Já Romeu Grandinetti Filho é professor e empresário no setor de telecomunicações, ex-presidente da Telesp Celular e Telesp Celular Participações. (CENTRO DE PESQUISA E DOCUMENTAÇÃO DE HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA DO BRASIL DICIONÁRIO HISTÓRICO).

Como aponta Ismar de Oliveira Soares, professor universitário da área de comunicação e ex-funcionário da Rede Vida concedendo entrevista no ano de 2005, antes do falecimento de dom António Maria Mucciolo em 2012, em uma tese abordando a parte de comunicação e jornalismo da emissora, na prática, desde a sua fundação até a presente data desta pesquisa, o INBRAC

[...] tem como grande função representar a catolicidade do veículo perante à própria Igreja e fornecer um amparo administrativo para o Monteiro. Como é um grupo fechado, liderado especialmente pelo Monteiro e pelo Mucciolo, não há oportunidade de ingresso de nenhum outro membro da hierarquia ou de outras pessoas. Isso garante para o Monteiro a continuação de seu comando, portanto, deixa a família Monteiro tranqüila de que não haverá ingerências, e deixa a CNBB tranqüila porque existe um órgão tomando conta do canal. Foi a forma encontrada para legitimar a criação da rede. (LIMEIRA, 2005, p.384).

Este relato demonstra nitidamente a maneira em que ocorrem as relações de poder internas da emissora, circundando o empresário detentor da concessão da TV Independente juntamente com seus filhos e a igreja Católica. O caráter empresarial igualmente é uma marca da emissora e não se posiciona em segundo plano, já que grande parte do apoio financeiro que a sustenta sempre partiu da iniciativa privada como exemplo de seu próprio fundador e seu círculo social norteados por investidores do setor de radiodifusão, que de início já ambicionavam a presença da mesma em todo o território:

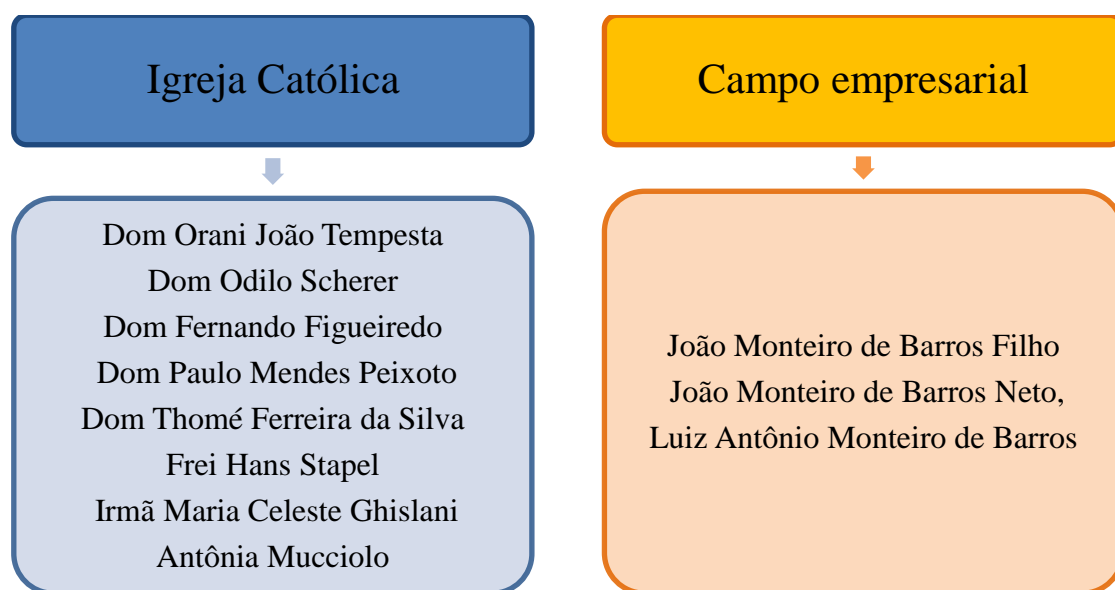
A expectativa era a de que o INBRAC deveria transformar a Rede Vida em uma emissora nacional. Para isso deveria primeiramente

aumentar a participação do canal nas estações transmissoras e retransmissoras pelo interior do Brasil. A primeira oportunidade se daria em setembro de 1993, quando o empresário da área de comunicação Antônio Augusto Amaral de Carvalho, um dos detentores da outorga da Televisão Jovem Pan Ltda, ofereceu sua cota de 30% como doação ao INBRAC. A concessão televisiva da Jovem Pan estava entre aquelas distribuídas por José Sarney e Antônio Carlos Magalhães no final do mandato. (LIMA 2010, p. 118).

O catolicismo brasileiro, por meio de seus expoentes representantes já citados, enxergou no projeto da emissora uma outra possibilidade, se não de crescimento no número de adeptos, pelo menos sua tentativa de manutenção sem obrigação financeira em troca da divulgação de sua doutrina e preceitos. Já o grupo empreendedor familiar declaradamente católico, vislumbrou no projeto Rede Vida uma oportunidade de adentrar na televisão aberta de maneira incisiva unindo a crença em seus valores cristãos sempre exaltados pelo fundador leigo em seus discursos e obra publicada⁶, porém sem deixar de lado sua atuação empresarial nos meios de comunicação.

Após mais de duas décadas de fundação, o Instituto mantenedor da Rede Vida deixa de ter em seu quadro atores do campo jurídico e político que foram essenciais para suas atividades, porém mantém seu pilar religioso-empresarial, pois o INBRAC em 2015, conta com a seguinte composição:

INBRAC - 2015



⁶ BARROS FILHO, J. M. **O que é INBRAC**. 2. ed. São Paulo: INBRAC; Barretos: O Diário, 2003.

Fonte: Portal “O Diário”.

Disponível em: www.odiarionline.com.br/noticia/24770/UM-CARDEAL-NA-PRESIDENCIA-DO-INBRAC. Acesso em: 02/04/2014

4.4 - Investimentos financeiros iniciais, primeira transmissão e cobertura em rede nacional

Não faltou, contudo, o apoio financeiro tão necessário [...] foi feito pedido de uma ajuda [...] das paróquias no valor de 50 reais mensais, durante seis meses; depois por um ano, ajuda de 50 reais de cada família religiosa. (PESSINATTI, 1998, p.150)

Tendo a aprovação da concessão via governo federal e Ministério das Comunicações e por intermédio de seus colegas juristas, responsáveis pela parte administrativa da criação do instituto mantenedor da emissora, juntamente com o apoio de boa parte do clero nacional, o fundador da Rede Vida faria então viagens internacionais visando conhecer outras iniciativas televisivas vinculadas ao catolicismo, bem como para a arrecadação de recursos financeiros para a compra de equipamentos eletrônicos, como demonstra Lima (2010, p. 108), que pesquisou a formação da emissora entre 1989 e 1995:

Dom Mucciolo e Monteiro de Barros peregrinaram pela Europa com vistas a conhecer projetos católicos na área de radiodifusão e obter apoio junto a grupos e entidades católicas daquele continente. A primeira etapa da viagem se deu na Holanda, com a realização de visita ao empresário Piet Derkensesn, mantenedor da fundação “Testemunhando o Amor de Deus”, a qual financiava instituições de caridade e investia em projetos católicos em várias partes do mundo. Depois na Alemanha, realizando encontros com dirigentes católicos que financiavam projetos em países pobres. Segundo Monteiro de Barros, o projeto da Rede Vida não foi bem avaliado pelos alemães, tendo colhido de um dos contatados a seguinte observação de descrédito ao projeto da Rede Vida: “Se a Alemanha que tem dinheiro não tem coragem de lançar uma TV, como o Brasil, um país continental, com dívida internacional e sem verba, vai montar uma rede nacional?”

A citação se complementa com o relato de entrevista exibido abaixo e fornecido por Luiz Antônio acrescentando que a visita à Alemanha contou também com a presença de Hans Stapel; nascido naquele país, o frade franciscano popularmente conhecido como frei Hans mudou-se para o Brasil já na década de 70 e atualmente coordena o projeto “Fazenda da Esperança”, uma comunidade terapêutica que fornece

tratamento para dependentes químicos no município paulista de Guaratinguetá (*WEBSITE – FAZENDA DA ESPERANÇA*). Monteiro e os outros dois representantes católicos estavam instalados em uma casa de freiras do país germânico, dessa forma, realmente o suporte financeiro que a emissora necessitava foi negado, quando o empresário já falava da viagem de volta para o Brasil, explicitou a situação para uma das freiras que ali residia e a mesma resolveu interferir, auxiliando na negociação se responsabilizando pelo empréstimo e tornando-se avalista da transação financeira, mediante vários de seus bens penhorados, mesma situação dos empresários do GMB:

Ele e o Frei Hanz foram na Alemanha pedir uma ajuda pra uma instituição católica que financiava projetos de igreja...aí falaram que não, que esse projeto tava fora, que uma emissora católica pro tamanho do Brasil, não era viável, não era possível. A Alemanha que tinha dinheiro, que era menor que o Brasil não conseguia, porque a gente ia conseguir?! [...] então falou que meu pai era louco, maluco, que não dava certo. E aí papai voltou, ele estava hospedado [...] numa casa religiosa das freiras, lá com o Dom Antônio, e ele tava muito triste...e a madre superior perguntou: “Porque vocês estão tristes?” (ENTREVISTADO).

[...] olha nós viemos aqui buscar recurso pra instalar uma televisão católica e não conseguimos, negaram, não tem empréstimo, não tem dinheiro...” Aí a madre chamou o Frei Hans em alemão, [...] e perguntou pra ele: “O que vocês estão precisando? O que eles querem? Eles querem um empréstimo aqui. Ela falou: Eu posso ser avalista? “Pode!” Então, pode trazer os papéis que eu assino!” (ENTREVISTADO).

Aí foram no banco, penhoraram a minha casa, as emissoras de rádio, penhorou tudo, né... pra, pra religiosa e a religiosa empenhorou o patrimônio dela na Alemanha. Um dos gerentes do banco disse que não ia fazer, aí ela falou “se não fizer eu tiro a conta daqui!” aí ele falou: “Não, então eu faço! Mas o risco é da Senhora.” E ela falou: “Não, eu assino!” E essa freira assinou... (ENTREVISTADO).

Dessa forma, a partir do empréstimo no expressivo valor de três milhões e duzentos e cinquenta mil dólares (MARQUES, 1999), a emissora obteve um capital considerável para poder iniciar suas atividades. Contudo, mais uma vez a relação entre religião, economia e política, já observada anteriormente, presente em todo o contexto de criação e manutenção da Rede Vida, envolveu indivíduos da iniciativa privada e esfera pública que aparecem de maneira explícita em vários pontos de toda sua trajetória, como demonstrado nestas duas exemplificações que abrangem desde a autoridade máxima do poder executivo, bem como a presença de instituições bancárias:

Na busca pelo aumento da cobertura de seu sinal Brasil objetivando também a contribuição financeira de estatais⁷, o então presidente da CNBB a época Dom Luciano Mendes de Almeida, falecido em 2006, participou de um encontro em fevereiro de 1994 com o presidente da república. Nessa ocasião, ao ser apresentado o INBRAC ao presidente Itamar Franco, solicitou-se a concessão de centros para repetição de imagens televisivas e a eventual participação das empresas estatais, através de “comerciais”. (PESSINATTI, 1998, p. 141).

Ainda no mesmo ano do pedido ao presidente Itamar Franco e seguindo a linha de encontros entre esferas de poder, e com o seu primeiro anunciante, não seria diferente, como demonstra Monteiro Filho:

No Natal de 94, o arcebispo de Botucatu recebeu um telefonema de Andrade Vieira, anunciando que o Bamerindus seria o primeiro anunciante [...] pagando os anúncios antecipadamente. O banco foi o primeiro anunciante da Rede Vida e com a verba pudemos lançar a TV num prédio moderno em Rio Preto. (PORTAL REDE VIDA).

Destaca-se José Eduardo de Andrade Vieira, atuante no setor empresarial financeiro e político nacional durante a década de 90, além de presidente e proprietário do banco Bamerindus⁸ a época, já havia ocupado o cargo de Ministro da Agricultura do Brasil em 1993 e após o período em que foi presidente da instituição bancária, voltaria novamente ao ministério dois anos após a sua primeira passagem, além de ter composto parte do gabinete presidencial do próprio Itamar Franco, segundo Pessinatti, 1998, Dom Luciano Mendes de Almeida durante um encontro do INBRAC ocorrido no ano 94 em que estava presente o ex-presidente mineiro, solicitou a concessão de centros para repetição de imagens televisivas e a eventual participação das empresas estatais, através de comerciais.

Para os equipamentos eletrônicos da televisão, os gastos iniciais seriam de três milhões e trezentos mil dólares (LIMA, 2010). Um semestre após o anuncio do apoio

⁷Esta participação financeira de empresas estatais por meio da divulgação de comerciais, que ocorre na Rede Vida desde seus anos iniciais, bem como em todas outras emissoras nacionais, conhecidas como canais de televisão “abertos” está detalhada na sessão “3.2 – Parceiros econômicos e receitas”.

⁸ Fundado por seu pai, Avelino Antônio Vieira, o Bamerindus era um dos maiores bancos privados do país e chegou a ter mais de mil agências. Em 1997, porém, a instituição foi liquidada pelo Banco Central no âmbito do Programa de Fortalecimento do Sistema Financeiro Nacional (Proer), criado para resgatar bancos afetados pela estabilização da economia depois do Plano Real. Fonte: Portal “O Globo”. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/economia/ex-ministro-jose-eduardo-andrade-vieira-morre-aos-76-anos-15222577>

financeiro advindo da instituição bancária privada, a emissora estreava sua programação:

[...] 1º maio de 1995 foi ao ar a primeira missa aqui Já como Rede Vida. No dia 1º de maio era aniversário do Antônio e celebramos uma missa em homenagem a ele e de instalação da Rede Vida. No dia 20 nós estreamos a programação [...] (ENTREVISTADO).

Durante o processo das transmissões iniciais da emissora, foram realizadas pelos empresários fundadores do canal diversas reuniões com pesquisadores da área de comunicação, educadores, produtores independentes e responsáveis por produtoras de vídeo com o objetivo de definir a proposta de trabalho do novo canal. Tais reuniões contaram com a colaboração dos docentes do curso de Gestão de Processos Comunicacionais do Departamento de Comunicação e Artes da ECA-USP p. 69 [...] (MARQUES, 1999).

4.5 – Estrutura atual da emissora e enquanto empresa

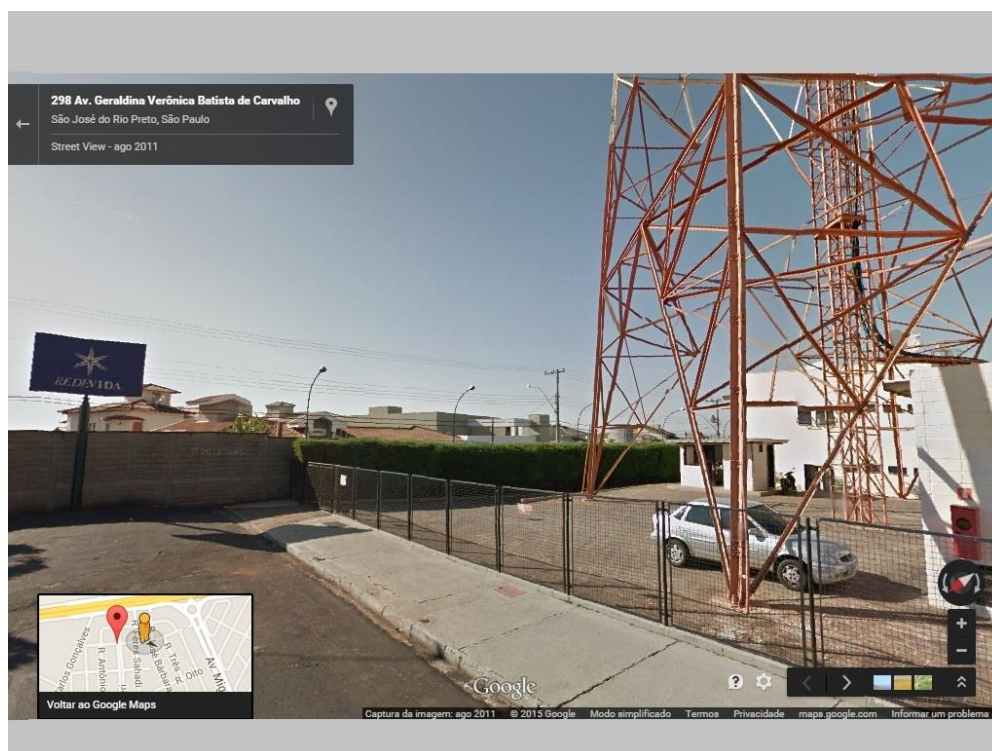
As instalações da Rede Vida de Televisão estão distribuídas em três regiões do país. No Sudeste encontram-se dois edifícios principais que foram visitados durante a pesquisa: São José Do Rio Preto (no qual a emissora iniciou suas atividades) e em São Paulo, que assim como a sede inaugural também possui estúdios de gravação, porém reserva grande parte de seu espaço para o setor comercial, financeiro e recursos humanos. No Centro Oeste em Brasília e no Sul em Porto Alegre estão localizados escritórios regionais⁹. Com o objetivo de pesquisar primordialmente a estrutura da emissora enquanto empresa, o trabalho de campo constitui-se em quatro visitas às suas principais sedes durante um período de um ano e meio, resultando na coleta de relevantes dados aqui expostos, passando a entrevista pessoal concedida por Luiz Antônio e a visita às suas instalações na capital paulista intermediada pelo mesmo na primeira quinzena de março de 2015. Esta data não foi uma escolha aleatória, já que na ocasião estava reunido o CONSUP, Conselho Superior de Orientação e Administração da Rede Vida, existente desde a criação do INBRAC. Este conselho é

⁹ A grande maioria dos funcionários está alocada nas duas sedes paulistas da emissora. Nas outras regiões em que se encontram os escritórios regionais, estão presentes, sobretudo repórteres e editores que produzem matérias dos mais diversos temas, que incluem desde notícias tratando sobre o dia-a-dia de Dioceses, e também interesses gerais da sociedade, como saúde e educação.

responsável por sustentar os dois pilares (religioso e empresarial) e permeiam toda a programação e as atividades da emissora, seja no conteúdo apresentado em suas atrações diárias bem como seus patrocinadores. A reunião que não possui uma periodicidade linear é composta por representantes da alta cúpula católica nacional como: Dom Orani João Tempesta, atual Arcebispo do Rio de Janeiro, Dom Pedro Odilo Scherer, Arcebispo metropolitano de São Paulo, Frei Hans Stapel, criador do projeto “Fazenda da esperança” e o Padre Juarez de Castro, conhecido nacionalmente também por sua atuação como cantor realizando shows católicos, juntamente com o trio empresarial familiar do grupo Monteiro de Barros. É de extrema relevância para a continuidade das atividades do canal e demonstra nitidamente o encontro de esferas sociais extremamente distintas, mas que atuam conjuntamente na tomada de decisões que circundam a Rede Vida de Televisão.

Quando inaugurada em 1995, existia apenas o imóvel de dois andares em Rio Preto:

Figura 1 – Sede da Rede Vida – São José do Rio Preto – SP



Fonte: Google Maps – Disponível em: maps.google.com – Acesso em 12/12//2014

No andar térreo da construção em formato retangular, localizam-se dois estúdios de gravação da emissora com um modelo de aparelhagem que permite a criação de diferentes cenários. Dessa maneira, proporciona a apresentação de diversos programas

que podem ser exibidos e gravados no mesmo estúdio apenas substituindo seu desenho de fundo. No interior destes dois estúdios são produzidos os programas semanais ao vivo: “O terço” e os noticiários: JCTV, este voltado exclusivamente para notícias sobre o universo católico em geral e o Jornal da Vida que trata de temas de interesse da sociedade como um todo mas também apresenta matérias da igreja romana. Ainda no mesmo andar, ao lado dos estúdios há uma sala de recepção contendo uma imagem do ex-presidente José Sarney, e um busto de Dom António Mucciolo, homenagem em referência ao arcebispo de Botucatu que anteriormente havia sido bispo da Diocese de Rio Preto e a todo o momento esteve junto com Monteiro Filho no processo de estruturação da emissora durante a década de noventa. Há outras várias salas; de visitas, dos jornalistas, da redação, dos funcionários responsáveis pela administração do *website* e também a que pertence ao próprio Luiz Monteiro, local escolhido por ele para a realização da entrevista.

Já no andar superior, localizam-se estúdios de edição, montagem e produção das matérias que vão ao ar diariamente, bem como a edição de reportagens de conteúdo religioso advindas de várias dioceses brasileiras e também de outras operadoras de TV vinculadas à emissora. Em suma, esta unidade no interior paulista coordena a área jornalística da emissora. Posteriormente, foi construído ao seu lado o “Santuário da Vida”, [...] inaugurado no dia 30 de novembro de 1999 [...] É utilizado pela Rede Vida de Televisão para as transmissões diárias e, de modo particular, para as transmissões dominicais [...] (LIMEIRA, 2005). Um espaço que a Rede Vida abriu para receber não somente os fiéis que acompanham a Missa pela televisão, mas também caravanas, equipes de celebração e ministérios de todo o Brasil (PORTAL REDE VIDA). Dentro dele também existem alguns dormitórios destinados a recepcionar visitantes da emissora bem como do próprio santuário.

As instalações de Rio Preto estão presentes em um terreno com extensão de 3.210 metros quadrados servindo para a instalação de uma torre de transmissão, que é um dos pontos mais altos da cidade, em terreno oferecido pela família de João Monteiro de Barros Filho, para as futuras instalações da Rede Vida de Televisão. Neste local ela seria construída, com todo serviço de elétrica, hidráulica, ar condicionado. Ergue-se a torre de 110 metros, custeada pelo banco Bamerindus, pagando a época um milhão e 200 mil dólares em publicidade para a emissora (LIMA, 2010; MARQUES, 1999; PESSINATTI, 1998).

De forma que o seu sinal é distribuído para outras diversas localidades por cerca de 450 aparelhos de retransmissão de sinal¹⁰ que recebem a imagem da emissora em todas as unidades da Federação, com destaque para São Paulo, que dispõe de 185 desses aparelhos, somando mais de 40% do total. Em vista disto, existe uma única geradora de sinal da emissora. Isto quer dizer que qualquer programa vinculado a ela que tenha sido gravado, ou está sendo produzido ao vivo em qualquer lugar do Brasil, seja de seus patrocinadores, ou da própria emissora, primeiramente tem que ter o seu sinal transmitido para São José do Rio Preto, e posteriormente então é lançado no satélite do canal para poder ser veiculado em rede nacional. Dois postos retransmissores seriam vitais para o funcionamento da Rede Vida: A instalação de dois estúdios auxiliares, um em São Paulo, cidade mais importante em termos comerciais, e outro em Brasília, sede do poder político brasileiro (LIMA, 2010).

A expansão da Rede Vida levou-a instalar estúdios [...] 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. [...] também possui estúdio auxiliar no Rio de Janeiro. A produção jornalística da emissora está descentralizada devido à atuação dos estúdios. (LIMEIRA, 2005, p.8).

Dessa maneira, estão distribuídos os aproximadamente duzentos funcionários da emissora por Estados da federação com maior predominância em suas sedes principais:

[...] Aqui (Rio Preto) deve ter uns 80, em São Paulo deve ter mais uns 80 também, Brasília deve ter menos, deve ter um total de 10-12, no Rio deve ter uns 10, Porto Alegre deve ter uns 6[...].

Quando questionado sobre o perfil religioso dos funcionários da emissora, Luiz Antônio afirma que o vínculo católico não é estritamente necessário, porém, alguns valores são pré-requisitos como a formação cristã, entre outros:

É que a Rede Vida ela tem que ter valores, o que norteia a Rede Vida desde o começo [...] ela é sustentada por valores, é essa é a essência [...] não é difícil trabalhar na Rede Vida, é diferente. Porque tem que ter consideração a alguns valores, e os valores envolvem os aspectos éticos, morais, cívicos e cristãos. Ninguém trabalha aqui com a carteirinha de católico, todo mundo trabalha aqui com uma identidade cristã. [...] nenhum que eu contratei foi pela Igreja Católica, nenhum. E aqui você vai encontrar muitos que

¹⁰A diferença em número de retransmissoras de sinal entre Rede Vida e sua maior concorrente Canção Nova é de aproximadamente 140, uma vez que a segunda possui o total de 310, o que coloca a emissora rio-pretense a frente em abrangência de satélites e recepção de imagens (fonte: Portal Donos da Mídia).

não são católicos [...] Pode não ser católico, mas tem que ser cristão, se não, não aguenta o ritmo, o andamento. O que caracteriza ela como católico é o fato de ter destacar Maria e também o fato de ter missas, mas ela não é uma emissora religiosa essencialmente, é uma emissora voltada para a família. (ENTREVISTADO).

A respeito da participação de voluntários, é exercido um regime de parceria entre emissora e instituições:

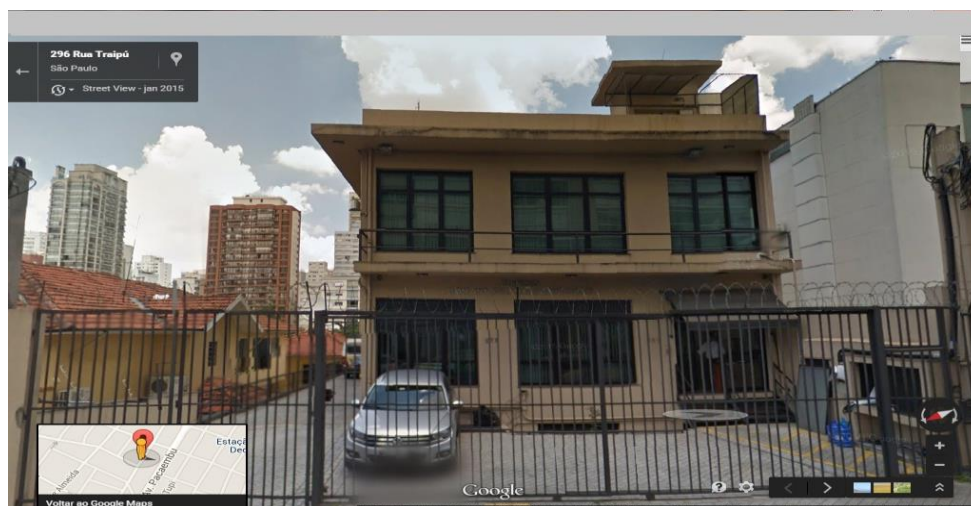
[...] quando você pegou aqui voluntários, queria separar aqui esse joio do trigo. Por exemplo, nós temos uma parceria com a Universidade Católica de Pernambuco. Eles mandam as matérias para a Rede Vida. Então eles são voluntários? [...] está dentro dos parâmetros de valores da Rede Vida. [...] O que eles vão me mandar? A missa do arcebispo, as ações sociais de assistência comunitária, uma ação da paróquia, uma ação social, um lançamento de um livro importante [...] (ENTREVISTADO).

Ou seja, neste caso a universidade produz matérias de conteúdo religioso e a Rede Vida as transmite, porém sem custo ou cobrança entre ambas as partes:

[...] porque eu não faço nenhum pagamento das matérias que eles enviam. Mas em contra partida eles não mandam matérias que eu escalo, eu não sou patrão deles. (ENTREVISTADO).

Na capital paulista encontra-se outro edifício pertencente à emissora, que como apontado por Limeira, 2005, contou com a colaboração do Sindicato da Pequena e Microempresa do Estado de São Paulo e está localizado no bairro de Perdizes. O imóvel é mais uma homenagem a dom António Maria Mucciolo, pois foi assim denominado. Sua construção é constituída por cinco andares com elevador, sendo dois dos andares deles no subsolo. Diferentemente de Rio Preto, não há em São Paulo nenhuma referência ao logotipo da emissora em sua fachada:

Figura 2 – Sede da Rede Vida – São Paulo - SP



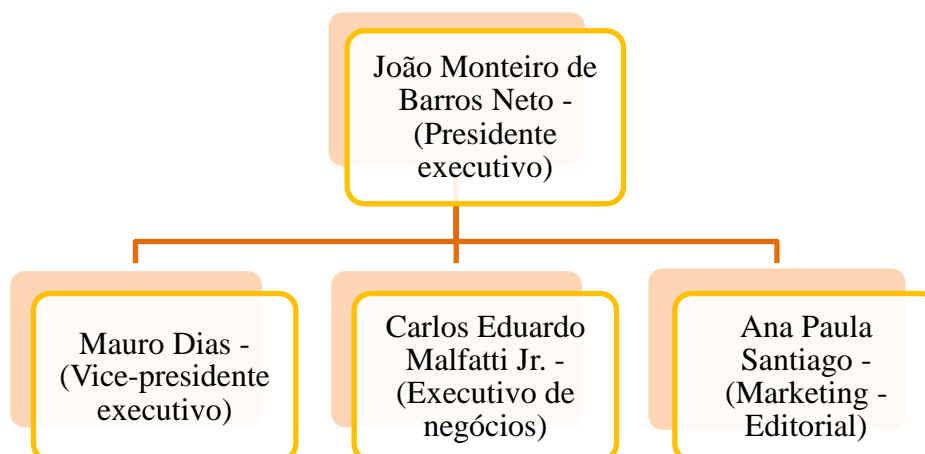
Fonte: Google Maps – Disponível em: maps.google.com – Acesso em 25/01//2015

Nele encontra-se o “coração comercial e financeiro” da emissora. No andar térreo há uma pequena portaria e uma sala de recepção, juntamente com uma sala de espera, local em que estão enfileirados em uma parede oito monitores de televisão que transmitem respectivamente o sinal da emissora por duas antenas parabólicas e três diferentes empresas de TV a cabo (NET, SKY e Claro TV) todas em sinal digital e em alta definição. Ao lado desta estão salas referentes à administração em geral, recursos humanos e por fim a sala de reuniões, onde são realizadas a do CONSUP, contendo uma grande mesa em formato retangular para a acomodação dos membros. Na ocasião da visita quem estava no comando da reunião é o atual presidente do INBRAC, Dom Orani João Tempesta.

Já o primeiro andar é composto exclusivamente por salas referentes à administração financeira e comercial do canal, local de trabalho do outro filho do fundador: João Monteiro Barros Neto¹¹. A hierarquia ilustrada mais abaixo constata como está organizado a divisão propagandística e comercial da emissora, iniciando por Neto, presidente executivo responsável setor, seguido de Mauro Dias, coordenando acordos comerciais entre emissora e governo federal por meio da divulgação, sobretudo das empresas estatais. Carlos Malfatti Júnior, atuando na venda de horários da programação a empresas privadas e produtos que vão desde o mercado liberal quanto o religioso, como por exemplo, editoras católicas e produtos farmacêuticos e Ana Paula Santiago na área do marketing editorial.

¹¹Formado em jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) o presidente executivo da área comercial da Rede Vida, acumula diversos cargos majoritários em instituições voltadas, sobretudo para áreas midiáticas: Vice-presidente da AESP (Associação das emissoras de rádio e televisão do estado de São Paulo) desde 2011. No GMB (grupo Monteiro de Barros) atua como diretor geral atua no setor de comunicação, propaganda e marketing: das estações de rádio, entre elas: Independente FM, Independente AM, Barretos AM, Band FM e Colina FM. Nas mídias digitais, desde 1999 é o editor chefe do jornal *O Diário Online* de Barretos.

Hierarquia propagandística e comercial – Rede Vida 2015



Fonte: Elaborado pelo autor.

O último pavimento ao qual também se tem acesso por elevador é utilizado exclusivamente para a disposição de grandes antenas e satélites posicionados geograficamente para São José do Rio Preto, município retransmissor do sinal para todo o país. Nos pavimentos localizados no subsolo, estão presentes, no primeiro a área dos estúdios de edição de matérias, gerenciados por funcionários da área técnica. Já o último contém uma capela toda revestida em madeira maciça, um pequeno anfiteatro, e por fim dois os estúdios de gravação da emissora com a mesma tecnologia embarcada na outra sede do interior, permitindo assim a exibição de múltiplos cenários visando a exibição de diferentes atrações no mesmo local. É no interior destes estúdios em São Paulo que são apresentados os programas: “Vida melhor”, “Hora de brincar”, “Tribuna Independente” e “Caminhos”, cujos apresentadores são o ex-deputado federal pelo PMDB e atual secretário municipal de Educação de São Paulo Gabriel Chalita às quintas e as terças pelo padre cantor Juarez de Castro.

A presença dos empreendedores somada ao bom relacionamento do grupo Monteiro de Barros com o campo político e também midiático brasileiro foi essencial para que a abrangência do sinal da emissora fosse aumentando substancialmente ao passar dos anos por meio de diversas concessões que necessitam aprovação do governo federal para retransmitir sua programação. Como resultado, em grande parte do país já é possível assistir suas diversas atrações em formato de alta definição disponível por meio do sinal digital como demonstra o mapa:

Mapa 1– Cobertura em território nacional de canais analógico e digital



Fonte: Portal Rede Vida, 2015.

Dessa maneira, a partir do levantamento de dados e somando-se as cinco regiões do país: Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul e levando em conta toda a sua estrutura de transmissão e retransmissão do sinal nos formatos analógico e digital o alcance de municípios chega a aproximadamente mil e quinhentos, chegando a todas as capitais brasileiras e as 500 maiores cidades do país. (PORTAL REDE VIDA) Um número consideravelmente elevado para uma emissora de matriz religiosa que está completando duas décadas de fundação. Consequentemente, este seu longo alcance não é fruto apenas de uma forte presença católica nacional historicamente estabelecida, mesmo que venha sofrendo queda, mas sim substancialmente de vários sujeitos leigos que demandam suporte financeiro considerável por parte de acordos comerciais e patrocinadores na venda de espaços da programação.

De caráter essencial para a manutenção da emissora, estes acordos, sobretudo no tocante as questões financeiras, revelaram-se primordiais para que a Rede Vida saldasse seus empréstimos, necessários para sua transmissão inicial em 1995, em um curto espaço de tempo. Mesmo considerando o conturbado contexto histórico nacional da década de 90, no setor financeiro, incluindo a mudança de planos econômicos na

tentativa de conter a constante alta da inflação presente no país, levando várias empresas a entrar com pedido de falência ou concordata, culminando na mudança da moeda para o Real ainda no governo Itamar:

Em seu pronunciamento oficial, publicado na sua página da internet, a Rede Vida apresentou um balanço financeiro positivo de suas atividades; “Em menos de 3 anos, a Rede Vida pagou todas suas dívidas assumidas para a implantação da emissora geradora da TV Independente, em São José do Rio Preto e mantém seus compromissos operacionais atuais, da ordem de 800 mil dólares mensais, totalmente em dia. O empréstimo de três milhões e 250 mil dólares, feito em 96 na Alemanha, foi honrado em março. “Rede vida, 05 de maio de 1999” (MARQUES, 1999, p. 73).

A citação do fim dos anos 2000 demonstra que a combinação de empreendedorismo leigo realizada pelo GMB somada à força expressiva da igreja Católica no país resultou na criação de um canal televisivo de cunho religioso, porém coordenado por uma família de empreendedores, que o administra com moldes tipicamente empresariais. Atestando a grande presença e influencia destes atores sociais no cenário religioso brasileiro.

4.6 – Grupos de comunicação e radiodifusão afiliados

As parcerias empresariais vinculadas ao setor comercial de radiodifusão realizadas pela Rede Vida estão localizadas de norte a sul do Brasil. Neste vasto conjunto envolvendo atores sociais presentes entre prefeituras municipais, dioceses, e o próprio empresariado, dois grupos afiliados destacam-se. Primeiramente por serem instituições de caráter de atuação completamente diferentes e do mesmo modo, compartilhar seus veículos de comunicação com a emissora paulista. Ambas operam mais diversos tipos de mídia e mesclam caráter comercial com a presença de vínculos religiosos, sobretudo católicos, como o exemplo da *Fundação Educadora de Comunicação* (FEC) localizada, estado do Pará, município de Bragança, com mais de quarenta anos de existência, detém emissoras de rádio AM e FM, e também atua em parceria com a diocese que leva o nome da cidade, mesmo se caracterizando uma como instituição católica, possui um cadastro jurídico (CNPJ) que descreve suas atividades tais quais: “Atividades de organizações religiosas ou filosóficas”¹²

¹²Ver anexo página 87

Dessa maneira, a FEC e suas emissoras atuam como um instrumento de difusão da diocese de Bragança, que por meio também de acordos comerciais é mantenedora das estações de rádio. É administrada por religiosos(as) católicos. Na gerencia das atividades das rádios Educadora de Bragança, respectivamente em AM e FM está o Pe. Mauricio Soares, em semelhança a programação da emissora paulista a rádio, frisa em seu slogan o termo “família”: “*Fundação Educadora de Comunicação - A Voz Católica da Família paraense*”.

E como coordenadoras da parte executiva e administrativa da FEC, há três mulheres: Irmã Alice Fernandes do Carmo, Benedita Viera De Sousa, Maria José de Souza. (PORTAL OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA).

Em seu *website*, apresenta seu conteúdo musical variado, porém com destaque a religião:

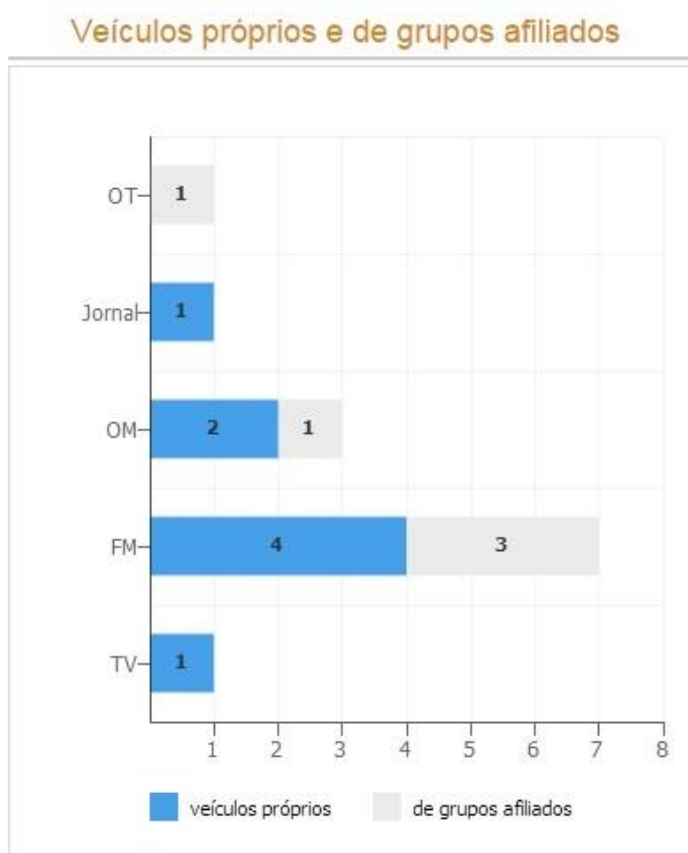
Caracterizando-se como emissoras segmentadas, as Rádios da Fundação Educadora de Comunicação têm um público ouvinte com um perfil de bom gosto que estão situados nas classes A e B, público este economicamente ativo na faixa etária dos 20 aos 70 anos. [...] com sua programação exclusiva, que foi desenvolvida com a finalidade de levar educação de qualidade para as mais remotas regiões do interior do Pará, além de procurar valorizar músicas Regionais, do Passado, MPB, Bossa Nova, a moderna MPB, o POP, o DANCE, o ROCK e a programação RELIGIOSA” (PORTAL FUNDAÇÃO EDUCADORA).

Já no cone sul do país, encontra-se o Grupo Solano de Comunicação, do Paraná, proprietário de estações de rádio nas cidades de Cascavel e Toledo, e da TV Centro Oeste em parceria com a Rede Vida. O grupo foi criado e vem sendo administrado por um leigo: Marcos Solano Vale em sociedade com sua esposa Selma Miyazaki Solano. Ambos atuam no setor médico, Solano também é empresário conhecido em seu estado, sendo proprietário de várias empresas, que incluem uma viação aérea regional de transporte de passageiros e cargas denominada “Sol Linhas Aéreas”, e também o Hospital de Olhos de Cascavel. Além de todo este vasto cenário profissional, concorreu nas eleições de 2014 ao cargo de deputado federal pelo Partido Popular Socialista (PPS), obtendo dois mil duzentos e setenta e dois votos, representando 0,04% do eleitorado, um número consideravelmente baixo, que resultou com a não eleição do candidato. (PORTAL ELEIÇÕES 2014).

Em menor grau de participação, não pertencendo à categoria de grupos afiliados estão três prefeituras municipais que possuem retransmissoras de Televisão da Rede Vida, nos estados de São Paulo (duas primeiras) e Minas Gerais respectivamente: Pederneiras, São João da Boa Vista e Congonhas. (PORTAL DONOS DA MÍDIA). Apontados os principais grupos afiliados a Rede vida, destaca-se mais uma vez o capital social dos empreendedores do Grupo Monteiro de Barros que possibilitaram ao longo do tempo o entrelaçamento entre as esferas sociais, religiosa, política e econômica de maneira a atender as expectativas de expansão da emissora católica, contando com o apoio institucional da CNBB.

O gráfico apresenta os oito veículos da própria emissora nas mídias, e outros cinco pertencentes aos demais grupos afiliados já citados, sendo OT e OM, ondas de radiofrequência que como o próprio nome já diz atuam na transmissão de programação via rádio.

Gráfico 1- Número de veículos de comunicação da Rede Vida e seus afiliados



Fonte: Portal Donos da Mídia. <www.donosdamidia.com.br>. Acesso em 09/01/2015.

Dessa maneira, por meio da demonstração dos grupos midiáticos afiliados, constatou-se que a emissora mantém parcerias comerciais em diferentes regiões do Brasil, incluindo indivíduos presentes em instituições religiosas, bem como empresários bem sucedidos na busca da retransmissão de seu sinal em 100% do território nacional, fator este que automaticamente remete a relação de aparelhagem técnica do canal. Por meio da coleta de dados feita no trabalho de campo, obteve-se a distribuição pelas unidades da federação dos aproximadamente 450 retransmissores de sinal da Rede Vida:

Mapa 2 – Número de retransmissoras de sinal

RETRANSMISSORAS NO BRASIL



Fonte: Portal Rede Vida, 2015.

4.7 – Relação de parceria das dioceses brasileiras e com o Vaticano

Grande parte das matérias jornalísticas veiculadas pela Rede Vida diariamente por meio de seus telejornais JCTV e Jornal da Vida, referem-se, sobretudo a eventos, notícias e informações sobre as diversas dioceses espalhadas pelo Brasil, algumas em parceria com a emissora produzem matérias que são retransmitidas:

Nós temos parceria com todas as dioceses... Como é que funciona esse sistema da parceria? Vou te dar um exemplo: Itapeva, o Bispo de lá contrata uma produtora de vídeos. [...] essa produtora faz as matérias e manda pra Rede Vida [...] quem paga é a diocese [...] eu exibo sem custo[...] então...é uma parceria mesmo [...] porque eles tem que me mandar as matérias. Não tem custo pra eles, mas também não tem custo pra mim [...]. (ENTREVISTADO).

Vale destacar que para Luiz Antônio, a evolução dos meios de comunicação como linhas telefônicas e a internet no que tange exclusivamente ao sistema de parceria da emissora com as dioceses ocasionou uma diminuição da participação entre as instituições católicas e o canal devido ao aumento de custos de produção que estes meios proporcionaram:

[...] no começo quando a TV começou a gente tinha mais (parcerias), e eu vou te falar o porquê... Não tinha internet, não tinha telefone, então o custo era muito, muito baixo. Quer dizer, cada diocese que tinha um assessor de comunicação, ligava e gravava um boletim. E aí era um rádio na TV... Isso nos dois primeiros anos era possível, aí principalmente depois que veio a internet, acabou, isso morreu, não há possibilidade, hoje não faço nenhum boletim por rádio, não faço, hoje se especializou em ser o império da imagem. Ou você tem imagem ou você não tem [...]. (ENTREVISTADO).

A partir dessa mudança tecnológica operacional em que o rádio foi perdendo espaço para a televisão, as dioceses que em um primeiro momento realizavam seu boletim via rádio, de maneira barata e rápida, foram obrigadas a investir financeiramente em novos equipamentos para se adequar ao “império da imagem” citado pelo entrevistado. Porém o país possui mais de 200 dioceses¹³, e nem todas possuem condições que permitam a compra desses equipamentos devido ao seu alto custo além de ser necessária uma prévia concessão do Ministério das Comunicações:

Essas concessões tem sido feitas às dioceses brasileiras, as quais tem comprado uma antena parabólica comum e os retransmissores. Com esse equipamento, (que é propriedade das dioceses e não da Rede Vida), as regiões as quais pertencem cada diocese tem captado o sinal da Rede Vida que é enviado por um satélite da Embratel, o Brasilsat. [...] cujo aluguel é de 104 mil dólares mensais – coloca a disposição da emissora 24 horas de transmissão. A origem do sinal enviado pelo satélite fica na emissora central de sinais da Rede Vida, [...] em São José do Rio Preto. (MARQUES, 1999, p.76).

¹³ Disponível em: <http://noticias.cancaonova.com/papa-cria-nova-diocese-no-brasil/>

No tocante à relação com a sede da Igreja Católica em Roma, diferente das Dioceses em que existem efetivamente as parcerias, existe apenas uma espécie de contrato televisivo audiovisual entre Rede Vida e Vaticano para a distribuição de alguns eventos promovidos pelo mesmo:

Com o Vaticano [...] tem uma relação, eles cedem às imagens da missa como o Papa, do Angelus do Papa, é exceção, eles avisam: “está liberando o sinal”, a gente pega. “tá liberado o sinal pra missa de domingo”, então a gente faz, canonização do papa, o sinal “ta” aberto... A gente entra. É, Mas não tem nada assim formal [...]. (ENTREVISTADO).

4.8 - Participação católica no conselho administrativo

Da mesma maneira que o trio familiar de empresários administradores da emissora é responsável por uma considerável participação nas decisões referentes ao que a igreja visa transmitir a seus adeptos por meio da televisão, as autoridades católicas nacionais também participam e deliberam no CONSUP, (Conselho Superior de Orientação e Administração) da Rede Vida. Passou a existir após a fundação do INBRAC. Entre seus principais participantes estão os cardeais e arcebispos de São Paulo e Rio de Janeiro, respectivamente, dom Pedro Odilo Scherer e dom Orani João Tempesta, e outros representantes das dioceses de Rio Preto e Uberaba, somando ao todo cinco representantes:

O Orani é o atual presidente da Rede Vida, [...] o Dom Fernando Figueiredo, e o arcebispo de Rio Preto, [...] Dom Paulo Mendes Peixoto, [...]O Dom Tomé, que é o bispo de Rio Preto, ele é conselheiro convidado atualmente, porque como a TV fica aqui, ele pode vir aqui saber o que está acontecendo, claro, todos que foram bispos aqui (Rio Preto) chegaram ao conselho, chegou [...] porque era bispo de Rio Preto[...].(ENTREVISTADO).

Exatamente no dia da visita a sede paulista da emissora em 09 de março de 2015, o CONSUP estava reunido contando com grande parte dos membros da diretoria do INBRAC 2015. Ressaltando a influência católica no canal administrado pelos empresários.

4.9 - Conteúdo programático da emissora: A combinação de atrações religiosas e seculares

Desde a sua fundação a Rede Vida apresenta uma mescla em sua programação geral que abrange conjuntamente conteúdo religioso e temas de interesse da sociedade como um todo. A exibição de atrações seculares como atividades esportivas, culinária entre outros, se deve ao fato de a emissora possuir vínculos comerciais e empresariais, não estritamente católicos, que de maneira direta refletem a publicidade do que é repassado aos seus telespectadores. Assim sendo, o GMB administrador do canal atuando de maneira enfática como uma família de empresários leigos, demonstra que o ideal basilar da emissora não deve pautar-se exclusivamente pelas atividades voltadas para a religião. Nota-se que o termo “família”, no sentido cristão também se destaca além do caráter religioso propriamente dito, segundo relatos de Luiz Antônio Monteiro de Barros:

Eu não sou padre, meu pai não é padre, meu pai é casado [...] Eu tenho três e filhos e dois netos já. Nós não somos religiosos, não. A nossa função é de leigos engajados, e a nossa tarefa é da boa notícia. O que o evangelho “tá” dizendo? Ele “tá” dizendo a boa notícia, é isso a gente, não quer levar uma programação religiosa no sentido estrito da palavra né? Só religião, religião, não! É levar coisas que possam fortalecer principalmente a família. [...] nós somos vistos pelo público como uma emissora unicamente religiosa. (ENTREVISTADO).

Dessa maneira, sua diretoria atua no sentido de produzir e veicular várias outras atrações que retratam as atividades do “dia-a-dia”, procurando fazer com que emissora não seja reconhecida apenas pelo conteúdo vinculado a religião, levando em consideração a prestação de serviços à sociedade:

Bom é verdade, mas a gente não quer ser só, a gente também quer ser religiosa, mas no sentido mais importante. Não é só ficar na restrição do religioso. É ser uma emissora prestadora de serviço democrática. (ENTREVISTADO).

Em consequência, o trabalho em geral realizado na emissora igualmente se entrelaça com as ações dos leigos que a administram, responsáveis pela programação como um todo, seja ela de cunho religioso, ou não como o próprio Luiz Antônio reconhece:

É porque o público vê a Rede Vida só como: “tem missa”, tem missa, mas ela não quer ser só da coisa, e não existe nenhuma crise

de identidade na TV quanto a isso porque esse é um trabalho que a gente encara como dos leigos no meio da igreja. O leigo não pode ser padre, não pode ser bispo, né? Os padres podem até dar uma palavra, uma pregação, pode. Os leigos podem né? Podem ajudar um enfermo, socorrer vítimas, tem um campo vasto para a atuação e a gente se encaixa nisso. (ENTREVISTADO).

Na prática, a emissora que em seus anos iniciais se dedicou quase que exclusivamente à programação religiosa, veio a incorporar atrações voltadas ao público leigo e de caráter comercial, por meio da venda de horários, mesmo ainda sendo amplamente reconhecida como uma emissora de caráter religioso. Não deixa de incorporar ações mercadológicas, voltadas para programas de conteúdos diversos, inclusive para se manter financeiramente em face das emissoras concorrentes, já que grande parte da renda obtida por ela vem particularmente das atrações não religiosas. A influência sobre a comunicação realizada por grupos, entidades e igrejas cristãs é muito acentuada. Os tele e radioevangelistas, em nosso meio, já assumiram atitude comercial (ASSMANN, 1986).

Para elucidar o conteúdo da grade programática da emissora atual, com o foco na programação secular, na qual estão contidas as atrações apoiadas financeiramente por meio de capital privado de empresários e investidores, realizou-se uma comparação entre a quantidade de atrações (totalizando todos os programas de A a Z) que eram apresentadas em junho 2004 com as do primeiro semestre de 2015, no horário entre cinco horas da manhã a meia noite. O cruzamento de dados entre ambas as tabelas apontam preliminarmente um acréscimo de atrações na programação voltadas ao público católico:

Tabela 1 – Programação da Rede Vida - 2004

	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO
05:40	FINE CULTURAL	EDICAO NACIONAL	EDICAO NACIONAL	EDICAO NACIONAL	EDICAO NACIONAL	EDICAO NACIONAL	EDICAO NACIONAL
06:45	ORACAO DO SANTUARIO	ORACAO DO SANTUARIO	ORACAO DO SANTUARIO	ORACAO DO SANTUARIO	ORACAO DO SANTUARIO	ORACAO DO SANTUARIO	ORACAO DO SANTUARIO
06:55	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO
06:10	PAO NOSSO	PAO NOSSO	PAO NOSSO	PAO NOSSO	PAO NOSSO	PAO NOSSO	PAO NOSSO
06:30	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO
06:35	ALGUEIRA ESPERANCA	A PALAVRA DO BISPO	ALGUEIRA ESPERANCA	ALGUEIRA ESPERANCA	COM MUITO AMOR	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO
06:45	ICTV	ICTV	ICTV	ICTV	ICTV	ICTV	ICTV
07:15							
07:25							
07:30	BRASIL ISSO	BRASIL ISSO	BRASIL ISSO	BRASIL ISSO	BRASIL ISSO	PAGINAS DE BIBLIA	PAZ DO PASTOR
07:45	AMOR EXIGENTE	REI AXE E VIVA TITIZ	ALGUEIRA P/O RUINDO	ALGUEIRA	PAGINAS DE BIBLIA	MISSA DE APARICIDA	VIDA NO CAMPO
08:25	MOMENTO DE F	MOMENTO DE F	MOMENTO DE F	MOMENTO DE F	MOMENTO DE F	MOMENTO DE F	KURKIMA
08:45	MISSA DE APARICIDA	MISSA DE APARICIDA	MISSA DE APARICIDA	MISSA DE APARICIDA	MISSA DE APARICIDA	MISSA DE APARICIDA	A MISSA SANTA DA VIDA
09:00	ALGUEIRA ESPERANCA	A PALAVRA DO BISPO	ALGUEIRA ESPERANCA	ALGUEIRA ESPERANCA	COM MUITO AMOR	ESPECIAL	ESPECIAL
09:15	TELECURSO 2000	TELECURSO 2000	TELECURSO 2000	TELECURSO 2000	TELECURSO 2000	TELECURSO 2000	ESPECIAL
10:30	COISAS DE CRIANCAS	COISAS DE CRIANCAS	COISAS DE CRIANCAS	COISAS DE CRIANCAS	COISAS DE CRIANCAS	VIDA E SAUDE	VIDA E SAUDE
11:00	MOTIVACAO E SUCESSO	VIDA NO CAMPO	VIDA NO CAMPO	VIDA NO CAMPO	VIDA NO CAMPO	VIDA NO CAMPO	VIDA NO CAMPO
11:30	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO
12:00	TERCO / PAO NOSSO	TERCO / PAO NOSSO	TERCO / PAO NOSSO	TERCO / PAO NOSSO	TERCO / PAO NOSSO	TERCO / PAO NOSSO	TERCO / PAO NOSSO
12:30	ICTV	ICTV	ICTV	ICTV	ICTV	ICTV	ICTV
12:55	CAMINHOS / VIVO SP	CAMINHOS / VIVO SP	CAMINHOS / VIVO SP	CAMINHOS / VIVO SP	CAMINHOS / VIVO SP	CAMINHOS / VIVO SP	CAMINHOS / VIVO SP
13:00	COISAS DE CRIANCAS	COISAS DE CRIANCAS	COISAS DE CRIANCAS	COISAS DE CRIANCAS	COISAS DE CRIANCAS	COISAS DE CRIANCAS	COISAS DE CRIANCAS
13:45	TRIB INDEPENDENTE	ESTE E O MEU BRASIL	TRIB INDEPENDENTE	TRIB INDEPENDENTE	TRIB INDEPENDENTE	TRIB INDEPENDENTE	TRIB INDEPENDENTE
14:00	MOMENTO POLITICO	PUDRINHO MALTAR	TRIB INDEPENDENTE	TRIB INDEPENDENTE	TRIB INDEPENDENTE	TRIB INDEPENDENTE	TRIB INDEPENDENTE
14:15	VIVER E CONVIVER	VIVER E CONVIVER	VIVER E CONVIVER	VIVER E CONVIVER	VIVER E CONVIVER	VIVER E CONVIVER	VIVER E CONVIVER
14:30	ENC COM COMCRISTO	ENC COM COMCRISTO	ENC COM COMCRISTO	ENC COM COMCRISTO	ENC COM COMCRISTO	ENC COM COMCRISTO	ENC COM COMCRISTO
17:45	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO
17:55	PAO NOSSO	PAO NOSSO	PAO NOSSO	PAO NOSSO	PAO NOSSO	PAO NOSSO	PAO NOSSO
18:00	ICTV	ICTV	ICTV	ICTV	ICTV	ICTV	ICTV
18:30	MOMENTOS REFLEXAO	MOMENTOS REFLEXAO	MOMENTOS REFLEXAO	MOMENTOS REFLEXAO	MOMENTOS REFLEXAO	MOMENTOS REFLEXAO	MOMENTOS REFLEXAO
19:00	A MISSA	A MISSA	A MISSA	A MISSA	A MISSA	A MISSA	A MISSA
19:20	CAMINHOS / PRIMA	COIDIANO E VOCE	ED UM FUSCOUR DISC	ED UM FUSCOUR DISC	ED UM FUSCOUR DISC	ED UM FUSCOUR DISC	ED UM FUSCOUR DISC
19:30	ABAC	ABAC	ABAC	ABAC	ABAC	ABAC	ABAC
20:00	FORN P TV	FORN P TV	FORN P TV	FORN P TV	FORN P TV	FORN P TV	FORN P TV
21:00	3 MILENIO	3 MILENIO	3 MILENIO	3 MILENIO	3 MILENIO	3 MILENIO	3 MILENIO
22:00	FORN P TV	FORN P TV	FORN P TV	FORN P TV	FORN P TV	FORN P TV	FORN P TV
23:00	BRASIL ISSO	BRASIL ISSO	BRASIL ISSO	BRASIL ISSO	BRASIL ISSO	BRASIL ISSO	BRASIL ISSO
23:30	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO	TERCO BIZANTINO
24:00	TV SHOPPING BRASIL	TV SHOPPING BRASIL	TV SHOPPING BRASIL	TV SHOPPING BRASIL	TV SHOPPING BRASIL	TV SHOPPING BRASIL	TV SHOPPING BRASIL

Fonte: LIMEIRA, Michele Boff da Silva. Telejornalismo na Rede Vida - Da comunicação institucional à comunicação dialógica e plural.

Tabela 2 – Programação Rede Vida - 2015

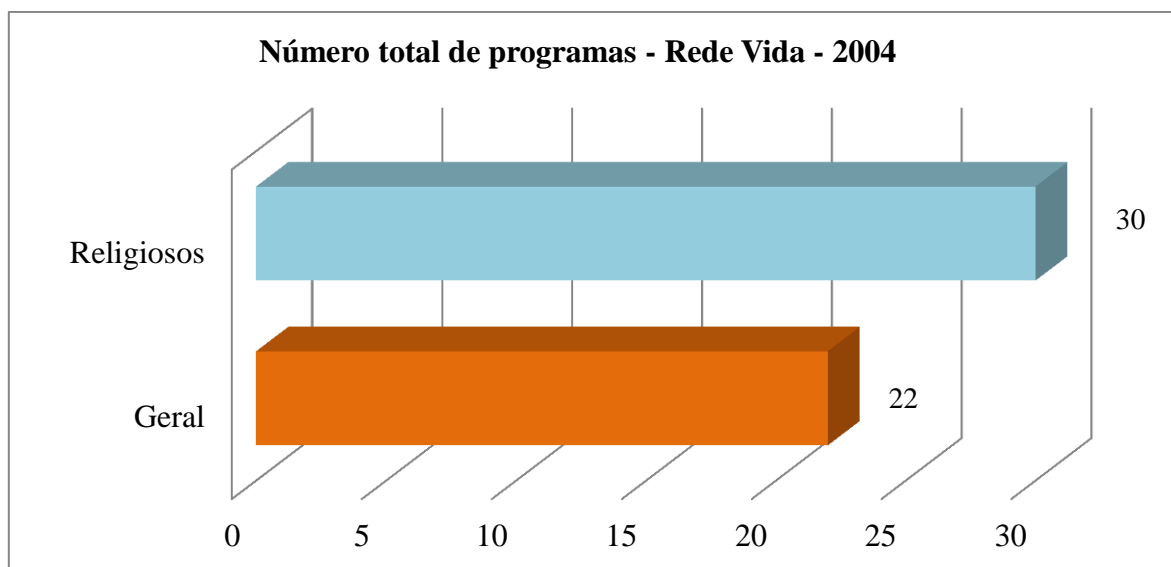
	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
	06:00	SANTO TERÇO DO PAI ETERNO	SANTO TERÇO DO PAI ETERNO	SANTO TERÇO DO PAI ETERNO	SANTO TERÇO DO PAI ETERNO	SANTO TERÇO DO PAI ETERNO	SANTO TERÇO DO PAI ETERNO
	06:25	PAO NOSSO	PAO NOSSO	PAO NOSSO	PAO NOSSO	PAO NOSSO	PAO NOSSO
	06:30	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO	RIO GRANDE RURAL	A PALAVRA DE DEUS
	06:45	PALAVRA DO BISPO	PALAVRA DO BISPO	PALAVRA DO BISPO	COM MUITO AMOR		ENCONTRO N.S.AFLITOS
	07:00	MISSA BASÍLICA DE TRINDADE	MISSA FAZENDA DA ESPERANÇA	MISSA BASÍLICA DE TRINDADE	MISSA BASÍLICA DE TRINDADE	MISSA BASÍLICA DE TRINDADE	PALAVRA DO CARDEAL
	07:45	PROGRAMA DO PAI ETERNO	PROGRAMA DO PAI ETERNO	PROGRAMA DO PAI ETERNO	PROGRAMA DO PAI ETERNO	O SANTO DO DIA	VIDA NO CAMPO
	08:00	HORA DE BRINCAR	HORA DE BRINCAR	HORA DE BRINCAR	HORA DE BRINCAR	FAZENDO ESPERANÇA	MISSA SANTUÁRIO DA VIDA
	08:30	NOVENA PERPÉTUO SOCORRO	NOVENA PERPÉTUO SOCORRO	NOVENA PERPÉTUO SOCORRO	NOVENA PERPÉTUO SOCORRO	NOVENA PERPÉTUO SOCORRO	
	09:00	MISSA DE APARECIDA	MISSA DE APARECIDA	MISSA DE APARECIDA	MISSA DE APARECIDA	O RIO CELEBRA	ONDE DEUS CHORA
	10:00	FILHOS DO PAI ETERNO	FILHOS DO PAI ETERNO	FILHOS DO PAI ETERNO	FILHOS DO PAI ETERNO	FILHOS DO PAI ETERNO	FUTEBOL
	10:30	PROGRAMA DO PAI ETERNO	PROGRAMA DO PAI ETERNO	PROGRAMA DO PAI ETERNO	PROGRAMA DO PAI ETERNO		
	10:50	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA	O SANTO DO DIA		
	11:00	ENCONTRO N.S.AFLITOS	ENCONTRO N.S.AFLITOS	ENCONTRO N.S.AFLITOS	ENCONTRO N.S.AFLITOS	FUTEBOL	
	11:15	ESCOLHAS DA VIDA	ESCOLHAS DA VIDA	ESCOLHAS DA VIDA	ESCOLHAS DA VIDA		
	11:50	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO		TERÇO BIZANTINO
	12:00	ROSÁRIO DA VIDA	ROSÁRIO DA VIDA	ROSÁRIO DA VIDA	ROSÁRIO DA VIDA		NOVENA PERPÉTUO SOCORRO
	12:30	VIDA MELHOR	VIDA MELHOR	VIDA MELHOR	VIDA MELHOR		INFOMERCIAL
	13:00						ANGELUS
	13:15						IGREJA NO BRASIL
	13:30						PÁGINAS DIFÍCEIS DA BIBLIA
	14:00						FAZENDO BARULHO
	14:30	NOVENA PERPÉTUO SOCORRO	NOVENA PERPÉTUO SOCORRO	NOVENA PERPÉTUO SOCORRO	NOVENA PERPÉTUO SOCORRO	NOVENA PERPÉTUO SOCORRO	
	15:00	MEDALHÃO PERSA	MEDALHÃO PERSA	MEDALHÃO PERSA	MEDALHÃO PERSA	MISSA SANT. MÃE DE DEUS	SUPER HDB
	17:00	FILHOS DO PAI ETERNO	FILHOS DO PAI ETERNO	FILHOS DO PAI ETERNO	FILHOS DO PAI ETERNO	INFOMERCIAL	ENCONTRO COM CRISTO
	17:30	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO	ENCONTRO COM CRISTO		
	17:50	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO		
	18:00	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	O TERÇO	MISSA BASÍLICA DE TRINDADE	
	18:30	JCTV	JCTV	JCTV	JCTV		MISSA BASÍLICA DE TRINDADE
	19:00	MOMENTOS DE REFLEXÃO	MOMENTOS DE REFLEXÃO	MOMENTOS DE REFLEXÃO	MOMENTOS DE REFLEXÃO		MOTIVAÇÃO & SUCESSO
	19:10	MISSA SANTUÁRIO DA VIDA	MISSA SANTUÁRIO DA VIDA	MISSA SANTUÁRIO DA VIDA	MISSA SANTUÁRIO DA VIDA		TRIBUNA JUDICIÁRIA
	20:00	FILHOS DO PAI ETERNO	FILHOS DO PAI ETERNO	FILHOS DO PAI ETERNO	FILHOS DO PAI ETERNO	FUTEBOL	ANATOMIA DO PODER
	20:30	TRIBUNA INDEPENDENTE	FRONTE A FRENTE	TRIBUNA INDEPENDENTE	TRIBUNA INDEPENDENTE	REDEVIDA VISTA	VIVER SUSTENTÁVEL
	22:00	JORNAL DA VIDA	JORNAL DA VIDA	JORNAL DA VIDA	JORNAL DA VIDA	SILVIO BRITO EM FAMÍLIA	QUEM AMA EDUCA
	23:00	CAMINHOS COM PADRE JUAREZ	SILVIO BRITO EM FAMÍLIA	REDEVIDA APRESENTA	CAMINHOS COM CHALITA	REDEVIDA SERTINEIA	ESTE É O MEU BRASIL
	23:50	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	TERÇO BIZANTINO	REDEVIDA SERTINEIA	FAZENDO BARULHO
	23:55	MEDALHÃO PERSA	MEDALHÃO PERSA	MEDALHÃO PERSA	MEDALHÃO PERSA	REDEVIDA SERTINEIA	PRAZER EM CONHECER O
						TERÇO BIZANTINO	PRAZER EM CONHECER O
						MEDALHÃO PERSA	PRAZER EM CONHECER O
						MEDALHÃO PERSA	PRAZER EM CONHECER O
						MEDALHÃO PERSA	PRAZER EM CONHECER O

■ - RELIGIOSO ■ - COMERCIAL

Fonte: Portal eletrônico Rede Vida: – www.redevida.com.br - Acesso em 23/04/2015.

Dessa maneira, se somados o individualmente o número de programas e atrações da emissora com fins religiosos certamente é maior se comparado aos produzidos para a sociedade como um todo e de fins comerciais, como demonstram os dados dos gráficos produzidos a partir das duas tabelas apresentadas acima:

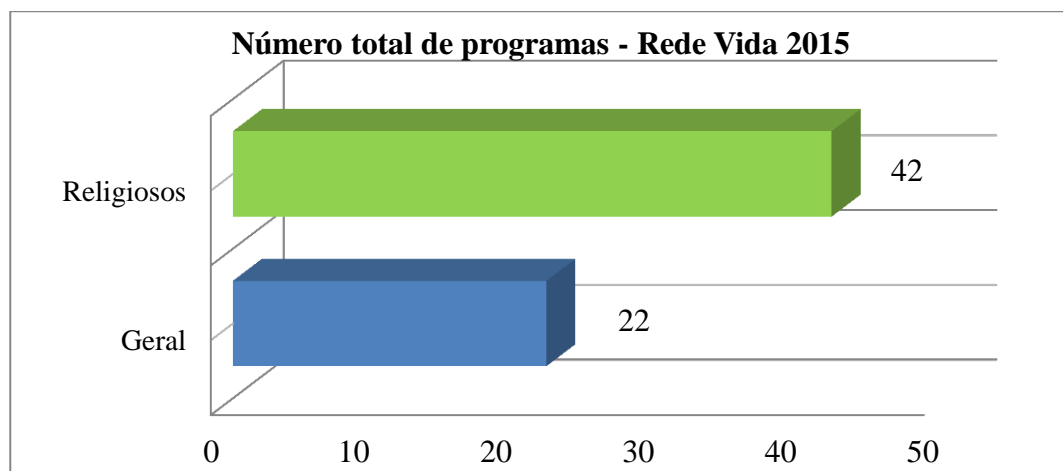
Gráfico 2 – Número total de programas - Rede Vida – 2004



Fonte: Elaborado pelo autor.

Nota-se que entre 2004 a 2015 houve um significativo aumento no número de atrações religiosas, enquanto o número de programas voltados ao universo secular em geral se manteve igual neste período por mais de uma década:

Gráfico 3 – Número total de programas - Rede Vida - 2015



Fonte: Elaborado pelo autor.

Porém, ainda que a quantidade no número de atrações seculares e com fins comerciais, voltada não tenha sofrido alterações, foi constatado o seu crescimento substancial em termos de horas reservadas a eles durante a programação diária. Para fins comparativos reproduziu-se partes de ambas as tabelas expostas acima em uma segunda-feira entre 8h e 17h, foi possível observar que em 2004 a presença de vários espaços “em branco” na grade, ou seja, espaços vagos da programação reservados, sobretudo, para a venda de horários a anunciantes e exibição de comerciais variados voltados para a sustentação financeira da emissora. Estes espaços representam lacunas comerciais em que a Rede Vida a época deixava de apresentar suas próprias atrações, tampouco às preenchia com a venda de horários. Isso significa ausência considerável de ganhos, dado que as emissoras contam fortemente com a renda gerada a partir da venda de espaços entre suas atrações.

Grade de Programação Rede Vida

2004		2015	
Horário	SEGUNDA	Horário	SEGUNDA
08:00	AMOR EXIGENTE	08:00	HORA DE BRINCAR
09:00	MISSA DE APARECIDA	09:00	MISSA DE APARECIDA
10:00	ALEGRIA ESPERANÇA	10:00	FILHOS DO PAI ETERNO
10:15	TELECURSO 2000	10:30	PROGRAMA DO PAI ETERNO
10:30		10:50	O SANTO DO DIA
11:00	COISAS DE CRIANÇA	11:00	ENCONTRO N. S. AFLITOS
11:30	MOTIVAÇÃO E SUCESSO	11:15	ESCOLHAS DA VIDA
11:55	TERÇO BIZANTINO	11:50	TERÇO BIZANTINO
12:00	TERÇO/PÃO NOSSO	12:00	ROSÁRIO DA VIDA
12:30	JCTV	12:30	VIDA MELHOR
12:55		14:30	NOVENA PERPÉTUO SOCORRO
13:00	CAMINHOS/VIVO-SP	15:00	MEDALHÃO PERSA
13:30		17:00	FILHOS DO PAI ETERNO
13:45			
14:00	COISAS DE CRIANÇA		
14:30	TRIBUNA INDEPENDENTE		
15:00			
15:45	MOMENTO POLÍTICO		

Legenda:

Programação Religiosa
Programação geral
Espaços vagos

Fonte: LIMEIRA, Michele Boff da Silva. **Telejornalismo na Rede Vida - Da comunicação institucional à comunicação dialógica e plural**; Portal Rede Vida, 2015.

Já em 2015, na mesma segunda feira, esses chamados “buracos” na programação diária desapareceram completamente. Este fato aponta nitidamente um constante crescimento entre as parcerias econômicas e comerciais da emissora católica com empresas do mercado secular na compra dos mesmos, demonstrando também investimento propagandístico do seu setor de marketing. Atualmente, sem incluir os telejornais diários JCTV e Jornal da Vida, que apresentam uma mescla de reportagens religiosas seculares no cotidiano, a Rede Vida veicula aproximadamente sessenta títulos diferentes de programas em sua grade. Estão incluídas suas próprias produções bem como a de veículos e dioceses de todo o país.

Destaca-se que deste total, quarenta, ou $2/3$, são de caráter religioso propriamente dito, enquanto vinte são de interesse da geral e comercial. Os números apontam a relevância destes programas não religiosos, por representarem um terço de tudo o que é apresentado pela emissora católica paulista. Entre eles destaca-se o “Medalhão Persa”, maior comprador de horários do canal, tanto na parte da tarde, quanto na madrugada. Sua relação econômica com a Rede Vida é abordada no subitem “Parceiros econômicos e receitas”. A importância destes programas também é ressaltada inclusive no portfólio de vendas da Rede Vida, denominado “Mídia Kit”, pois seu departamento de marketing divide a programação geral em dois blocos de atrações: religioso e comercial, como exposto na Tabela 2 - Programação Rede Vida – 2015.

Dentre eles, salienta-se o S. I. M. P. I. – frequentemente presente na grade da emissora desde 2004. É apresentado semanalmente aos sábados à tarde e tem seu conteúdo voltado exclusivamente para empresários e empreendedores (como são os fundadores do canal), com dicas de negócios. Sua exibição na emissora católica reforça a presença de indivíduos leigos trabalhando com componentes econômicos de mercado e finanças. Sua produção é independente e realizada pelo Sindicato da Micro e Pequena Empresa do Estado de São Paulo, e assim o programa é descrito:

O presidente do sindicato, Joseph Couri, apresenta um conteúdo que visa auxiliar o micro e pequeno empreendedor com informações e dicas para manter um negócio estável e em constante crescimento. Matérias sobre o mercado, entrevistas com grandes empresários e a participação do público, tirando suas dúvidas ou dando sugestões por fax ou e-mail, fazem parte do programa, que tem o intuito de fortalecer as iniciativas dos pequenos e médios empreendedores brasileiros. (PORTAL REDE VIDA).

4.10 - Rede Vida Shop

Venda de objetos religiosos: é a indústria “sacramentalista” do amuleto, souvenir, e toda parafernália que lembra o antigo comércio de relíquias e das bulas de indulgências. A transposição desse esquema encontra terreno fértil na América Latina, dada a base do santeirismo da religiosidade popular. (ASSMANN, 1986, p.65).

O modo pelo qual as pessoas adquirem produtos em boa parte do mundo em geral passou por mudanças significativas nas últimas duas décadas. Com a rápida expansão da internet, iniciada há duas décadas, houve a proliferação de sites de venda *online*, agora com “vitrines” disponíveis vinte quatro horas, sendo possível comprar os mais diversificados objetos diretamente da tela de um computador e de outros aparelhos eletrônicos como *smartphones* e *tablets*. O universo do sagrado aos poucos, também incorporou estas novas tecnologias para si, *websites* de instituições religiosas foram criados visando à comercialização de seus bens.

A Rede Vida assim como suas concorrentes católicas como Canção Nova, TV Século XXI e TV Aparecida, possui seu próprio website, no qual é possível encontrar uma infinidade de produtos ligados à devoção cristã, que vão desde livros, como a própria Bíblia, além de acessórios como terços, escapulários, medalhas, camisetas, CDs e DVDs. Somadas todas essas categorias, há mais de 150 diferentes opções de produtos à venda. Há a opção de pagamento com cartão de crédito e também em boleto bancário. Sua arrecadação, segundo o próprio *website*, vai para a instituição mantenedora da emissora, o INBRAC:

Rede Vida Shop é uma loja virtual que comercializa produtos oficiais da Rede Vida de Televisão e produtos de parceiros da Rede Vida de Televisão e do Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã – INBRAC. Foi criada, é mantida e administrada pelo Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã – INBRAC. (PORTAL REDE VIDA SHOP).

O layout de seu site de compras, assim como a maioria dos outros existentes na internet, segue o padrão “carrinho de compras” virtual, ao qual cada item selecionado para compra é enviado apontando o valor total da compra efetuada:

Figura 3– Layout do website Rede Vida Shop



Disponível em: www.revedashop.com.br/loja/index.asp. Acesso em: 12/03/2014

4.11 – Demonstrações de apoio no Senado Federal

A relação existente entre os campos: político, econômico e religioso realizou em grande medida as ações da Rede Vida de Televisão. Por meio da coleta de dados sobre os discursos oficiais de seus fundadores, funcionários e colaboradores, narrando sua trajetória histórica, versando sobre parcerias da emissora com outras entidades católicas, descobriu-se que ela foi homenageada no Senado Federal, nos anos de 2010 e 2011¹⁴. Em ambas as ocasiões foram comemorados seus 15 e 16 anos de existência. A primeira decorreu de uma solicitação feita pelo senador Arthur Virgílio (PSDB-AM) e a sessão foi conduzida por outros dois senadores representando José Sarney. Este estava ausente e ocupava presidência da casa: Mão Santa (PSC) e Paulo Paim (PT). Já a segunda foi presidida pelo próprio Sarney, que como já dito, aprovou a concessão da emissora em 1990, no fim de seu mandato como presidente da república. Desta vez o pedido foi feito pelo senador Randolfe Rodrigues (PSOL-AP).

Em 2011, foram ao púlpito discursar sobre a Rede Vida levando em conta o próprio solicitante, 14 senadores dos mais diversos partidos e coligações. A ata

¹⁴Disponível em: <http://www12.senado.gov.br/noticias/materias/2010/06/18/senadores-homenageiam-rede-vida-de-televisao> e <http://www12.senado.gov.br/noticias/materias/2011/06/21/senadores-celebram-aniversario-da-rede-vida-de-televisao>.

contendo todas as falas expostas é disponibilizada para consulta pública. Entre os discursos, destaca-se o do próprio solicitante Randolfe, que ressalta a forte ligação entre empreendedorismo e religião:

Celebrando, assim, a existência da Rede Vida de Televisão, estamos celebrando a união da capacidade empreendedora com a fé [...] esta rede de televisão tornou-se uma revolução na comunicação brasileira. Aberta e voltada ao debate de questões importantes de interesse da coletividade, como economia, política, cultura e esportes. (ANAIS DO SENADO FEDERAL, HOMENAGEM AOS 16 ANOS DA REDE VIDA).

Ainda ocorreu em maio de 2015 a terceira homenagem à emissora, desta vez em comemoração aos seus vinte anos de funcionamento. Estes acontecimentos celebrados no Senado Federal denotam o apoio político parlamentar recebido pela Rede Vida.

4.12 - Implicações das visitas papais

A vinda de uma autoridade religiosa com todo o simbolismo representado pela figura maior da igreja em um país como o Brasil, que historicamente foi influenciado bastante pela presença Católica, reuniu esforços de grande parte da mídia nacional. Como já dito a Rede Vida entrou no ar 1995, apenas dois anos após sua fundação, já estava realizando a cobertura da visita de João Paulo II ao país, ocorrida em outubro. Ao lado de grandes emissoras consolidadas como a Rede Globo, a então recente televisão católica do interior paulista, foi a única em seu segmento a retransmitir o grande evento da instituição romana. Conforme relatado pelo diretor Luiz Monteiro, devido a seu breve período de fundação, a emissora ainda não contava com recursos financeiros suficientes que a cobertura da vinda papal exigia. Em consequência disto, segundo o empresário, foi necessária à utilização de recursos financeiros privados de sua própria família, inclusos o pai e seu irmão, respectivamente, João Monteiro de Barros Filho e Neto:

[...] a gente tinha que fazer uma cobertura... Então essa eu tive que fazer no Rio. Eu fui pro Rio, tive que ir pra lá, não tinha nem máquina de escrever, computador, [...] a gente escrevia a mão, e nós fizemos uma cobertura tão bonita, tão grande, que projetou a Rede Vida. [...] e isso também ajudou a levantar os recursos pra garantir a instalação da Rede Vida. Porque aqueles anos iniciais, [...] é a gente bancava, o meu pai bancava, eu e o Neto bancava a televisão. (ENTREVISTADO).

Conforme evidenciado no depoimento, a cobertura realizada pela emissora no Rio de Janeiro em virtude da participação do papa no “II Encontro Mundial com as Famílias”, foi imprescindível para o estabelecimento de novas parcerias comerciais e financeiras que ajudaram a emissora a desenvolver sua estrutura como um todo. Outro impulso financeiro conseguido para a visita do pontífice se deu a partir de Miguel Kater Filho. Mais um leigo com relevante atuação no campo religioso brasileiro, trabalhando como consultor de marketing, fundador e dirigente do IBMC (Instituto Brasileiro de Marketing Católico), que tem como um de seus conselheiros fiscais, João Monteiro Barros Filho, fundador da Rede Vida, demonstrando assim os laços sociais estreitos com a emissora desde quando a mesma ainda estava em processo de concessão. O publicitário colocou à venda um broche que remetia à imagem papal:

[...] fiz uma campanha grande na Rede Vida [...] era o brochinho, para levantar fundos, levantamos na época, um milhão de dólares, para a Rede Vida em quatro meses, para poder fazer a cobertura da visita do papa... “[...] é a estrelinha da rede vida, [...] a carinha do papa em relevo, veio dos Estados Unidos este broche, é um brochinho, mas a gente chama de button, então nós vendemos um milhão em quatro meses, só pela Rede Vida, e o dinheiro foi pra Rede Vida pra, ela fazer a cobertura, ela não tinha caixa, pra cobrir. (KATER FILHO, António Miguel).¹⁵

No decorrer das outras passagens dos representantes supremos de Roma; Bento XVI em 2007, em virtude da Vª Conferência Geral do Episcopado Latino-americano e do Caribe, realizada em Aparecida; e na recente Jornada Mundial da Juventude (JMJ) de 2013, com o recém-empossado papa Francisco, a Rede Vida já possuía relevante estrutura técnica e recursos que a possibilitaram realizar diversas parcerias com outras emissoras espalhadas pelo Brasil. Entretanto, em termos de arrecadação publicitária [...] esperavam muito da visita do papa Bento XVI em maio de 2007, para qual fizeram uma campanha com o slogan “Brasil mais bento”. Para a decepção deles, o faturamento mensal de R\$ 3 milhões praticamente não teve aumento, uma vez que os anunciantes da vinda do pontífice deram total preferência às grandes emissoras comerciais. (SOUZA, 2008, p.36).

Durante a JMJ, com dados colhidos por meio de seus próprios vídeos no portal “YouTube”, constatou-se que a emissora apresentou mais de 55 horas de programação

¹⁵ Trecho retirado de entrevista pessoal realizada com o diretor do IBMC, Antonio Miguel Kater Filho em 22 Outubro de 2012.

ao vivo entre os quatro dias do evento. Ao todo, 120 funcionários da emissora foram enviados ao Rio de Janeiro, entre eles 12 profissionais de jornalismo e 80 repórteres que se deslocavam entre os vários pontos em que houve atividades relacionadas à Jornada. As reportagens foram feitas através de unidades móveis conhecidas como: “veículos satélites”, responsáveis pela realização dos chamados “*flashes ao vivo*”. (SOUZA, PLACERES, MORENO, 2014). Para Luiz António, esta maior estrutura alcançada em quase vinte anos de emissora, foi essencial para o bom trabalho realizado no evento:

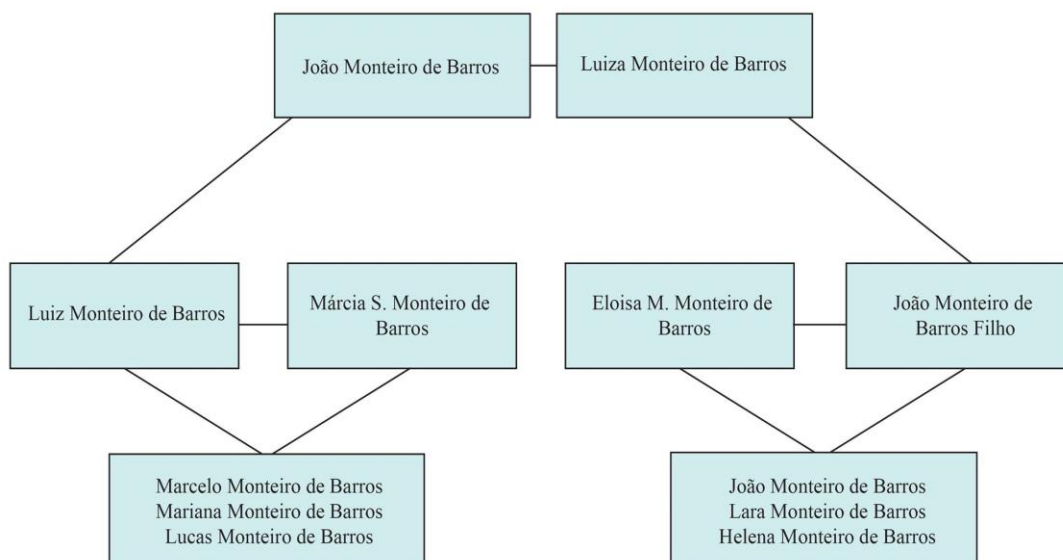
[...] essa agora do Francisco pra gente foi tranquilo [...] E a gente transmitia vinte e quatro horas no Rio, a noite a gente cobria, as vigílias e os encontros [...] tinha muitos repórteres, tinha link, tinha caminhão [...] tirando a Globo, fomos nós que mais gerou imagens pro público [...] fomos elogiados, saiu tudo perfeito, o planejado foi executado [...] a gente tinha que fazer certinho, então foi certinho[...]. (ENTREVISTADO).

5 OS NEGÓCIOS DOS FUNDADORES DO "CANAL DA FAMÍLIA"

Anteriormente à criação da Rede Vida de Televisão, o grupo Monteiro de Barros realizava relevantes negócios no interior paulista, através de vários empreendimentos ligados ao setor de comunicação social. Curiosamente o termo “família” que sempre apareceu de forma destacada na programação da Rede Vida, desde a sua fundação, inclusive no seu slogan oficial, é utilizado à risca pelos Monteiro de Barros em seus negócios, muito antes da criação da emissora. Pois, se em um primeiro momento o fundador arregimentou cedo seus filhos em atividades empresariais (ainda jovens, já acompanhavam o pai nas transmissões e atividades em rádios da cidade de Barretos), o mesmo ocorreu com a participação de netos e netas, inclusive noras, na representação e administração da rede televisiva além de outras empresas.

Enquanto os primeiros atuam como diretores comerciais e conselheiros, sobretudo na parte de divulgação e marketing, elas aparecem como detentoras de empreendimentos e representantes legais das emissoras de rádio, fator que diretamente auxilia as ações de expansão do grupo empresarial. Com o objetivo de elucidar os membros da família que possuem direta e indiretamente participação nos empreendimentos, sobretudo os ligados ao setor de comunicação social como é a Rede Vida, segue um organograma da Família Monteiro de Barros mostrando como estão posicionados, o fundador, e respectivamente seus dois filhos e seis netos, três de cada um dos filhos, residentes em Barretos.

Organograma familiar – Rede Vida



Fonte: Elaborado pelo autor

Sendo que, o fundador, bem como seus dois filhos e os netos Marcelo, Lara, João Monteiro de Barros, exercem funções administrativas e jornalísticas na Rede Vida de Televisão. Enquanto outros são sócio-proprietários de empreendimentos do GMB, conforme descrito na Tabela 3, abaixo. Até o momento, o grupo já acumula sob sua administração cinco diferentes emissoras de radiodifusão entre AM e FM, todas sediadas em Barretos. Diferente das demais, a “Colina FM”, é voltada exclusivamente para o público sertanejo e carrega o nome de seu município, também no interior paulista. Vale ressaltar que nenhuma delas tem relação com a Igreja Católica.

Destacam-se igualmente as propriedades das franquias das rádios Jovem Pan e Bandeirantes e por último a Rádio Independente de Barretos e a Rádio Barretos ambas atuando na frequência AM e servindo como retransmissoras das rádios franqueadas citadas acima. Ao elencar os membros da família, respectivamente pertencentes ao GMB, buscou-se uma caracterização de todos os empreendimentos vinculados a eles.

A tabela a seguir mostra como estão estruturadas todos os empreendimentos pertencentes ao GMB no setor de radiodifusão, levantando dados tais quais: relação de sócios proprietários, capital de investimento, entre outros. Todas as informações abaixo estão abertas a consulta pública e presentes no *website* do Ministério da Fazenda (www.fazenda.sp.gov.br), através do CNPJ de cada empresa pesquisada, disponibilizado por meio do portal Donos da Mídia.

Tabela 3 - Emissoras de radiodifusão de propriedade do Grupo Monteiro de Barros

Empreendimento	Sócios proprietários	Capital social declarado	Nome Oficial	Fundação	Adquirida pelo GMB	Frequência	Tipo de empresa
Radio Barretos	Márcia S.e Lucas Monteiro De Barros	R\$ 360.000,00 (Trezentos e sessenta mil reais)	Radio Barretos Ltda.	1940	1985	1140 - AM	Própria
Jovem Pan Barretos (Afiliada)	Márcia S. e Marcelo Monteiro De Barros	R\$ 80.000,00 (Oitenta mil reais)	Sistema Barretense De Comunicação e Cultura Ltda.	1997	1997	101.5 - FM	Própria/ Franqueada
Band FM-	Lara M. e	R\$		N/D	N/D	95.3 - FM	Própria/

(Afilhada)	João Monteiro De Barros	180.000,00 (Cento e Oitenta mil reais)	Radio Independente De Barretos Ltda.				Franqueada
Radio Independente - AM	Lara M. e João Monteiro De Barros	R\$ 180.000,00 (Cento e Oitenta mil reais)	Radio Independente De Barretos Ltda.	1961	N/D	1010 - AM	Própria
Colina FM	Marcia S. e Lucas Monteiro De Barros	R\$ 360.000,00 (Trezentos e sessenta mil reais)	Radio Barretos Ltda.	2005	2005	105.1 - FM	Própria

Fonte: Portal eletrônico do Ministério da Fazenda – Portal eletrônico “*O Diário*” – Endereço: <www.odiarioonline.com.br> e Portal Donos da Mídia – Acesso em 25/04/2015.

Com esta gestão compartilhada dos empreendimentos que incluem a administração da Rede Vida, os novos sócios, primos diretos, estão na faixa dos vinte a trinta anos de idade e trabalham em parceria com seus predecessores, conforme disse um dos netos, João Monteiro de Barros, citando igualmente a participação de seu primo, em entrevista concedida para outra emissora televisiva da cidade de Barretos:

[...] Nós prestamos conta, e trimestralmente nós temos reunião de conselho, onde eu e Marcelo prestamos contas do que nós temos feito, mais do que isso a gente discute os próximos passos. [...] Dessa forma ficou boa porque, o que se trata de estratégico, de planejamento, isto é discutido dentro da família entre os sócios [...]. (TVB-TV BARRETOS).

Deste modo, a incorporação destes novos atores sociais advindos da própria família com uma formação voltada (em se tratando dos netos Marcelo e João) para a área de publicidade e propaganda com ênfase comercial, aponta a continuidade e até ampliação dos negócios familiares, contando com indivíduos identificados em parte de negócio familiar, dotados de conhecimentos técnicos específicos.

5.1 – Parceiros econômicos, laços políticos e receitas

Da mesma maneira que atuam as emissoras televisivas sem vínculos religiosos, a Rede Vida também disponibiliza horários da sua programação diária a venda exibindo propagandas seculares entre suas atrações. Entre seus principais parceiros comerciais

estão instituições e empresas privadas e também públicas, contando inclusive com a participação do governo federal, através de estatais como a Petrobrás¹⁶, Luiz Monteiro fala sobre o orçamento mensal da emissora, ressaltando o fato de o valor ser baixo em face das redes televisivas seculares e assumidamente comerciais:

[...] se auto sustenta [...] ela não tem um faturamento muito grande, o faturamento mensal dela, não deve passar de 15 milhões por mês. Isso pra televisão é irrisório, é impossível você ter isso... [...] se você vê a grade que a gente têm, o mundo de coisas que a gente faz em 24 horas... É inacreditável, as transmissões, se a gente colocar na ponta do lápis não dá [...]. (ENTREVISTADO).

Ocorre igualmente a participação de instituições bancárias, públicas e privadas, por meio de comerciais, entre elas a Caixa Econômica Federal e o Bradesco. Porém, segundo constatou-se os dois maiores parceiros comerciais do canal são organizações radicalmente diferentes. A primeira, conhecida como Medalhão Persa, é uma empresa sediada na capital paranaense, que realiza a venda artigos de luxo, como jóias, colares entre outros artefatos, tanto na televisão, como na internet, através de uma loja *on-line*. Entretanto, por meio de consulta através de CNPJ via portal eletrônico da Receita Federal, denomina-se um “Comércio varejista de artigos de joalheria” e atua neste mercado há quase duas décadas, sendo a relação comercial com a emissora católica já consolidada, como apontou o entrevistado:

O medalhão persa é sempre ao vivo [...] isso é feito em Curitiba, então os satélites eles geram de lá pra cá e eu mando pro Brasil... [...]. Eles são anunciantes [...]faz tempo [...] já é muito antigo, não sei nem te precisar quando, mas já faz muito tempo que eles estão com a gente. Em São Paulo hoje, [...] tem funcionado muito bem esse programa [...] eles compram o horário das três às cinco da tarde, todo dia, no fim de semana é a noite das onze as duas [...]. (ENTREVISTADO).

Por meio da imagem mostrada abaixo, é possível visualizar as instalações da Medalhão Persa. A palavra “persa” remete à origem iraniana de seus dois sócios-proprietários e administradores: Massoud Jafari e Youssef Amirkai. A empresa atua no mercado com um capital social declarado de um milhão de reais¹⁷. Vale ressaltar a presença dos satélites ao lado esquerdo do prédio, responsáveis pela transmissão de sua

¹⁶O governo federal, segundo relatado em entrevista por Luiz Monteiro, disponibiliza mensalmente uma cota financeira entre todas as emissoras de sinal aberto do país, inclusive a Rede Vida, em que são mostradas propagandas das empresas estatais.

¹⁷ Dados disponíveis no Portal da Receita Federal

programação até São José do Rio Preto e em seguida para rede nacional, como citado pelo entrevistado.

Figura 4 – Sede da Medalhão Persa em Curitiba –PR



Fonte: Google Maps – Disponível em: maps.google.com – Acesso em 04/07/2014

A relação existente com empresas como a Medalhão Persa que acabam auxiliando indiretamente a Igreja Católica ao comprarem horários da Rede Vida, foi tema de discussão por parte de autoridades religiosas que questionavam se realmente era necessária a existência desse programa na emissora, o que comprova o embate entre as esferas econômica e religiosa já apontado por Max Weber (1971). A indagação feita em uma reunião partiu sobretudo do atual arcebispo de Salvador dom Murilo Krieger:

Dom Murilo estava na mesa e aí começou a crítica que a Rede Vida, não pode ter um programa desses: Medalhão Persa. “Exatamente, [...] eu estou recebendo essa crítica e eu gostaria de perguntar pro senhor (dom Murilo) se alguém já chegou e falou pro senhor: Está aqui uma jóia pra ajudar na manutenção dos seminaristas Ele falou: Não, isso nunca me aconteceu... a gente tem doações, mas, alguém dar uma jóia pra manter um seminarista, não Aí o neto (Irmão de Luiz) falou: Isso acontece todo dia na Rede Vida, porque toda vez que alguém oferece, compra uma coisa está ajudando a Rede Vida indiretamente. O dom Murilo falou então pode por” [...] E ele falou concordo”. (ENTREVISTADO).

Ressalta-se que esta relação de parceria da emissora com empresas de capital público e privado, sempre ocorreu de forma contínua. No início dos anos 2000, a Rede Vida já contava com a presença de anunciantes do setor financeiro, alimentício e automobilístico como: Banco do Brasil, Sadia, Caixa Econômica Federal, Grupo Randon, e Mitsubishi (LIMEIRA, 2005).

A segunda maior parceira comercial, através não da oferta produtos, mas de apresentação de programas, celebrações e eventos católicos é a instituição localizada em Goiás, que carrega o nome de seu município: Redentoristas de Trindade, liderada pelo padre Robson de Oliveira Pereira, membro da Congregação do Santíssimo Redentor:

Hoje nós temos uma parceria muito forte, que sustenta muito é o pessoal de Redentoristas de Trindade, o projeto do padre Robson é grande [...]. Ele tem uma associação que compra os horários da Rede Vida. Hoje ele é talvez nosso maior comprador de horário... [...]. A missa lá, quando tem missa lá, (Goiânia) nós temos interesse. Mas ele não compra a missa, ele compra os programas que ele tem. (ENTREVISTADO).

Outras instituições católicas que também compram horários da programação são as editoras e gravadoras de artigos religiosos Vozes e Paulinas. A Rede Vida veicula programas produzidos pelas Paulinas, que, em troca, oferecem espaço publicitário. O mesmo ocorre com a PUC de Curitiba produtora de “Ponto de Encontro Cultural”, “Família no Divã” e com a Univap (Universidade do Vale do Paraíba) produtora de “Vida e Cidadania” e “Educação – um tesouro a descobrir”. (LIMEIRA, 2005).

Destaca-se a presença da indústria farmacêutica também entre os anunciantes e patrocinadores, por meio do “Creme São Luiz”. Utilizado no combate a dores musculares, e que tem sua comercialização e vendas em parceria na Rede Vida e também na TV Aparecida. Essa variedade no conteúdo de programação do canal de devoção católica, que mescla rezas de terço, missas, programas de interesse social, esportes, anúncios de produtos ligados à vaidade pessoal, (como jóias), não alivia o fato de a emissora ser identificada pelos grandes anunciantes como religiosa e, portanto evitada por eles:

A grande dificuldade e esse é o outro lado da medalha, é que eu não tenho acesso a grandes patrocinadores do mercado publicitário. Eles falam que não podem investir em emissora religiosa. [...] essa é a grande briga que a gente tinha, eu não sou uma emissora religiosa, não sou. Evidente que como eu tenho valores, as pessoas já te rotulam como religiosa e a percepção acaba sendo essa mesmo. Mas não é

uma crise de identidade nossa não, mas a percepção é que é religiosa, então o mercado publicitário não me anuncia porque eu sou religiosa. (ENTREVISTADO).

Contudo, mesmo enfrentando essa forte concorrência com as outras emissoras comerciais na disputa por anunciantes, o canal desde 1999 aparece nos números do Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística (IBOPE)¹⁸. E mesmo com uma audiência relativamente baixa, 0,14 pontos em comparação a outras televisões abertas nacionais, confirma a fala de Luiz Ant3nio sobre a dificuldade de arregimentar anunciantes de produtos n3o religiosos, mesmo assim consolidou-se como a quinta maior rede de TV do pa3s, atr3s apenas de Globo, Record, SBT e Bandeirantes¹⁹. Vale ressaltar que segundo dados do pr3prio IBOPE, um ponto de audi3ncia, corresponde 3 m3dia de sessenta mil domic3lios²⁰. A Rede Vida possui um alcance de mais de mil e quinhentos munic3pios no pa3s, o que de acordo com seu “M3dia kit”, dispon3vel para consulta no site da emissora, resulta em um potencial de mais de cento e doze milh3es de telespectadores.

Tabela 4 - Audi3ncia IBOPE – Julho 2014 – Canais de televis3o abertos

Rede Globo - 16	TV Brasil - RPTV - 0,37
SBT - 5,19	Gazeta - 0,17
Record - 5,15	TV Aparecida - 0,17
Bandeirantes - 2,14	Record News - 0,16
RedeTV! - 0,71	Rede Vida - 0,14
Cultura - 0,50	Can3o Nova - 0,13

Legenda:

Emissoras cat3licas

Emissoras comerciais

Fonte: Portal Folha UOL.

Dispon3vel em: <www.f5.folha.uol.com.br/colunistas/ricardofeltrin/2014/08/1497516-apos-7-anos-e-r-3-bi-tv-brasil-marca-zero-no-ibope.shtml>.

¹⁸ Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/tvfolha/tv18049912.htm>

¹⁹ Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/tvfolha/tv18049913.htm>

²⁰ Fonte: <http://www.ibope.com.br/pt-br/relacionamento/duvidas-frequentes/Paginas/Audiencia-de-televisao.aspx>

Os dados extraídos de uma tabela que incluí também os canais televisivos fechados apontam sobretudo a concorrência existente entre as próprias emissoras católicas mencionada também no item 3.2, uma vez que a audiência delas, mesmo que baixa, é bem parelha.

Durante os últimos meses de levantamento de dados, no que tange aos atores sociais que participam efetivamente das relações que permeiam o campo político e o religioso com influências na Rede Vida, como a existente durante a década de 90 entre João Monteiro de Barros, Augusto Marzagão e José Sarney que resultou na aprovação da concessão da emissora, constatou-se a presença do amapaense Elpídio Amanajas. Formado em rádio e jornalismo pela Universidade de São Paulo, trabalhou durante dois anos ao mesmo tempo entre a esfera pública ao ocupar um cargo no conselho de comunicação do Senado Federal ao lado de Sarney enquanto este o presidia. E entre 2009 e 2013 e na esfera privada trabalhando na própria Rede Vida de Televisão como assessor de relações corporativas e institucionais. Defensor e admirador da vida pública de Sarney, escrevendo inclusive artigos sobre ele²¹, Elpídio também aparece em reportagens de jornais da *web*, ao lado dos fundadores do canal católico, incluindo o próprio jornal da família Monteiro de Barros, *O diário*, fechando acordos comerciais com grandes empresas nacionais como a AMBEV²².

Ressalta-se que em uma simples busca do seu perfil na rede social Facebook, é possível encontrá-lo em várias imagens ao lado de parlamentares, no Senado Federal e ao mesmo tempo com os fundadores da Rede Vida, como demonstra a imagem abaixo retirada do *Jornal do dia* em 24 de Abril de 2015, no aniversário de 85 anos de Sarney, que inclusive rendeu a celebração de uma missa na emissora em São José do Rio Preto. Desse modo, não há dúvidas sobre a estreita relação que a emissora detém com a esfera política, fato de Elpídio Amanajas ter atuação estratégica nesse trânsito político-midiático em prol da emissora católica.

Figura 5 – Reportagem citando a comemoração do aniversário de José Sarney pela Rede Vida.

²¹Fonte: http://amapanocongresso.blogspot.com.br/2010_05_01_archive.html

²²Fonte: <http://www.odiarioonline.com.br/noticia/27787/ENCONTRO-ENTRE-REPRESENTANTES-DA-AMBEV-E-DIRETORES-DA-REDE-VIDA>



Fonte: Portal do *Jornal do dia*. Disponível em: <www.jdia.com.br/portal/index.php/sociedade>. Acesso em 22/04/2015.

Através de consulta feita no site da Rede Vida foi possível constatar os valores referentes às inserções em sua programação em diferentes períodos diários:

Figura 6 - Valores praticados em anúncios durante a programação da Rede Vida

TABELA DE PREÇOS		
Inserções de 30"		
Matutino	06h00 às 12h00	R\$5.000,00
Vespertino	12h00 às 18h00	R\$ 11.000,00
Noturno	18h00 às 24h00	R\$ 15.500,00
Patrocínios, merchandising e formatos especiais, sob consulta.		

Fonte: Portal eletrônico Rede Vida – <www.redevida.com.br> Acesso em 16/07/2014.

5.2 - Uma ambiguidade estrutural

A partir de todos os exemplos citados envolvendo seus principais parceiros econômicos, laços políticos e a presença intrínseca da instituição romana que permeia as atividades da emissora ressalta-se então uma *ambiguidade estrutural* da Rede Vida. Ou

seja, é uma emissora com feições institucionais como se fosse pertencente a uma diocese ou congregação, porém se trata efetivamente de uma empresa familiar dos Monteiro de Barros. Foi estabelecida por meio do contrato entre INBRAC e a Televisão Independente de São José do Rio Preto, firmado em 1992. Portanto, o fato concreto é que ela é uma empresa a serviço da Igreja Católica no Brasil, porém pertencente a uma família de leigos. Algo que ilustra isso foi o fato de a CNBB ter recusado apoiar financeiramente o então projeto de montagem da emissora, o que levou João Monteiro de Barros a buscar capital estrangeiro.

Entre a cúpula católica brasileira e essa família de empresários, há uma relação de auxílio mútuo, na medida em que a emissora recebe aval institucional e, por sua vez veicula a mensagem religiosa, beneficiando a igreja como um todo. Essa combinação de interesses prossegue desde a fundação da Rede Vida. Embora seus dirigentes sejam católicos fervorosos e engajados em ações em prol daquilo que avaliam como o bem da igreja, é inegável que procedem movidos também por interesses empresariais. Ou seja, a forte identidade católica de sua empresa também atende a finalidade econômica. A ambiguidade, portanto, consiste no fato de a Rede Vida ser uma emissora reconhecida pelo público que a assiste como “uma emissora da igreja”, mas que na verdade é propriedade de uma família. Por isso, seu slogan: *O canal da família*, decorrente da moral familiar católica, pode ser sociologicamente interpretado como algo de duplo significado.

5.3 – Concorrência e acordos com outras emissoras católicas

Considerando o catolicismo como maior vertente religiosa brasileira, mas que como já demonstrado, continua enfrentando a forte concorrência evangélica, é também por intermédio das emissoras televisivas e que incorporam aspectos econômicos, sobretudo com as que são ligadas à RCC, que a igreja vem tentando ao menos conter sua constante redução de adeptos. A presença de vários veículos midiáticos reforça também a concentração de componentes econômicos presentes nas mídias:

[...] a televisão religiosa tem adquirido mais notoriedade, visto o impulso que a Igreja católica veio a ter com o investimento maciço da TV Século XXI, a TV Canção Nova, a Rede Vida de Televisão e outros canais católicos, além da expansão da programação das teletransmissoras neopentecostais. (CARRANZA, 2011, p.99).

Por consequência, mesmo as emissoras sendo concorrentes diretas, levando em conta estratégias de caráter comercial, como nível de audiência, exibição de atrações e o alcance territorial de seus satélites, elas trabalham com o mesmo fim: o de difundir os valores católicos por meios de programas, incluindo a apresentação de celebrações como as missas e terços. Com isso, atuam com um denominador comum: as emissoras católicas apresentam-se em alguns momentos parceiras e em outros concorrentes. Como aponta Bourdieu (1974), elas atuam no mesmo campo específico.

Destacam-se pelo tamanho os quatro veículos midiáticos católicos televisivos brasileiros: Rede Vida, Canção Nova, TV Século XXI e TV Aparecida. Elas sempre obtiveram apoio, acima de tudo o institucional da CNBB, porém, somente a primeira, foi resultado de um projeto elaborado por um leigo, e que durante os intervalos de sua programação, assim como em seu *website* são ofertados produtos que mesclam o caráter secular e o religioso propriamente dito. Ou seja, a estratégia de atuação na televisão sempre seguiu sua experiência anterior advinda do rádio quando na década de 60 atuava comercializando produtos. Já as outras emissoras decorrem exclusivamente do trabalho de autoridades e organizações da Igreja Católica e a venda de seus produtos é restrita ao conteúdo voltado para o público católico, como livros, velas e material litúrgico.

Ainda assim, a Rede Vida mantém boas relações com as demais emissoras católicas: Uma amostra disso está na criação de seu próprio nome, sugerido pelo fundador e dirigente da Século XXI, que antes de sua própria TV também apresentava seu programa na emissora rio-pretense:

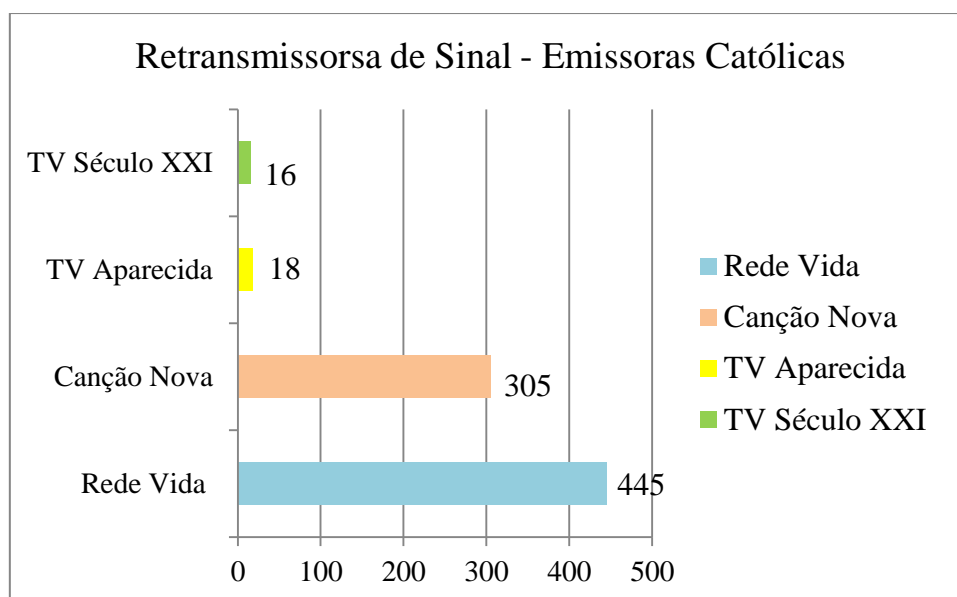
É o Padre Eduardo que sugeriu o nome de Rede Vida. [...] A gente tava pesquisando e ele falou “Porque não põem Rede Vida?!” Aí meu pai, “ah, ta bom!” [...] o Padre Eduardo até a TV século XXI nascer tinha programa todo domingo aqui, Louvemos ao Senhor, era na Rede Vida. Era muito bom, muito bom. (ENTREVISTADO).

Outro exemplo refere-se ao debate eleitoral presidencial do primeiro semestre 2014. Em vez de ambas as emissoras transmitirem cada uma o seu debate como tentou-se fazer em anos anteriores porém sem consenso, ficou acordado que o próximo, no segundo semestre seria de responsabilidade da CNBB, sendo portanto exposto ao mesmo tempo entre elas, porém sem a aparição de seus respectivos logotipos no canto do aparelho televisor:

Quem organiza é a CNBB, nós vamos transmitir. Então é a CNBB que tem arranjar... Se quiser, cada emissora manda um (jornalista) pra fazer uma pergunta [...] Na eleição passada teve alguma coisa mais ou menos assim, acho que foi a TV Aparecida que tentou organizar o debate e queria que todas as emissoras transmitissem o debate deles. Não, não queremos. Aí fizeram o debate da CNBB. Inclusive a Dilma não foi em um debate, e foi nesse da CNBB, esse nós transmitimos, porque não era da TV A, B, C que a gente tava transmitindo, o da CNBB agente transmite... E esse ano vai ser da CNBB, que a gente vai transmitir, inclusive se precisar tira a imagem também sem a logomarca. (ENTREVISTADO).

A concorrência entre as quatro principais emissoras católicas nacionais, sediadas todas no estado de São Paulo, aparece, entretanto explicitada por meio de suas estruturas técnicas, que resultam no alcance nacional delas e pela quantidade de retransmissores e grupos midiáticos afiliados. Por meio da coleta de dados junto ao portal Donos da Mídia, foram elaborados gráficos comparativos que demonstram alguns números desta concorrência:

Gráfico 4 – Número de retransmissores de sinal das emissoras católicas

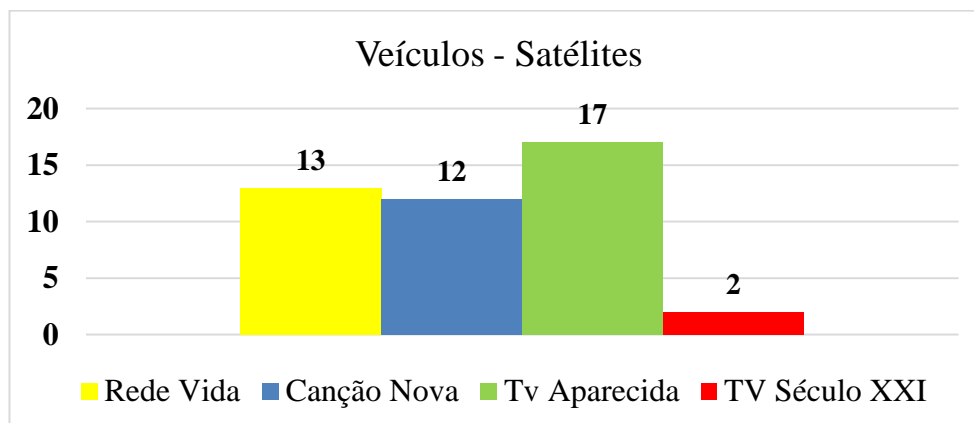


Fonte: Portal Donos Da Mídia – <www.donosdamidia.com.br> Acesso em 13/05/2014

Destaca-se a disputa entre Rede Vida e Canção Nova. Esta, na última década, aumentou consideravelmente seu número de retransmissoras. Grande parte dos recursos financeiros que propiciaram este crescimento advém de seus telespectadores carismáticos católicos. Já entre o número de veículos satélites que incluem as estações de rádio e jornais vinculadas às emissoras, a TV Aparecida desponta na frente das duas maiores citadas acima. Esta significativa relevância deve-se à parceria existente entre ela e o grupo responsável pelo jornal *O Estado de S. Paulo*, sendo que ambos

compartilham seus veículos. Conseqüentemente esta ligação entre a instituição e religiosa e o jornal eleva o número de veículos disponíveis.

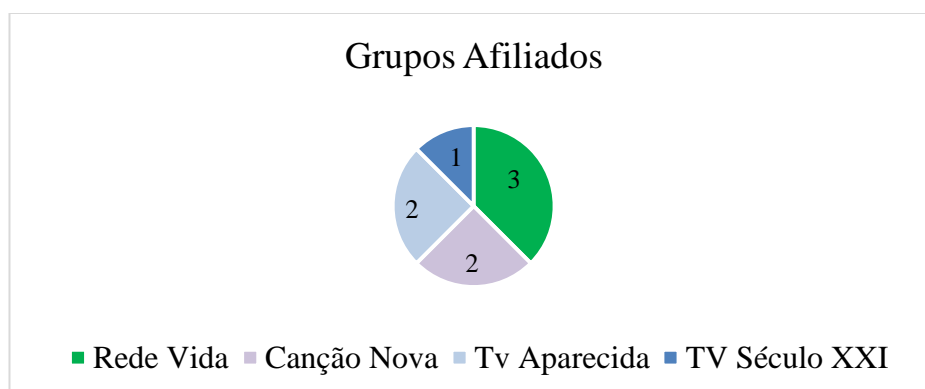
Gráfico 5 – Número de Veículos Satélites das emissoras católicas nacionais



Fonte: Portal Donos Da Mídia - <www.donosdamidia.com.br>. Acesso em 13/05/2014.

Entre os agentes empresariais de mídias afiliados as emissoras televisivas católicas, a Rede Vida se sobressai sobre suas concorrentes, com três grupos afiliados: A própria Organização Monteiro de Barros, administrada pelos fundadores do canal, e os já descritos Grupo Solano de Comunicação, situado em Cascavel, Paraná e a Fundação Educadora de Comunicação, localizada em Bragança, no estado do Pará. O canal Canção Nova assim como a TV Aparecida, possuem dois grupos: o primeiro é afiliado a sua própria fundação João Paulo II, juntamente com a Fundação Fraternidade, do município gaúcho de Porto Alegre. Já emissora da padroeira nacional é ligada à Congregação do Santíssimo Redentor (Redentoristas), também de Aparecida, e como citado acima, compartilha veículos com o Grupo Estado, da capital paulista, responsável pelo jornal impresso: *O Estado de S. Paulo* (Fonte: Portal Donos da Mídia).

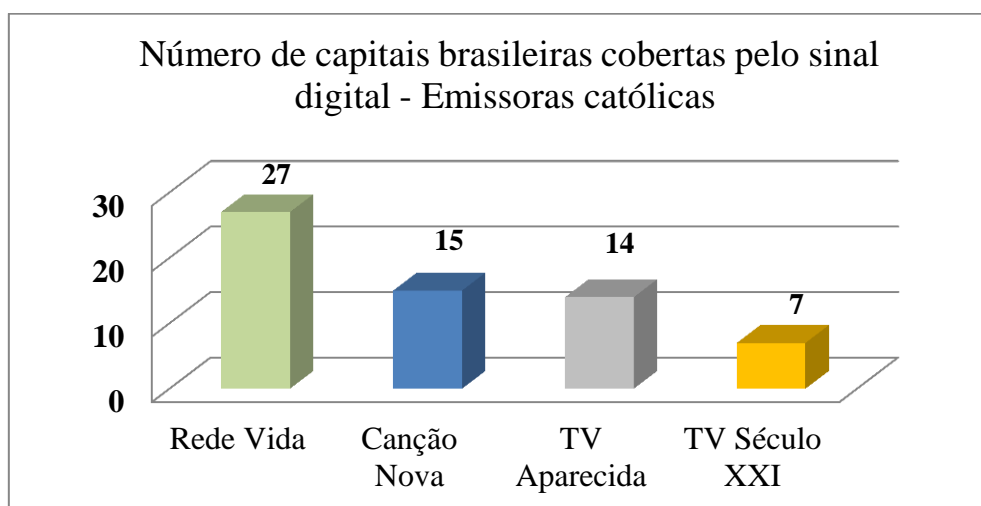
Gráfico 6 – Número de grupos Afiliados



Fonte: Portal Donos Da Mídia - <www.donosdamidia.com.br>. Acesso em 20/04/2015

Entre os anos de 2007 e 2008 durante o governo Lula, o ministério das telecomunicações oficialmente inaugurou a transmissão da TV digital no Brasil. O novo sistema que dentro de alguns anos irá substituir por completo o modo analógico de transmissão, permite a exibição de imagem e som em alta definição. Sua implantação está sendo constituída em etapas em todas as regiões do país. As quatro emissoras católicas já retransmitem sua programação no novo formato para algumas cidades e capitais, a Rede Vida neste quesito também se destaca entre suas concorrentes por exibir o sinal digital em todos os estados da federação além do Distrito Federal. Segue o gráfico contendo o alcance da cobertura em alta definição de ambas as emissoras católicas em televisão aberta por número de capitais:

Gráfico 7 – Número de capitais brasileiras cobertas pelo sinal digital - Emissoras católicas



Fonte: Elaborado pelo autor; Portal Donos da mídia <www.donosdamidia.com.br>. Acesso em 28/03/2015.

CONCLUSÕES

A análise de todo o material coletado e pesquisado para a elaboração desta dissertação apontou primordialmente que a presença empresarial dos indivíduos leigos representados aqui, particularmente pelo grupo Monteiro de Barros e diversos outros atores sociais responsáveis em todo processo de formação da Rede Vida de Televisão foi crucial para experiência de lançar uma emissora católica em nível nacional. Desta forma, a relação entre religião e economia, por meio da inserção católica nas mídias, a através das decisões aprovadas no Concílio Vaticano II, tem sem mostrado cada vez mais indissociável.

Os laços sociais de representantes do clero católico brasileiro têm sistematicamente se estreitado com a iniciativa privada através da presença destes leigos empresários, como João Monteiro de Barros Filho, fundador da Rede Vida por meio de seu do capital social e político adquirido desde o tempo em que o mesmo concorreu às eleições para prefeito da cidade de Barretos-SP na década de 70 pela ARENA. O exemplo demonstrado com a concessão do canal 11 de São José do Rio Preto, que viria a ser a maior emissora católica nacional na atualidade, contou e ainda conta com diversos agentes da esfera secular e política. A experiência anterior no setor de radiodifusão que seu fundador possuía, foi fundamental no recrutamento de funcionários também leigos para operar a emissora católica desde o início e até os dias atuais.

Segundo Marques, (1999, p.84), que pesquisou a prática de comunicação social da Igreja Católica por meio da Rede Vida nos fins dos anos 2000, a emissora no período buscava a superação de dois entraves:

Percebe-se que a Rede Vida encontra diante de si dois desafios, bastante distintos: de um lado competir com as televisões comerciais; de outro, ser uma resposta à invasão neopentecostal nos meios de comunicação, sobretudo nas emissoras de TV. A questão é saber primeiramente, se é possível ao canal católico “comprar essas duas brigas”, até porque questiona-se se é possível compatibilizar as características de “católico” e “comercial”. Dada à falta de recursos financeiros com que se debate a Rede Vida para manter no ar sua programação [...].

Como evidenciado por meio da entrevista com Luiz António Monteiro de Barros, a competição com outras televisões comerciais, sobretudo por meio dos grandes

anunciantes do mercado ainda é um entrave na medida em que a emissora é enxergada por eles como de cunho religioso. Porém em termos comparativos, utilizando-se da sua grade de programação diária, em 2004 e posteriormente em 2015, observou-se um aumento significativo no número de atrações produzidas pela própria emissora, e igualmente por produtores independentes e empresas, que alugam mensalmente espaços da programação por meio de acordos financeiros. O preenchimento integral da grade de programação no intervalo de dez anos, em que até 2004 vários de seus espaços não eram utilizados, ou seja, estavam disponíveis para locação, atestam o crescimento da parte comercial e do marketing da emissora frente ao mercado propagandístico televisivo. Demonstrando a superação do desafio mostrado anteriormente por Marques, isto é, o de superar o entrave de se caracterizar como religiosa, perante os anunciantes do grande mercado.

Já no que tange ao cenário religioso nacional em curso, a Igreja Católica tem visto anualmente o seu número de adeptos reduzirem-se, e em contrapartida ao crescimento do número de evangélicos. Em face dessa realidade, a presença e atuação dos agentes leigos foi decisiva para que a evasão católica não fosse ainda maior. Prova disto foi à criação, além da Rede Vida, das outras redes televisivas católicas como Canção Nova, Século XXI, e TV Aparecida, a partir do final dos anos 80. A presença de quatro emissoras católicas fundadas administradas seja por empresários ou autoridades religiosas aponta o significativo grau de investimento financeiro realizado pela igreja visando frear ou minimizar no mínimo tanto quanto possível a perda constante de seus fiéis. Conforme os resultados obtidos nesta pesquisa realizada, vê-se que a instituição romana criou uma relação de elevada dependência para com estes empresários, empreendedores, políticos e leigos que atuam, possibilitando por meio de acordos financeiros que essas emissoras se mantenham no ar, inclusive com o recurso de patrocinadores de tamanho razoável.

Partiu em grande medida destes personagens a ação de viabilizar a venda de produtos de caráter católico nos mais diversos tipos de mídia, como o rádio a televisão e também em *websites*. Algo que anteriormente era visto com “maus olhos” por essa instituição, mas que agora passa a ser parte integrante do seu cotidiano. A comercialização destes produtos é outro fator que vem atraindo recursos para as instituições religiosas. E mais do que apenas a venda de produtos, a parceria existente entre a emissora rio-pretense e a empresa de jóias Medalhão Persa cujos sócios tem

origem no Irã, país de população muçulmana, elucida o caráter comercial acima de questões religiosas.

Porém, vale destacar que mesmo a emissora sendo controlada em grande medida por leigos, seu mantenedor, o INBRAC, como apontado em seu quadro de membros em 2015, ainda é composto essencialmente por representantes do clero. Ou seja, as principais decisões tomadas em diversas áreas do canal têm que obrigatoriamente passar pelo crivo de clérigos. Com esta administração compartilhada, o canal está prestes a completar duas décadas de existência em 2015, mesclando valores religiosos católicos com uma lógica liberal-mercadológica, pois sem a presença de investimento privado, a emissora não possuiria recursos próprios para a sua manutenção, vide a viagem ao continente europeu realizada por Monteiro Filho com o objetivo de angariar fundos para compra dos primeiros equipamentos.

Ressalta-se a descoberta da recente entrada dos netos do fundador no grupo empresarial, bem como na administração da emissora, reforçando assim o caráter familiar desses empreendedores, que de maneira direta potencializam a relação entre a instituição religiosa e os leigos, algo que por muito tempo foi rejeitado pelo tradicionalismo da igreja. O capital político, social e econômico advindo do Grupo familiar Monteiro de Barros, agora constituído por avô, filhos e netos (as), o qual tem em seus representantes os fundadores da Rede Vida de Televisão, por meio de suas inúmeras parcerias comerciais, permitem à emissora uma crescente expansão em território nacional com equipamentos de última geração, devido a sua transmissão em canal aberto se dar em alta definição estar presente em todas as capitais do país. Trata-se de tecnologia que suas “concorrentes” católicas ainda não dispõem nessa mesma dimensão, demonstrando novamente grande investimento por parte de seus dirigentes. Ressalta-se, por fim sua ambiguidade estrutural pelo fato de ser uma empresa familiar com aura institucional católica, ou seja, entrecruzamento das esferas: religiosa e econômica.

ANEXOS

Caderno de Campo

Janeiro a Junho de 2014

(I) Janeiro a Março: Durante o período foi pesquisado através de levantamento bibliográfico em banco de teses e dissertações *online* os trabalhos científicos já produzidos sobre a Rede Vida. Por meio de uma seleção foi escolhido o material definido como prioritário para a pesquisa, além de uma sistematização das informações colhidas até o presente momento.

(II) Abril a Junho: Entre os dias 08 e 12 do mês de abril realizei uma viagem à cidade de Goiânia-GO, juntamente com o orientador do projeto, André Ricardo de Souza para a participação do **VII Congresso Internacional em Ciências da Religião** – em que foi apresentado o trabalho intitulado: *A Jornada Mundial da Juventude como um produto católico de turismo e televisão*; que em síntese problematiza os aspectos midiáticos, e comerciais da JMJ ocorrida em 2013 na capital carioca, enfocando o entrecruzamento de interesses religiosos, econômicos e também políticos que incluem a atuação e cobertura do evento realizada pela Rede Vida de Televisão.

Ainda em Abril foram preparados os primeiros roteiros e questionários utilizados no trabalho de campo. Já em maio foi agendada a primeira das três visitas à sede da emissora localizada em São José do Rio Preto- SP. Nesta oportunidade foi realizada uma entrevista semi-estruturada, com o filho do fundador do canal católico: Luiz Antônio Monteiro de Barros, formado em engenharia, porém se dedica à ocupação de redator. Participou juntamente com seu pai João Monteiro de Barros Filho de todo o processo de implementação da Rede Vida. Sendo também um dos sócios administradores e que atualmente gerencia a programação televisiva do canal como um todo, além de atuar como jornalista em programas diários na emissora. Foram apresentadas por ele as instalações da emissora, sua equipe de trabalho, e estrutura técnica, além das repartições do edifício de dois andares.

Na segunda passagem pelo canal, logo no mês subsequente à primeira, foi possível realizar anotações de campo contendo diversos relatos apresentados no trabalho. Nesta oportunidade, o empresário e apresentador Luiz Monteiro fez uma

reunião dentro de um dos estúdios de gravação do canal, que contou com a presença de jornalistas da própria emissora e também de produtoras de TV independentes, presentes em vários municípios do país e que são afiliadas a Rede Vida. Discutiu-se entre outras questões, metas gerais da emissora para o segundo semestre de 2014, entre as quais estavam: melhorar a produção de suas próprias atrações, valorizar os contatos presentes nas redes sociais do canal, atender o caráter de cobertura nacional com sinal sendo retransmitido a todos os municípios da Federação e especialmente ampliar a audiência dos programas veiculados, sobretudo os de caráter jornalístico.

Julho a Dezembro de 2014

Em Julho foi realizada uma sistematização geral dos dados levantados durante o primeiro semestre. Baseado na experiência advinda do trabalho de campo propriamente dito foi iniciado a elaboração do trabalho de qualificação. Durante a segunda semana do mês de Agosto, já na terceira visita realizada à Rede Vida, participei de duas reuniões gerais organizadas pelo entrevistado Luiz Monteiro. Em ambas estavam presentes grande parte da equipe de jornalistas do canal advindos dos 4 escritórios sede de capitais nacionais que incluem Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília e Rio Grande do Sul. Na primeira, foi demonstrado por meio de um escrito colocado para aprovação de todos os presentes, inclusive pelo seu organizador, contando sobre um breve histórico do canal católico e de seu fundador para ser exibido durante o “Jornal da Vida”, apresentado pelos jornalistas Luciana Martins e Paulo Jr.

Posteriormente, na segunda reunião do dia foram exibidas a todos os presentes as atividades do IICS²³ (Instituto Internacional de Ciências Sociais), apresentado por seu representante Pedro Sellos, coordenador de jornalismo e gestão estratégica de marcas. O instituto além de outras atividades voltadas na área comunicacional possui cursos voltados à gestão pessoal, bem como estratégias de empresa, tendo como foco empresas de comunicação internacional. Por ele foi exposto o modelo destes cursos que na ocasião foram disponibilizados a todos os jornalistas vinculados a emissora que haviam comparecido. A primeira etapa da pesquisa foi concretizada com o exame de qualificação realizado em outubro.

²³Fundado por Ives Gandra, em 1972, Ives é um jurista e professor acadêmico que auxiliou o fundador do canal católico João Monteiro de Barros Filho quando da criação da mantenedora da Rede Vida que viria a se tornar o INBRAC durante os primeiros anos da década de 90.

Janeiro a Junho de 2015

(I) Janeiro a Março - Foi retomado neste período o contato com Luiz Antônio Monteiro de Barros, com o objetivo de conhecer a parte administrativa e financeira da Rede Vida localizada em São Paulo, local de trabalho de seu irmão, e também diretor do canal João Monteiro de Barros Neto, responsável pelo marketing e igualmente pelo fechamento de acordos comerciais por meio da obtenção de patrocinadores. Desse modo dando início última parte referente ao trabalho de campo. O encontro foi agendado para a segunda semana de março, na ocasião foram apresentadas a pedido do próprio Luiz as instalações da emissora por Carlos Eduardo Malfatti Jr., executivos de negócios, relacionado ao marketing comercial, que gentilmente compartilhou o chamado “Kit mídia”, designado a futuros patrocinadores. É o material de divulgação oficial utilizado pela emissora para apresentar seus números de audiência, sobre sua estrutura em geral, incluindo informações sobre sua cobertura em território nacional, perfil de público, conteúdo e grade programática de suas atrações entre outras. A visita ainda trouxe à tona a descoberta outros parceiros comerciais da emissora como o a editora “Ave Maria” e o creme “São Luiz”, além de laços políticos como a de Elpídio Amanajas, assessor especial do Senado Federal, e funcionário da Rede Vida atuando no cargo de relações corporativas, ambas as descobertas encontram-se descritas na pesquisa.

(I) Abril a Junho - Com a etapa a campo encerrada, a partir de Abril foram sistematizados todos os dados colhidos até então e utilizados na dissertação final para que a mesma pudesse ser revisada e finalizada, com seu prazo de defesa estabelecido para o mês de junho.

Anexo A - Transcrição de entrevista realizada com Luiz Antônio Monteiro de Barros – São José do Rio Preto – 13/05/2014

Transcrição de entrevista realizada com Luiz Antônio Monteiro de Barros, um dos fundadores da Rede Vida de Televisão, em 13/05/2014, na cidade de São José do Rio Preto– SP.

Legenda:

Entrevistado: Luiz Antônio Monteiro de Barros

Entrevistador: Giulliano Placeres

Entrevistado: a primeira coisa que tem que falar... A história quem conta é “Seu João”, eu sou um relator da história, sou evangelista, quase, porque eu não sou a história, eu relato a história. Meu pai era dono de uma emissora de rádio e de televisão, de rádio e de jornal no interior, em Barretos. Ele tinha alguns amigos que falavam pra ele não entrar nesse negócio de televisão, que esse negócio de televisão é uma coisa muito difícil, que era muito caro, televisão é um bicho que come o tempo inteiro, não para, é muito difícil, que o pessoal ia ajudar muito ele em rádio, mas em televisão é muito complicado e muito caro. Quando foi mais ou menos final da década de 80... É, da década de 80, falaram que tinha uma concessão aqui em Rio Preto, papai falou: “eu sou de Barretos não tenho nada com Rio Preto!” mas “não tem Barretos, tem lá em Rio Preto, acho que esse é um canal legal”. Na época o papai tinha um amigo Augusto Marzagão e ele falou: “Aí Augusto, o que é que você acha?” Augusto era assessor lá no gabinete, lá... Na presidência, era um cara de Barretos, é conterrâneo de papai, era amigo do papai... E o papai consultou ele “O que você acha?” Ele falou: “Eu acho que você deve entrar sim! Acho que vale a pena Monteiro”. Aí o papai falou assim “Tá bom!”. Então nos constituímos a TV Independente de São José do Rio Preto, éramos em três, somos em três ainda, meu pai, meu irmão Monteiro Neto e eu. Nos temos ainda essa concorrência com o canal 11 de São José do Rio Preto. A ideia era ter uma emissora local que retransmitisse algumas das emissoras de São Paulo, não podia ser Record que já tinha em São José do Rio Preto e não podia ser Globo que já tinha em Rio Preto... então a coisa andou e saiu a concorrência no final do governo Sarney ele...autorizou e confirmou a licitação, ganhou a TV Independente, eram vários grupos em disputa e saiu pra TV Independente esse sinal... canal 11. Passado toda essa tramitação, saiu a concessão no governo Sarney. Depois veio todo o processo do novo governo, que tinha assumido o Collor e então teve todo aquele processo político que atrasou o processo de implantação da TV. Nesse interim o papai teve a ideia de falar, ao invés da gente ter uma emissora que repetisse outra de São Paulo, ideia era dar o canal, ceder o canal, pra CNBB. Papai era muito amigo do Dom Antônio, que era o Bispo de Barretos, e o Dom Luciano Mendes de Almeida era o líder da CNBB... A conversa com o Dom Luciano de dar a TV pra CNBB. Aí o Dom Luciano falou “Não tem jeito, a CNBB não pode ter um canal de TV”...”eu não posso ter um canal”...Porque todo bispo

é...”

Entrevistador: É como se a CNBB não pudesse apoiar um empreendimento assim?!

Entrevistado: Não, não, não é nesse sentido. O papai tava concedendo, ele transferia o canal pra CNBB. Acontece que a CNBB não é uma empresa, né?! E aí todo bispo tem a sua diocese e é responsável pela sua diocese, então o bispo de Rio Preto, o bispo de Barretos, bispo de Araçatuba, cada um iria querer fazer uma TV.

Entrevistador: Aí não tem como.

Entrevistado: Não como, não teria a rede. Então Dom Luciano falou, vamos fazer o seguinte, a ideia não é essa não, a CNBB, teria programa feito, mas os leigos teriam que assumir. A responsabilidade não pode jogar nos bispos, tem que ser os leigos e os bispos apoiam. Entendeu a filosofia do Dom Luciano? Que era um cara inspirado, uma pessoa iluminada, extraordinária. Com isso o papai então, com base nessa orientação do Dom Luciano, falou “o senhor ajudaria a gente?”, “Ajudo, mas a CNBB não pode ser a dona”, foi a orientação do Dom Luciano. Então papai procurou o Ives Gandra, o outro Dr. Celso, e ele deu todas as dicas pra falar, “Não, fundação não tem jeito. Fundação é um negocio muito complicado, cria um instituto”. Então foi criado o Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã, que fica responsável por essa ideia do conjunto, do que é a Rede Vida.

Entrevistador: O INBRAC é então a mantenedora da Rede Vida, seria isso?

Entrevistado: É, não só financeira como também intelectual, dogmática, programática, todas essas coisas aí...

(pausa)

Entrevistado: O INBRAC foi criado dia 17/12/1992, e a função dele era gerenciar a marca Rede Vida. Então a TV Independente continua de propriedade dos leigos, do Luiz Antônio, Monteiro e Neto, a TV Independente. O que nos fizemos? Nós fizemos um contrato, cedendo a programação para o INBRAC. Então o INBRAC que comanda a programação. O INBRAC foi constituído por 11 membros e aí fazia parte Dom Luciano e o Dom Antônio e... E mais alguns leigos também faziam parte.

Entrevistador: E Luis, a gente tem então a imagem do Dom Antônio Maria, sempre como um dos maiores apoiadores da parte da Igreja.

Entrevistado: Sim. Ele assumiu a presidência desse instituto.

Entrevistador: Do INBRAC.

Entrevistado: É Dom Antônio assumiu a presidência desde a fundação em 92 ele assumiu a presidência da Rede Vida. O histórico é o seguinte, dia 17 é a abertura, a fundação do instituto e 1º maio de 1995 foi ao ar a primeira missa aqui.

Entrevistador: Já como Rede Vida?

Entrevistado: Já como Rede Vida. Como Rede Vida. No dia 20 nós estreamos a programação, no dia 1º de maio era aniversário do Antônio e nós celebramos uma missa em homenagem a ele e de instalação da Rede Vida.

Entrevistador: Luis, assim, uma pergunta não muito fácil. Em que basicamente consiste o trabalho da emissora e qual a missão da Rede Vida perante a Igreja e a sociedade?

Entrevistado: Giuliano, eu acho que gostaria de mandar isso por escrito.

Entrevistador: Tudo bem.

Entrevistado: Eu gosto de conversar assim com você, é um prazer. É que a Rede Vida ela tem que ter valores, o que norteia a Rede Vida desde o começo foi estabelecer, (deixa eu falar alto...) ela é sustentada por valores, essa é a essência, a frase...não é difícil trabalhar na Rede Vida, é diferente. Porque tem que ter consideração a alguns valores, e os valores envolvem os aspectos éticos, morais, cívicos...

Entrevistador: Religiosos?!

Entrevistado: Religiosos e cristãos. Não católicos apenas. Ninguém trabalha aqui com a carteirinha de católico, todo mundo trabalha aqui com uma identidade cristã. Pode não ser católico, mas tem que ser cristão, se não, não aguenta o ritmo, o andamento. O que caracteriza ela como católica é o fato de ter terço e também de destacar Maria e também o fato de ter missas, mas ela não é uma emissora religiosa essencialmente, é uma emissora voltada para a família. Esse é um grande conflito externo, não um conflito interno. O conflito interno, quem trabalha aqui tem essa noção clara. Eu não sou padre, meu pai não padre, meu pai é casado, meu irmão é casado.

Entrevistador: Como você também né?!

Entrevistado: Eu sou casado. Eu tenho três filhos e dois netos já. Nós não somos religiosos, não. A nossa função é de leigos engajados, e a nossa tarefa é da boa notícia. O que o evangelho ta dizendo? Ele ta dizendo a boa notícia, é isso a gente não quer levar uma programação religiosa no sentido estrito da palavra né?! Só religião, religião, não! É levar coisas que possam fortalecer principalmente a família.

Entrevistador: Tanto que tem os jornais, que passam notícias diversas...

Entrevistado: Tem o futebol, tem programa culinário, tem entrevistas, nós somos vistos

pelo público como uma emissora unicamente religiosa. Bom é verdade, mas a gente não quer ser só, a gente também quer ser religiosa, mas no sentido de que mais importante não é só ficar na restrição do religioso. É ser uma emissora prestadora de serviço, democrática, de valorização das coisas boas, princípios, valores, acho que esse é o sentido mais forte da religião.

Entrevistador: Entendi...

Entrevistado: É difícil entender?!

Entrevistador: Não, dá...

Entrevistado: É porque o público vê a Rede Vida só como: “tem missa”. Ela tem missa, mas é não quer ser só da coisa, e não existe nenhuma crise de identidade na TV enquanto a isso, porque esse é um trabalho que a gente encara como dos leigos mesmo dentro da Igreja. O leigo não pode ser padre, não pode ser bispo, né?! Os padres podem até levar uma palavra, uma pregação, pode! Os leigos podem né?! Podem ajudar um enfermo, socorrer vítimas... Tem um campo vasto para a atuação e a gente se encaixa nisso.

Entrevistador: Você já começou a falar Luis, sobre os funcionários, você tem a noção de hoje quantos funcionários, no total remunerados ou não, ou voluntários tem a Rede Vida na estrutura dela, mais ou menos?

Entrevistado: Esse negócio de voluntário eu não sei dizer... Voluntários?! Eu não sei dizer, são muito poucos muito poucos... Eu não sei nem te especificar quem são voluntários. Vou te dar exemplo, quando você pergunta de voluntários, queria separar aqui esse joio do trigo. Por exemplo, nos temos uma parceria com a Universidade Católica de Pernambuco.

Entrevistador: Tá..

Entrevistado: Eles mandam as matérias para a Rede Vida. Então eles são voluntários? Sim, porque eu não faço nenhum pagamento das matérias que eles enviam. Mas em contra partida eles não mandam matérias que eu escalo, eu não sou patrão deles. Eu não falo: “hoje eu quero uma matéria com Giuliano, entrevista o Giuliano”.

Entrevistador: Eles te mandam o material deles e vocês põem no ar.

Entrevistado: Ponho no ar, exatamente! Porque, porque atende, esta dentro dos parâmetros de valores da Rede Vida. O que eles vão me mandar? A missa do arcebispo, as ações sociais de assistência comunitária, uma ação da paróquia, uma ação social né, de socorrer as vítimas... Então, matérias que estão...um lançamento de um livro

importante que acontece lá, né, inclusive fizeram entrevista com o rapaz da globo que entrevistou o papa.

Entrevistador: Ah, tá...

Entrevistado: Entrevistou no Rio de Janeiro, ele lançou um livro, com a historia do papa, sobre o conclave, alguma coisa assim, não me lembro... Ele trabalha na globo, é comentarista político da globo também e ele é aluno lá da Universidade.

Entrevistador: Você falou legal dos voluntários e dos funcionários?

Entrevistado: Aí, aí todo mundo... Eu, eu acho que ninguém ganha muito bem aqui não, mas eu acho que todo mundo ganha... é uma obrigação né, ta todo mundo em dia.

Entrevistador: Não, mas assim quanto é o numero total de funcionários, mas ou menos assim?

Entrevistado: Aqui deve ter uns 80, em São Paulo deve ter mais uns 80 também, Brasília deve ter menos, deve ter um total de 10 ou 12, no Rio deve ter uns 10, Porto Alegre tem menos, deve ter uns 6 e é isso.

Entrevistador: Tranquilo. Você também já tinha falado que o vinculo com a Igreja Católica não é estritamente necessário para ser funcionário, mas ser cristão sim, pela proposta da emissora né?!

Entrevistado: Pelos valores. Nenhum que eu contratei foi pela Igreja Católica, nenhum. E aqui você vai encontrar muitos que não são católicos.

Entrevistador: E esse recrutamento de funcionários assim não é você quem faz?

Entrevistado: Depende de qual é a área.

Entrevistador: Qual seria?

Entrevistado: Pra trabalhar no jornalismo tem que passar por mim, pra trabalhar no escritório, as meninas do escritório tem que ver quem ta precisando, tal.. Então tem uma diretora da secretaria e ela escolhe quem ela quer que trabalhe com ela né, geralmente é assim. Eu tenho que assinar, porque tem que ter um diretor que assina, mas normalmente esse processo de seleção vai ficar pro setor, pro setor que precisa... Aquele que te apresentei primeiro lá em cima é o Ivan, quando precisa de alguém da parte técnica ele que fala, precisamos, a gente faz a avaliação por causa de custo...

Entrevistador: De currículo também...

Entrevistado: Não, de currículo é dele, ele é que tem que ver se o cara é bom, eu não sei se o cara é bom.

Entrevistador: Cada um no seu setor né?

Entrevistado: É, é assim.

Entrevistador: E a Rede Vida tem relação com outras Igrejas e instituições religiosas?

Entrevistado: Vaticano? É isso que você quer saber? É, esse está sendo o grande desafio de agora, porque nos temos no conselho da Rede Vida, dois cardeais, a gente tá falando com os cardiais...com os cardiais a gente tem que ter uma relação formal agora com o Vaticano.

Entrevistador: Quem são esses dois?

Entrevistado: Dom Odilo Pedro Scherer, que é cardinal de São Paulo, arcebispo de São Paulo, e Dom Orani João Tempesta, que é atual presidente da Rede Vida. O Dom Orani é cardinal e arcebispo do Rio de Janeiro, então os dois fazem parte. Do conselho tem mais dois bispos, que é o Dom Fernando Figueiredo, e o arcebispo de Rio Preto, que é Dom Paulo Mendes Peixoto, O bispo de Rio Preto, ele é conselheiro convidado atualmente, porque como a TV fica aqui, é importante o bispo vir aqui saber o que tá acontecendo. Todos que foram bispos aqui chegaram ao conselho, agora Orani tá lá, ele chegou lá porque era bispo de Rio Preto, mas eu quero voltar a nossa pergunta...

Entrevistador: Qual das?

Entrevistado: Essa que você fez aí da relação...

Entrevistador: Com o Vaticano...

Entrevistado: Com o Vaticano nós temos uma relação... Eles cedem as imagens da missa com o papa, do ângelus do papa, é...é cessão, eles avisam, tá liberando o sinal, a gente pega.

Entrevistador: Está certo, tem uma comunicação direta ver...

Entrevistado: É, tá liberado o sinal pra missa de domingo, então a gente faz, canonização do papa, o sinal tá aberto, a gente entra. É, mas não tem nada assim... formal

Entrevistador: formal...

Entrevistado: É não tem...

Entrevistador: Através de parceira mesmo...

Entrevistado: É, é parceria mesmo, parceria.

Entrevistador: Tá certo.

Entrevistado: E tem com as dioceses. Nós temos parceria com as Dioceses...como é que funciona esse sistema da parceria? Vou te dar um exemplo. Itapeva, o Bispo de La contrata uma produtora de vídeos.

Entrevistador: Certo.

Entrevistado: Essa produtora faz as matérias e manda pra Rede Vida. Então não é

funcionário da Rede Vida. Por isso eu queria explicar esse negocio também de voluntario, por que... o pessoal de Itapeva por exemplo, não é funcionário da Rede Vida..

Entrevistador: São produtores independentes?!...

Entrevistado: E eles não são voluntários porque tem que receber, quem paga é a Diocese..e a Diocese me manda e eu...não paga nada...

Entrevistador: Sei, te manda pronto.

Entrevistado: É. E não me paga nada, eu exibo sem custo pras dioceses... Então...é uma parceria mesmo com as dioceses sim, porque eles tem que me mandar as matérias. Não tem custo pra ele, mas também não tem custo pra mim.

Entrevistador: Eu imagino que são várias parcerias em várias dioceses porque a Rede Vida tem a abrangência nacional...

Entrevistado: Tem, tem. É, é... no começo quando a TV começou a gente tinha mais, e eu vou te falar o porque...

Entrevistador: Aaah é?! Olha!

Entrevistado: É, e eu vou te falar o porquê: porque antes era feito por telefone...

Entrevistador: Não tinha internet...

Entrevistado: Não tinha internet, não tinha telefone, então o custo era muito, muito baixo. Quer dizer, cada diocese que tinha um assessor de comunicação, ligava e gravava um boletim. E aí era um rádio na TV...isso nos dois primeiros anos era possível, aí...principalmente depois que veio o advento da internet, acabou, isso morreu, não há possibilidade, hoje não faço nenhum boletim por rádio, não faço, televisão virou o império da imagem. Ou você tem imagem ou você não tem.

Entrevistador: Sem imagem não tem valorização, vamos dizer assim...

Entrevistado: Não, não tem. O máximo que posso por quando é uma foto. Uma foto eu posso por, se eu não tenho uma imagem eu digo... “O cardeal de São Paulo embarcou hoje para Roma para participar do Círio então vai uma foto dele, eu não tenho ele subindo no avião, embarcando tal, mas eu tenho uma foto dele, mas isso todas televisões fazem no mundo inteiro né?!

Entrevistador: Assim como seu blog..vi lá que você tem blog e que posta coisas diárias né?!

Entrevistado: Aí você tá fazendo confusão na minha cabeça, pera aí (risos). O blog do Luiz Antônio é um blog do Luis Antônio, não é um blog da TV.

Entrevistador: Tá, ele não tem nada haver com a emissora?!

Entrevistado: Nada. Não, não. Então é um Luis leigo e não o da TV.. Então ali eu ponho basquete, ponho rodeio, futebol... Hoje tem uma “cronicazinha” falando do casamento do meu filho...

Entrevistador: Achei fantástico...

Entrevistado: Quer dizer... Então, é um blog, tal, são coisas diferentes. O da TV é oficial, é Rede Vida de Televisão, aí você tem Facebook, todas as redes, é oficial, aí você não vai encontrar basquete, não, não. Por que isso é um individuo, o Luis Antônio...

Entrevistador: Eu achei fantástico, essas coisas...

Entrevistado: Eu sou redator eu gosto de escrever meu filho, e tem um blog que é só de reflexões cristãs...

Entrevistador: Eu não sabia desse...

Entrevistado: Não, ninguém sabe, (risos), esse é raro. Eu te mostro, porque esse eu faço por exercício pessoal, cristão, pessoal. Então hoje tá falando minha crônica de hoje nesse blog, sobre o sentido do milagre, como é que a gente consegue um milagre... Mas esse também não tem nada a com a TV, eu não divulgo na TV, ninguém sabe, acho que deve ter uns 5 seguidores...

Entrevistador: Ah mais aí é reflexão do Luis.

Entrevistado: Do Luis, não tem nada a ver com a TV, da TV é oficial.

Entrevistador: Entendi. E Luis, a emissora, a Rede Vida já transmitiu algum evento de caráter ecumênico?

Entrevistado: Sim, sim. Ah, esse que teve agora a assembleia lá teve flash ao vivo, do CONIC, todos os eventos do CONIC, a gente faz também. Na Tribuna Independente desde o começo todos os que participaram do CONIC que foram secretários geral ou presidente dão entrevista na rede vida, todos. Aliás, também não tenho nenhuma restrição a nenhuma linha da igreja, porque as linhas da igreja cada diocese tem seu bispo, então um é mais politizado ou é mais espiritualista e todos são tratados do mesmo jeito, tem o mesmo espaço... “aah esse meteu o pau no governo, aah esse falou bem do governo, aah esse falou da reforma agrária, aah esse contra a reforma agrária”.

Entrevistador: Todos tem direito a voz.

Entrevistado: Igual, igual, igualzinho. Todos tem o mesmo tratamento. Não tem aquele: “aah! Você gosta mais...” Não, não tem. É evidente que a gente precise que o bispo

queira falar, claro! Desde que ele queira falar, ele fala, nenhuma restrição, zero, não tem censura pra nenhum bispo. O Dom tem feito uma crítica com relação ao Xingu e aquelas coisas, e toda vez, e aonde ele tá, ele fala.

Entrevistador: Isso é legal, de um lado você tem conservador de outro lado progressista...

Entrevistado: Tem, tem, tem.. Não tem aquele negócio, “ah é da renovação carismática então não pode!” Pode! Pode! Aliás isso, eu vou até te contar, você falou ecumênico, quando o papa completou um ano do pontificado, nós produzimos uma série de matérias muito interessantes com segmentos diferentes de outras religiões, inclusive... É e foi muito bacana, e deu certa polêmica que eu até gostei, porque cada um falou com um judaico, da comunidade judaica, o Rabino e falou com o Candomblé...é com o do Candomblé que deu xabu, porque na verdade ele falou “agora vou mandar uma saudação pro papa, desejando muito saúde pra ele”, e fez no ritmo dele a saudação, e as pessoas levaram um susto com isso, ligaram e reclamaram “onde já se viu”, falei: “olha, se tá dando benção pro papa pode vir”.

Entrevistador: Legal!

Entrevistado: Não só questão ecumênica, mas inter-religiosa também. Agora é evidente que nós não estamos pra fazer, denegrir a religião de ninguém...

Entrevistador: Ainda mais se pegar o contexto histórico brasileiro que tem um sincretismo religioso enorme...

Entrevistado: Por isso que a bronca veio porque falaram “Ah assim você vai confundir!”, mas olha, é da natureza brasileira. Mas não gostaram.

Entrevistador: Neste ponto Luis, como é a relação da emissora Rede Vida com as outras emissoras católicas?

Entrevistado: Muito bom, muito bom!

Entrevistador: Eu vi no livro que seu pai escreveu que cita o Padre Eduardo, da TV Século XXI...

Entrevistado: É, é o Padre Eduardo que sugeriu o nome de Rede Vida. É foi o Padre Eduardo. A gente tava pesquisando e ele falou “Porque não põe Rede Vida?!” Aí meu pai, “ah, tá bom!” O Padre no começo da TV ele tinha um programa aqui, quando a TV começou... É, ele criou a dele e o Padre Eduardo até a TV século XXI nascer tinha programa todo domingo aqui, Louvemos ao Senhor, era na Rede Vida. Era muito bom, muito bom. Até hoje a gente transmite a missa de Aparecida...

Entrevistador: Que lá também tem a TV Aparecida...

Entrevistado: É a gente transmite... Economicamente falando isso é um pouco complicado porque muitas vezes a TV coloca a logomarca dela e passa por cima. A gente quando faz uma coisa aberta, a gente não coloca, a gente coloca no nosso, não no sinal. Mas tá tudo certo, cada um faz do jeito que achar certo. Mas essa é a nossa postura, tá tudo certo, cada um faz do jeito que achar certo.

Entrevistador: O bom é que tem esse dialogo né Luis...

Entrevistado: Nossa, tá sempre aberto pra todo mundo... Vai ser agora o próximo evento que vai ser aberto, vai ser a transmissão do debate...

Entrevistador: Da, da eleição presidencial?

Entrevistado: É.

Entrevistador: Legal.

Entrevistado: Tá sendo ótimo, ontem a gente teve mais uma reunião no qual a gente tava discutindo isso, pra não ter o apresentador Luis Antônio...

Entrevistador: Isso vai simbolizar é...

Entrevistado: Claro, não, não, não vou ser, não quero ser, não peço para ser, não. Quem organiza é a CNBB, nós vamos transmitir. Então é a CNBB que tem arranjar, vamos supor, se quiser, olha... Cada emissora manda um pra fazer uma pergunta, legal... Mas aí assim como vai o jornalista, o Luis Antônio daqui, vai o jornalista do outro, não pra ser o âncora; não aí não pode, aí mudou, aí o debate é do Luis Antônio. Na eleição passada teve alguma coisa mais ou menos assim, é... foi a TV Aparecida que tentou organizar o debate e queria que todas as emissoras transmitissem o debate deles. Não, não queremos. Aí fizeram o debate da CNBB, inclusive a Dilma não foi em um debate e foi nesse da CNBB, esse nós transmitimos, porque não era da TV A, B, C que a gente tava transmitindo, da CNBB...e esse ano vai ser da CNBB que a gente vai transmitir, inclusive se precisar a gente gera a imagem também, sem a logomarca.

Entrevistador: Sem a logomarca.

Entrevistado: Não tem a logomarca, limpo, aí cada emissora coloca a sua logo marca.

Entrevistador: Falando...

Entrevistado: A gente sede também imagem... Outro dia o pessoal da TV Século XXI pediu o caminhão pra transmitir uma missa. “Ah tá bom, pode ir!” o problema é que tem que usar nosso satélite, aí você vai complicar a minha vida, porque é link...

Entrevistador: é link direto.

Entrevistado: É aí complica a vida. Por exemplo, a cobertura do Papa...

Entrevistador: Que vocês fizeram um trabalho enorme... Levou o estúdio pro Rio

Janeiro, imagino o trabalho...

Entrevistado: Mas olha só, nós alugamos um outro link, um outro satélite, porque que eu não fui, porque se não eu não ia ocupar o link. Então eu fiquei fazendo âncora em Rio Preto, porque aí eu ficava com os dois desocupados, se eu tivesse lá eu ia ocupar um link e o outro o repórter, não vale a pena. Então eu fiquei e chamava dois links ao mesmo tempo... Se você quisesse alugar 10 Globo tem, na hora que você abre, tem quatro repórter ao mesmo tempo na tela, né porque eles tem muito satélites a disposição, eu não tenho, então toda vez que sobe...agora ta no ar, acabou São Paulo... Quando ta no ar São Paulo eu não posso chamar de outro estado, não posso chamar o de Rio Grande do Sul. Não posso, não posso, porque tenho uma subindo...

Entrevistador: Mas a gente sabe que a estrutura é muito forte né Luis, porque uma emissora que... Vai de 95 pra cá se põe aí todo o peso perto das outras e todo trabalho que tem, ela, ela se destaca né?!

Entrevistado: TV do Milagre, meu filho.

Entrevistador: É seu pai coloca isso no livro também né,

Entrevistado: Mas não tem explicação não, pra essa pergunta é só milagre mesmo.

Entrevistador: E Luis, voltando um pouco da CNBB, como é a relação da Rede Vida com a CNBB?

Entrevistado: Muito boa, sempre foi, sempre foi...

Entrevistador: Desde quando se projetava fazer TV...

Entrevistado: É, desde o Dom Luciano, todos os presidentes e secretários, a gente tem a maior admiração, carinho e respeito. O CNBB, convida, convoca, chama e a gente tá, vai e faz, e não tem custo...

Entrevistador: É tá divulgando...

Entrevistado: É, não tem verba envolvida, não é questão financeira. Algumas coisas são impossíveis de atender, eu quero colocar isso, pra você entender a nossa realidade, inclusive com a relação com a Igreja. Dia 17 é a posse do Bispo de São José dos Campos, Dom Jose Valmor Cesar Teixeira, ele toma posse em São Jose dos Campos. Eles pediram pra gente transmitir e eles pagariam o link, quer dizer mandar o equipamento pra subir o satélite, não pagariam a transmissão, o horário da TV, que a gente sede. Só que a missa vai ser no mesmo dia em que Dom Fernando Henrique Figueiredo esta completando 25 anos na diocese de Santo Amaro...

Entrevistador: Vixe, aí num tem jeito.

Entrevistado: Não tem jeito. Não, não dá. Não é porque eu não gosto do bispo, é que

esse do Dom Fernando já tá agendado há...

Entrevistador: Há mais tempo...

Entrevistado: É, há 15 anos ele faz essa missa aí, desde que ele começou lá ele tem, não tem jeito, então não dá. Outra coisa que eu queria até desabafar pra você, muitas vezes as dioceses não conseguem fazer produtos pra televisão, futebol é produto pra televisão, o basquete se adaptou, o vôlei, todos se adaptaram pra ser produto de televisão, a igreja não consegue fazer isso, não consegue. Se você pega as transmissões hoje do papa Francisco, você vê é programa de televisão, porque ele sabe a hora que começa e a hora que termina, é gravado, ele faz certinho...

Entrevistador: E ele tem uma oratória, muito...

Entrevistado: E é cravado, se sabe qual é a hora... Quando você tem uma transmissão de porte assim de coisa, você não sabe a hora que começa e a hora que acaba, não pode fazer isso?, não pode, não dá.

Entrevistador: Tem uns horários, tem uma programação toda a seguir né?!

Entrevistado: Tem, tem até pra comercial, até comercial, não dá pra você não saber... então está marcado pra começa as três, não começa as três, tá marcado pra acabar as quatro, não acaba as quatro, não dá, não dá. Então essa é umas das dificuldades, quando você fala da CNBB assim, os programas que a CNBB pede... Vou transmitir o debate certo?! Certo, tem horário pra começar, tem horário pra acabar, não tem problema. Muitas vezes querem que transmita, aí fala a vovozinha, o tio, a madrinha, o coisa... isso pra televisão, matou, matou, não há TV que consiga sustentar, três horas do que? De buraco? Não pode, não pode.

Entrevistador: Luis, o Dom Orani ele é o novo presidente da Rede Vida, como é a participação dele nas decisões e quais foram os presidentes desde a fundação?

Entrevistado: Dom Antônio e Dom Orani, só os dois. São os presidentes do INBRAC... O presidente do INBRAC é também o presidente da Rede Vida, então muitas vezes a pessoa fala: "Sr Monteiro, presidente da Rede Vida"... É um título... Não oficial... é título... assim como chamar de Dr., né?! Papai não é Doutor, não é médico, né?! Então é de respeito e carinho, então é... Porque é... Então ele é... Papai não é presidente, ele é fundador. Presidente do INBRAC é também chamado de presidente da Rede Vida. O meu pai é presidente da TV Independente, porquê é eu, meu irmão e ele, então ele é o presidente Eu e o Neto somos diretores, então assim tá bom demais, tá ótimo!

Entrevistador: Beleza.

Entrevistado: Então meu pai você pode chamar de presidente da TV Independente...

Entrevistador: pode?!

Entrevistado: Pode, ele é!

Entrevistador: Mas o presidente da Rede Vida é... O Dom Orani?

Entrevistado: É o Dom Orani...é muita gente, é muita confusão....

Entrevistador: Eu imagino.

Entrevistado: Porque pensam que... que papai é o fundador, ele nunca foi presidente do INBRAC...

Entrevistador: Ele foi um dos fundadores...

Entrevistado: É, é, ele é fundador, o presidente era o Dom Antônio, até ele falecer ele ficou na presidência, como o Dom Orani era vice presidente ele assumiu e depois teve eleição e ele foi confirmado como presidente.

Entrevistador: E como é a relação da Rede Vida com o Dom Odilo, chefe dos outros bispos do Estado de São Paulo?

Entrevistado: Pera aí, é que o Dom Odilo faz parte do conselho...

Entrevistador: Ah tá, ele faz parte do conselho administrativo assim?!

Entrevistado: Não, ele é conselheiro, tem também a equipe administrativa, por exemplo, meu irmão fica na parte administrativa, porque eles são conselheiros, tem uma diretoria pra fazer as coisas andarem né, então... Ele vai lá pra dar conselho, conselho mesmo, então ele tem que ver como ta o orçamento e tal, mas no dia a dia da coisa não, não dá, não dá, é... Nem Dom Orani... Acho que o Orani é presidente de tudo, né, (risos). Ele é presidente daquela comissão de comunicação do Senado, no Congresso Nacional, o Dom Orani é presidente também, ele tem uma Paróquia lá em Roma, que ele vai ser nomeado pra cargo, então... Dom Odilo, faz parte do conselho, todos os outros bispos podem participar, como pode participar? Mandando as imagens igual Itapeva faz, Ribeirão faz, Araçatuba faz...

Entrevistador: É um modo de divulgação da própria diocese?

Entrevistado: É, é exatamente.

Entrevistador: A gente já falou um pouco Luis, mas se você puder resumir como foi a mobilização, a atuação da emissora na JMJ, a gente sabe todo o contexto em que foi envolvido os jovens, o Rio de Janeiro, o papa novo, como foi assim a mobilização da emissora, levar tudo pra lá assim... Como foi a programação antes? Quanto tempo vocês se programaram? Como foi assim?

Entrevistado: Não a gente acompanhou desde a cruz, da jornada...

Entrevistador: Cobertura integral?

Entrevistado: Integral, o tempo inteiro, pelos jornais, pelo boletim... Todos os programas nossos foram dedicados ao papa. A mobilização? Eu acho que foi bem montado, eu gostei... motivado pela sua pergunta, eu queria retomar a 97... Quando o papa João Paulo II veio ao Brasil pela primeira vez, nos estávamos começando e era a única emissora católica na época...

Entrevistador: Com dois anos só de fundação já...

Entrevistado: Isso, isso, em 97, então essa agora do Francisco pra gente foi tranquilo, porque... Não tem o que te contar, porque foi tudo certo, tinha muito repórter, tinha link, tinha caminhão...

Entrevistador: Foi tudo estruturado...

Entrevistado: Já tava, a gente tinha que fazer certinho, então foi certinho, né... O que fez a diferença foi 97, porquê a gente não era uma emissora de perfil, era a única emissora católica e tinha uma responsabilidade pra receber o papa...e aí a Globo por ser no Rio de Janeiro, era a dona do pedaço, mas ela tinha toda a tecnologia de ponta mas nenhum “*know how*”.

Entrevistador: Tá, “*know how*”...

Entrevistado: É, não sabia o que era a hóstia

Entrevistador: É lógico, lógico.

Entrevistado: É então a gente tinha... então ia mostrar o papa fazendo assim e ia cortar, então a gente tinha isso...então eles aceitaram e reconheceram que a Rede Vida era especialista, que era boa, então eles cederam vários eventos pra Rede Vida fazer...

Entrevistador: Ah entendi...

Entrevistado: Nós cedemos imagens pra eles...

Entrevistador: Mas eles também, colocaram vocês dentro do espaço...

Entrevistado: É, é isso. Então depois da Globo quem mais gerou? Nós. Então agora com o Francisco também, tirando a Globo, fomos nós que mais geramos imagens pro público...

Entrevistador: E você falando em 97 foi mais simbólico, assim né Luis?

Entrevistado: Sim, não tinha é...

Entrevistador: A estrutura era menor...

Entrevistado: É, é era pequena tal, então a gente tinha que fazer uma cobertura... então essa eu tive que ir pro Rio. Eu fui pro Rio, tive que ir pra lá, não tinha nem máquina de

escrever, computador esquece né... A gente escrevia à mão, e nós fizemos uma cobertura tão bonita, tão grande, que projetou a Rede Vida, e isso também ajudou a gente levantar os recursos pra garantir a instalação da Rede Vida. Porque aqueles anos iniciais, pô era, cara... É, é a gente bancava, o meu pai bancava, eu e o Neto bancávamos a televisão, bancava é, e..., saía catando e tudo e... O papai inclusive, não sei se tá nesse livro aí, mas ele conseguiu um empréstimo na Alemanha, pra fazer os investimentos em equipamentos e essas coisas todas e a gente precisava pagar, porque a fama no Brasil, sempre foi de pede e não paga e a gente não podia, sendo uma emissora católica dar um calote, a gente derrubava e envolvia a igreja nessa história toda...

Entrevistador: Você lembra de quanto é o empréstimo?

Entrevistado: O valor? Não, porque foi na Alemanha...

Entrevistador: Antes da fundação então?

Entrevistado: É, é... Papai não conta nesse livro?

Entrevistador: Eu, eu. Ele fala que encontrou com um casal, tal na Alemanha, mas eu não sei se...

Entrevistado: Não, foi uma freira...

Entrevistador: foi uma freira...

Entrevistado: foi, foi uma freira. É, é... A história ele conta, eu acho que até tem publicado isso aí, é... Como é que aconteceu? Ele e o Frei Hans foram na Alemanha pedir uma ajuda pra uma instituição católica que financiava projetos de igreja... Aí falaram que não, que esse projeto tava fora, que uma emissora católica para o tamanho do Brasil, não era viável, não era possível. A Alemanha que tinha dinheiro, que era menor que o Brasil não conseguia, porque a gente ia conseguir?! Então falou que meu pai era louco, maluco, que não dava certo. E aí papai voltou, ele tava hospedado numa casa religiosa das freiras, lá com o Dom Antônio, e ele tava muito triste e a freira, a madre superiora perguntou: “Porque vocês estão tristes?”. “Olha, nós viemos aqui buscar recursos pra instalar uma televisão católica e negaram, não tem empréstimo, não tem dinheiro...” Aí a madre chamou o Frei Hans em alemão e perguntou pra ele: “O que vocês estão precisando? O que eles querem?”. “Eles querem um empréstimo aqui.” Ela falou: “Eu posso ser a avalista?”, “só não deve, mas pode!”, “Então, pode trazer os papéis que eu assino!”. Aí foram no banco, aí penhoraram a minha casa, as emissoras de rádio, penhorou tudo, né... E a religiosa empenhou o patrimônio dela na Alemanha. Um dos gerentes do banco disse que não ia fazer, aí ela falou “se não fizer eu tiro a conta daqui!” aí ele falou: “Não, então eu faço! Mas o risco é da Senhora.” E ela falou: “Não,

eu assino!”. E essa freira assinou...

Entrevistador: Em que ano foi isso Luis?

Entrevistado: De cabeça, você tá me apertando muito...

Entrevistador: Mas lógico, antes de 95 então né.

Entrevistado: É. Com essa visita do papa, nós recebemos os recursos, olha não sei... pode até ter sido 95, pode até ter sido em 95... Eu tenho que pesquisar que de cabeça eu realmente não lembro.

Entrevistador: Não, tranquilo... não imagina...

Entrevistado: Eu te conto a história. A história é essa daí. Com a visita do papa nós levantamos esses recursos com o patrocínio, pra gente saldar, quando chegou lá pra devolver, o cara do banco, o gerente do banco, recebeu e falou “pois não,...” eles acharam que a gente tava lá pedir uma renovação e uma prorrogação do prazo, e ele falou: “vim pagar”. Ele falou, “mas como?”, viemos acertar a dívida, você emprestou o dinheiro, estamos aqui pagando o dinheiro de volta. Aí inverteu: “Vocês podem prorrogar”. Eles nunca tinham visto um caso do Brasil voltar pra pagar.

Entrevistador: E uma quantia razoável...

Entrevistado: Também não lembro o valor... Não lembro mesmo, não é questão de segredo, estou te contando uma história que é real. E aí pagou. E foi dessas a visita do Papa João Paulo II. Pra completar a visita de 97 é muito mais significativa porque o papa quando termina a audiência ele cita a Rede Vida. Aí foi assim: “êêêê!!!”. A gente não sabia que ele ia citar, o papa no discurso de encerramento dele em 97 no Sumaré ele agradece acolhida, agradece ao cardeal, agradece e fala: quero cumprimentar a Rede Vida pela cobertura que nos deu”. Isso é um registro histórico. Tanto é que foi canonizado agora eu fui a Roma por causa disso. João Paulo antes dele morrer ele já fez esse milagre porque foi graças a presença dele aqui que nós nos viabilizamos tecnicamente, ganhamos espaço na mídia, mostramos serviço, qualidade, eu vi um programa com Dom. Dom Claudio Hummes e Dom Antônio sobre o resultado da visita dele. O papa ainda estava no Brasil e nós ficamos duas horas no ar, os três falando, detalhando e foi um sucesso, uma coisa marcante pra mim e pra TV também.

Entrevistador: Essa eu não sabia, esse vídeo deve ser sensacional.

Entrevistado: Quando o papa falou nós não estávamos no estúdio, era uma audiência fechada, nós ficamos sabendo porque ele leu, era fechada, foi num evento lá no Sumaré. Tem até um quadro ali do discurso dele, tem a saudação inicial do Papa João Paulo II de 95, esses dois documentos tem e eu posso te mostrar aqui. Do Papa Francisco foi muito

bom, correu tudo bem, maravilha, ganhamos mídia, fomos elogiados, saiu tudo perfeito, o planejado foi executado, sucesso. Mas esse não gerou o impacto... Mas o outro, nossa...

Entrevistador: Foi muito mais assim... Correria...

Entrevistado: E a gente transmitia 24 horas. A noite a gente cobria também lá no Rio as vigílias, 97 foi o ano das famílias.

Entrevistador: E foi muito bom comercialmente também, né...

Entrevistado: Foi bom, foi menor, a comercialização foi muito difícil...

Entrevistador: Voltando um pouco no INBRAC, a relação com a Rede Vida, ele continua mantenedor da Rede Vida é o INBRAC?

Entrevistado: Isso mesmo.

Entrevistador: Eu vi no livro do seu pai que é uma entidade sem fins lucrativos, justamente pra manter a emissora, ela tem funcionários, como é?

Entrevistado: O INBRAC?

Entrevistador: Sim.

Entrevistado: Tem, tem. Por isso que a gente tem que separar algumas coisas que é da TV Independente, que a TV Independente também tem, porque se não, como é que ela vai falar pro governo como ela se mantém? Algumas coisas a gente cede o horário pra lá e o INBRAC paga a cessão do horário pra TV Independente...

Entrevistador: Pra TV Independente...

Entrevistado: Exatamente, pra você ter fluxo de imposto “Peraí, você tem uma TV, não fatura nada, não vende nada?”, não existe isso, então algumas coisas nós cedemos a grade e o INBRAC remunera a televisão, a maior parte é funcionaria do INBRAC, e alguns são funcionários da TV, porque o INBRAC não pode ter um cinegrafista. Não tem, não dá, ele tem que ter escriturário, advogado, essas coisas, mas, não tem, mas cinegrafista quem tem é a TV Independente.

Entrevistador: E você sabe mais ou menos o número de funcionários do INBRAC?

Entrevistado: Não, não sei te precisar, mas isso também não é segredo não.

Entrevistador: E como é composta a presidência do INBRAC? Quem escolhe, quem entra...

Entrevistado: São os conselheiros que elegem. Tem todo estatuto...

Giu: E você? Ah, são os três leigos, desculpa...

Entrevistado: O Frei Hans estava, ele faz parte do conselho aí.

Entrevistador: E você, você não falou de você... Ah, você falou, você e os três leigos,

desculpa...

Entrevistado: Então são quatro bispos e três leigos, duas mulheres... Então são 9, o 10º é o Frei Hans, então é também um religioso, só que aí é mais ligada às entidades. A outra vaga que foi aberta com a morte do João Antônio, não foi preenchida... Quem está indo participar é o Dom Tomé, tá indo, completando nos 11.

Entrevistador: Ele é da onde?

Entrevistado: Daqui...

Entrevistador: Ah daqui de Rio Preto...

Entrevistado: É. O bispo de Rio Preto sempre faz parte do conselho, mas ele não é obrigado, ele aceita se quiser. Então o Dom Tomé, ele está na fase ainda se ele quer ou não..

Entrevistador: Certo, certo...

Entrevistado: Então ele vai no dia que ele quer, na hora que ele vai...ele tá sendo convidado, né... E o INBRAC mobiliza passagem, carro, o que ele quiser pra ele participar, ele completa os 11. Ele ainda não é um membro efetivo, ele é um membro visitante....é, é, alguma coisa assim, ele é um conselheiro convidado.

Entrevistador: Ta, ta...

Entrevistado: Mas o voto dele tem peso igual ao dos outros, mesmo que estatutariamente não, a gente leva em consideração, toda a opinião dele é considerada.

Entrevistador: É sempre o bispo de Rio Preto, desde que a Rede Vida foi fundada teve presente né!! E quem são os principais sócios proprietários da emissora Rede Vida? São vocês três?

Entrevistado: Da TV Independente são só os três, não tem sócio, não tem verba do Vaticano, não tem verba extra, não tem nada, não tem laranja, não tem nada.

Entrevistador: O sócio proprietário da TV Independente é o mesmo sócio proprietário da Rede Vida?

Entrevistado: Não. Olha só o que você falou... Porque não tem proprietário da Rede Vida. A Rede Vida pertence ao Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã, que é um instituto...

Entrevistador: Tá,

Entrevistado: Então de quem a Rede Vida? Eu não sou o dono da Rede Vida, eu sou dono da TV Independente... E essa é confusão, é porque uma coisa tá ligada a outra direta. É que a TV Independente presta serviço pra INBRAC e o INBRAC é dona da Rede Vida. Eu faço parte da diretoria e sou conselheiro, uma relação direta e óbvia. Se o

INBRAC não quiser mais contratar a TV Independente e quiser contratar a TV do Luciano, do Giuliano... Contrata... Pode contratar. O INBRAC quer comprar a Globo? Compra, pode? Pode. O problema é o custo... Aliás essa brincadeira eu gosto de fazer, porque o seguinte toda vez que o repórter fala “ah isso não dá!” eu falo o seguinte: “vem cá, vamos fazer uma reportagem na lua?” Dá?! dá, dá, longe, falar da lua ficou fácil, o problema é quem paga? Porque você tem alugar um foguete e tal.

Entrevistador: Um astronauta capacitado...

Entrevistado: É... Então, mais que dá, dá, o problema é quem paga... é a conta. Então hoje é... sempre dá, a questão é de custo. Hoje o INBRAC depende muito dessa ligação que eles têm com a TV Independente, eles não conseguiriam por toda a filosofia do INBRAC, sem ajuda da TV Independente. Porque uma coisa é muito próxima né. Porque meu pai criou a TV Independente pra atender a Rede Vida, então quem sabe quais são as diretrizes da Rede Vida é a TV Independente.

Entrevistador: E outra, se tirasse a parceria perde toda a imagem...

Entrevistado: Eu acho muito difícil, mas em tese é possível, se quiser comprar alguma TV, pode... Eles podem, a INBRAC pode.

Entrevistador: Certo. E...

Entrevistado: Giuliano, você precisa entender que a problemática jurídica tá aí. A problemática jurídica é assim: A Rede Vida é uma rede nacional, ou uma rede não nacional? Porque ela só tem uma emissora geradora que é Rio Preto...

Entrevistador: Tá, ela não replica o sinal...

Entrevistado: não, ela replica... Eu tenho em todas as capitais, tenho HD, mas eu não tenho o geradora... entendeu a diferença? Por exemplo, São Carlos tem uma geradora da TV Globo, geradora...

Entrevistador: Tem a EPTV lá no caso... têm essa diferença.

Entrevistado: Tem. Lá ela tem uma TV, ela é produtora, geradora... Eu não tenho uma TV Independente lá em Porto Alegre, eu tenho um estúdio da repetidora da Rede Vida lá, não é geradora... Eu não faço uma programação em Porto Alegre fora da grade da Rede Vida... tá acompanhando?

Entrevistador: tô, tô.

Entrevistado: É confuso mesmo, porque essa era a polêmica jurídica. A Rede Vida é uma rede nacional ou não? Nós batemos que sim, nós somos uma emissora, porque nós estamos no Brasil inteiro...

Entrevistador: Sim, tem o alcance nacional...

Entrevistado: Nacional... Eu não faço uma programação pra Rio Preto, eu não sei quem é o prefeito de Rio Preto, não sei quem é presidente da câmara de Rio Preto...

Entrevistador: Pelo contrário a maioria da programação é voltada para o Brasil inteiro...

Entrevistado: É, então ela é uma, e juridicamente eles concordaram... Porque aonde tá o pé, por causa da rede da SKY, da NET.... Elas são obrigadas a transmitirem todos os sinais das emissoras nacionais, e eles queriam tirar a Rede Vida...

Entrevistador: Sendo a Rede Vida uma emissora nacional, como eles podem...

Entrevistado: É, a briga jurídica foi essa....

Entrevistador: Com a SKY...

Entrevistado: Exatamente, eles queriam tirar a Rede Vida e... a Rede Vida não pode sair, porque ela é uma emissora nacional.

Entrevistador: Luis, como é a prestação de contas da emissora para as entidades, pessoas, quem faz isso? Ou do INBRAC assim, como que é?

Entrevistado: Como instituto tem que ser publicado, tem que sair no diário oficial, convocação de assembleia, essas coisas todas...

Entrevistador: Tá, assim é o meio de divulgação...

Entrevistado: É, protocolar, tem que publicar, tem que pagar imposto, tem que seguir todas as questões jurídicas... Então tem em São Paulo, tem o escritório da Rede Vida, tem o contador, tem uma comissão fiscal... Isso tem.

Entrevistador: Pra você Luis, quais os aspectos você acha mais importante e o que você gosta do trabalho feito pela Rede Vida?

Entrevistado: Essa resposta que eu vou dar eu tenho certeza absoluta... Não sei!

Entrevistador: Não, tá certo, é pra você dizer o que quiser...

Entrevistado: Não, é que... Eu não quero negar responder, pelo contrário, eu quero pensar na resposta... é, eu sempre disse, essa expressão que papai usa, que não tem, tecnicamente falando, economicamente falando... Não é possível...

Entrevistador: Ainda pegar aquele contexto histórico do país, aquela inflação, foi tudo naquele meio né Luis?!

Entrevistado: É inacreditável, uma emissora que ela não tem um faturamento muito grande, o faturamento mensal dela, não deve passar de 500 milhões por mês. Isso pra televisão é irrisório cara, é impossível você ter isso... Se você vê a grade que a gente tem, o mundo de coisas que a gente faz em 24 horas, as transmissões, é inacreditável, se a gente colocar na ponta do lápis não dá, não dá... Eu não sei como é que consegue, não

sei te explicar... tecnicamente... Eu não sou capaz... Pode ser que... Acho que nem papai consegue. Talvez os contadores, esse pessoal entende direito, eles tem que fazer... mas quando você vê que a gente transmite o Vaticano, transmite...

Entrevistador: Em HD...

Entrevistado: em HD e tal, é... E mais não deve um centavo... é uma emissora que não tem débito com banco, financiamento...

Entrevistador: Se auto sustenta assim...

Entrevistado: Se auto sustenta... Então eu acho que é providencia divina mesmo... É se você tiver duvida de fé, pode passar por aqui, que é aqui mesmo...

Entrevistador: Não, imagina...

Entrevistado: Todos os funcionários estão recebendo, tá tudo em dia, tudo certo... Imposto em dia... Agora como é que consegue, é a grade... Você perguntou qual as maiores satisfações, eu vou te falar as maiores frustrações. Por exemplo, a gente não consegue filmes...

Entrevistador: Não consegue...

Entrevistado: Filme, não consegue... Nossa programação não tem filme. Dois problemas: primeiro é caro, muito caro, se a gente for ter filme desequilibra o orçamento... Eu não tenho o dinheiro pra investir na área de filme. Aí, vamos admitir que eu vou bancar, mas que filme vou por? Porque eu não posso por filme de violência. É, eu não sei se você chegou a assistir o filme de um paraplégico francês, um filme francês, que um crioulo cuida de uma pessoa que fica doente...

Entrevistador: Não lembro Luis, acho que...

Entrevistado: Como filme ele é muito bom, mas ele não serve porque ele não segue as eminências religiosas, não vale a pena, ele é um cara que quer levar vantagem em tudo... O filme é ótimo, mas...

Entrevistador: Mas pra missão da emissora não...

Entrevistado: Mm filme pornográfico, um filme de violência...

Entrevistador: Vai totalmente contra...

Entrevistado: Noticiário nosso, por exemplo, a nossa grade noticiário é: morreu tem que divulgar, tem que divulgar, só que a nossa ênfase não a tragédia pela tragédia, é qual o ato de solidariedade que tem, o que a igreja fez pra ajudar o desabrigado, o que a comunidade tá fazendo pra ajudar as vítimas. Então o foco não é a tragédia, acidente de carro, tô fora, assassinato, tem, não dou, não dou. Você pode ver em todas as emissoras, mas aqui você não vai ver. Aqui você vai ver um ato de heroísmo, uma pessoa que

morreu pra salvar alguém...

Entrevistador: Uma programação limpa né...

Entrevistado: Então essa talvez é a grande satisfação, de focar sempre a boa notícia, mas há limitações. Esse projeto de Pernambuco é o que eu queria fazer com todas as emissoras PUC.

Entrevistador: PUC, das faculdades...

Entrevistado: Todas, porque eles tem equipamento, tem o professor e tem aluno, eu cedo o horário, a PUC ainda aproveita pra fazer o que é da PUC...

Entrevistador: Eeles têm uma ótima estrutura, a gente vê pelas faculdades...

Entrevistado: E a gente não consegue, como conseguiu essa de Pernambuco em função do arcebispo lá que tem interesse em apoiar e ajudar e fazer as coisas acontecerem e ter um relacionamento que ele faz...

Entrevistador: Mas nas outras...Campinas, que não é aqui tão longe, não...

Entrevistado: É, e porque não faz? E qual o motivo pra não fazer? Eu tenho espaço, grade, tenho horário, tenho a parceria, mas eu não consigo viabilizar, então na verdade as minhas grandes alegrias é que a gente consegue fazer coisas inacreditáveis. Eu tenho um jornal de uma hora de duração, como? Só de boa notícia? Como é que você faz? Faz, e é assistível, porque não adianta ter uma hora só de proselitismo, não, não, não...

Entrevistador: Jogar conversa fora assim...

Entrevistado: Não, não, não, é o tempo inteiro é matéria mesmo, é o que ta acontecendo, é o Felipão falando... é tudo, entendeu?! Eu não consigo ter uma explicação lógica pra coisa... Eu acho que é muito da padroeira mesmo... quando você fala, “Tem Dona?” Tem. Fátima, Fátima. Quando era pra criar a Rede Vida o Dom Antônio e o Monteiro foram até a Fátima, chegando lá eles deram um...consagraram a emissora a Nossa Senhora de Fátima, primeiro em Fátima, depois em Aparecida, quando eles voltaram pra não causar ciúmes na Aparecida né, briga de santo.. Mas é sempre a mesma Maria, mas a consagração da Rede Vida é com a Fátima, ela foi consagrada com a Nossa Senhora de Fátima e acho que isso que faz isso daqui acontecer. Eu não sei como é consegue fazer o JCTV, eu não sei... Quando termina tem outro, aí vai fazer outro...

Entrevistador: Luis, então a gente sabe que a proposta da Rede Vida sempre foi voltada pra essas questões que você falou... Épra cidadania, pro bem comum, é...e quais são os temas mais tratados por ela assim que a Rede Vida mais trata assim, que a gente sabe que o valor da família, pra ela, desde o slogan “canal da família”...Quais são os temas que ela mais aborda na programação geral assim? De interesse da sociedade...

Entrevistado: Aí cara... Eu tô gostando porque você tá me fazendo refletir...

Entrevistador: Que bom, que bom...

Entrevistado: Eu não sei se eu tô conseguindo te ajudar...

Entrevistador: Não, Tá sim!

Entrevistado: Olha, eu coloco sempre que nós temos que ser prestadores de serviço, a nossa ideia de manter a Rede Vida... É... Longe de ser o dono da verdade, Deus é a verdade... Então, nós não vamos ficar discutindo essas questões que tá acima, até questões dogmáticas... O esforço que a gente faz aqui é prestador de serviço e isso envolve tudo, o lazer, a saúde, educação, todos a gente tem que ter programa pra tudo isso e também de lazer... O brasileiro gosta de futebol, a Rede Vida tem que ter futebol...evidente que a gente não tem Barcelona e Real, porque o custo disso.... Uma partida comprometeria dez anos do orçamento, então eu não vou fazer... Mas a gente faz a Copa São Paulo que você tem as equipes do Brasil inteiro... Então você dá o mesmo valor pras equipes famosas do Norte, Nordeste, e isso é um pouco que a gente faz nos jogos, que as grandes emissoras, eles querem fazer só a final. São Paulo e Santos eles querem fazer, Corinthians e Santos eles querem fazer... Não, nós queremos fazer Sergipe...

Entrevistador: A segunda divisão...

Entrevistado: Queremos fazer sim! Porque muitas vezes isso ajuda até o futebol, ajuda a promover novos valores, né, e brasileiro gosta de futebol.

Entrevistador: Olha Luis eu não vou negar, até às vezes eu assisto muito futebol, assisto ali quando passa o de São Carlos também, e pra gente que é dali do interior é uma beleza, assim.

Entrevistado: É, eu adoro, principalmente quando é o time da nossa cidade “ah, tá jogando hoje”. Isso é uma maravilha... Então, não é uma... Nós temos como compromisso também dar informação sobre religião, mas não só de religião, que a ideia é ser uma emissora de leigo... Então tem que ter cultura, tem que ter lazer...

Entrevistador: Por isso a programação é variada de conteúdo.

Entrevistado: Tem que ter, aquele programa de motivação do Marins, tem que ter a do Içami Tiba que é de orientação familiar e psicológica, tem que ter de culinária da Claudia, tem que ter o Silvio Britto lá levando... o Jair Rodrigues esse ano fez um especial lá com a gente, com, plantou bananeira na Rede Vida...

Entrevistador: Esse ano?

Entrevistado: é, esse ano... Porque eu usei essa imagem na Rede Vida. Então tem ter um musical. Evidente que a gente quer fazer mais quer fazer mais... O plano mais imediato que a gente tem é fazer musicais regionalizados, então fazer em Recife ou Fortaleza programas de músicas do Nordeste...

Entrevistador: Que pega o interior ali...

Entrevistado: É, as músicas do Nordeste, então uma vez por semana tá... Então na verdade seria lá uma vez por mês, porque na outra semana seria a moda de viola do centro, Goiânia. Nós temos uma unidade em Brasília, então colocar mais um especial de sertanejo mesmo, não esse sertanejo universitário que é mais paulista, mas um sertanejo mais...

Entrevistador: Raiz no caso...

Entrevistado: Isso, isso. Pegar do Rio Grande do Sul e fazer um em São Paulo também, e no Rio que a gente também tem condições.

Entrevistador: Valorizar a cultura...

Entrevistado: Musical regional, essa é o plano mais imediato. Problema é o seguinte: quem banca? Não tem, não tem... Então assim a gente tem que viabilizar como fazer, porque, fazer por fazer, sem qualidade, com som ruim, aí não tem jeito. Então... Esse é um projeto que a gente não consegue... Então quando você fala assim “o que a gente tem?” Tem tudo isso, mas precisa ter mais...

Entrevistador: Sim, sim, Luis voltando um pouco pra questão política tem algum parlamentar, alguma coisa, não entrando na questão financeira, mas tem algum parlamentar que valoriza o trabalho da emissora, que apoia a emissora, que vocês tem contato?

Entrevistado: Olha nos temos um programa político lá em Brasília que chama Frente a Frente, que quem apresenta são dois jornalistas, Denise Rothenberg e o Leandro Mazini, ou o Trindade, que são jornalistas de Brasília da área política, ninguém assinou carteirinha de inscrição com a Igreja Católica, não tem nada a ver, eles fazem política. Não tem nenhum partido que fala “Eu não fui na Rede Vida ainda.”... Não tem, ah mas é do PC, é da UDN, é do PTB... Todos já foram. Evidente que tem lá a bancada católica, que valoriza a Rede Vida, valoriza, mas isso não implica num *lobby*, não implica, nós não temos *lobby*. O que eu quero te falar é que nos não temos, nos não temos assim: “Esse é da oposição, então esse nós não podemos dar espaço”. O Crivella que foi ministro, toda vez que dava, ele vinha, nenhuma dificuldade, é ministro como todos os

outros, fala também...

Entrevistador: E só de você falar como todos os partidos participam da pra ver como a emissora é importante pra divulgação...

Entrevistado: Porque não pode dar contra testemunho... não posso falar Giuliano, não posso falar que valorizo a ética, a civismo e falar “ah o Giuliano é da oposição...”

Entrevistador: Não vou colocar...

Entrevistado: não, não. Não tem isso. E se você ouviu dizer alguém que tenha havido, a gente vai lá e dá o espaço pra ele. É evidente que isso também que... O ministro da justiça, vai aparecer mais que o ministro da pesca...né

Entrevistador: é, mas isso é em todas as emissoras, lógico.

Entrevistado: Lógico... Então, mas é...não, não. Saiu todos? Todos. Nenhum... Nem quando a ideologia não bate, por exemplo, nós somos radicalmente contra o aborto, faz parte da...

Entrevistador: Da doutrina...

Entrevistado: Lógico. Não dá pra legalizar o aborto, não dá, lógico... Nem no blog pode ter, nem na vida pessoal fora pode, não dá, então isso não. Tem alguns políticos que são a favor do aborto, tá bom... Nós vamos transmitir um debate tal... ah vai ter os dois lados falando, a gente transmite.

Entrevistador: Com certeza no debate presidencial o tema também vai ser tratado, então...

Entrevistado: Aí não vai cortar, não vai. Eu acho que isso é importante porque é... Eu nunca ouvi uma crítica disso, eu nunca ouvi... Eu já ouvi da Igreja né, de “ah não pode por Candomblé lá!” isso eu já ouvi, agora de um partido não teve espaço, não. Não vamos fazer o apogeu, se o deputado quer falar sobre o aborto não procure a Rede Vida, porque não é, não, não. Que falar sobre projeto, sobre o desenvolvimento da cidade, sem problema nenhum.

Entrevistador: Luís, já tô terminando viu. Espero que você esteja gostando também, pra mim é uma oportunidade única. Sobre parceiros comerciais, grupos televisivos, quais são os principais grupos televisivos afiliados à emissora?

Entrevistado: Legal, é... Cara tem muitas dessas perguntas que envolvem assim mais a parte administrativa, isso São Paulo pode te mostrar melhor do que eu. O que eu posso te passar é... Não é porque eu não queira divulgar, é que eu não tenho contrato aqui, o contrato não fica aqui, se não eu te mostrava, não tem aqui. Hoje nós temos uma

parceria muito forte, que sustenta muito é o pessoal de Redentoristas de Trindade, o projeto do Padre Robson é grande e eles compram o horário, então aqueles programas que tem o Padre Robson na Rede Vida é...

Entrevistador: Ele que banca...

Entrevistado: Ele tem uma associação que compra os horários da Rede Vida. Hoje ele é talvez nosso maior comprador de horário.

Entrevistador: Tá.

Entrevistado: A grande dificuldade e esse é o outro lado da medalha, é que eu não tenho acesso a grandes patrocinadores do mercado publicitário. Eles falam que não podem investir em emissora religiosa. Tá... E a Record? É emissora religiosa ou não é?

Entrevistador: E aí?

Entrevistado: E aí?! Porque eles anunciam na Record e não anunciam com a gente? Lá é emissora religiosa ou não? É que o mercado publicitário diz que não, mas a legislação diz que é, no meu caso a legislação diz que não é.

Entrevistador: Diz que você não é (risos).

Entrevistado: Não é, Ué, eu não sou religiosa, não sou... essa é a grande briga que a gente tinha, eu não sou uma emissora religiosa, não sou. Evidente que como eu tenho valores, as pessoas já te rotulam como religiosa e a percepção acaba sendo essa mesmo. Mas não é uma crise de identidade nossa não, mas a percepção é que é religiosa, então o mercado publicitário não me anuncia porque eu sou religiosa. Tá, mas e o futebol? É religioso? E a culinária, é religioso? O Jornal da Vida é religioso? E a Tribuna é religioso? Os imigrantes, é a novela que eu tenho, é religioso? Então... Mas eu tenho missa e terço todo o dia, isso eu tenho, então eu sou religiosa. A Record não tem o terço mas tem os programas religiosos deles, então... A Bandeirantes, vende o horário religioso...então, é uma emissora religiosa. Então hoje o Padre Robson, com a associação dele compra os horários e algumas coisas são da TV, a missa lá, quando tem missa lá, nós temos interesse. Mas ele não compra a missa ele compra os programas que ele tem.

Entrevistador: E os patrocinadores que não sejam dos canais religiosos, sejam do mercado assim?

Entrevistado: Aquele... O das três às cinco, é aquele de venda de mercadoria, é o tapete persa...

Entrevistador: Medalhão Persa...

Entrevistado: É, Medalhão Persa, eles compram o horário das três às cinco da tarde, todo dia, no fim de semana é a noite das onze às duas...

Entrevistador: Já é de madrugada...

Entrevistado: Eles compram horários, eles são anunciantes bons...

Entrevistador: Você tem noção Luis, de quanto pagam?

Entrevistado: Eu vou revelar pra você... Vou descobrir, já pergunto e vejo, mas eu queria te falar é... Que o Dom Murilo tava na mesa e aí começou a crítica que a Rede Vida, não pode ter um programa desses, Medalhão Persa...

Entrevistador: Por causa de venda de produtos, é...

Entrevistado: Exatamente, aí o Neto falou, “Dom Murilo eu tô recebendo essa critica e eu gostaria de perguntar pro senhor se alguém já chegou e falou pro senhor e falou: tá aqui uma joia pra ajudar na manutenção dos seminaristas? Ele falou: “Não, isso nunca me aconteceu, a gente tem doações, alguém dar uma joia pra manter um seminarista, não”. O Neto falou, “Isso acontece todo dia na Rede Vida, porque toda vez que alguém compra uma coisa tá ajudando indiretamente”. O Dom Murilo falou: “então pode por”

Entrevistador: Mas é verdade...

Entrevistado: É o arcebispo hoje... Ele antes era na verdade de Florianópolis né, essa aconteceu em Florianópolis e depois ele foi transferido pra Salvador. E ele falou: “concordo”. É claro que não é um anúncio que eu quero, eu gostaria de ter anúncio da Nestlé, da Volks, da Toyota, até porque como eles tem uma produção muito bonita dos anúncios, engrandece a programação visual como televisão, né, mas nós não temos... Hoje nosso grande anunciante...

Entrevistador: O pessoal privado, o Medalhão Persa e quem mais?

Entrevistado: O Bradesco faz alguma coisa eventual e os anúncios de Petrobrás, mas esse é tudo de governo né... que, que eles cobrem pra todo mundo né, tem uma cota que eles tem que cobrir pra todo mundo, então inclui a Rede Vida também, Petrobrás e a Nossa Caixa, quer dizer, Caixa Federal..

Entrevistador: De bancos assim, Bradesco e...

Entrevistado: Bradesco e a Petrobrás tem anúncio com a gente também.... É porque essa verba não é da Petrobrás é de governo...

Entrevistador: De governo federal...

Entrevistado: Governo federal...eles que definem quem faz o anúncio...

Entrevistador: Eles são um dos principais patrocinadores que ajudam a bancar a

emissora, vamos dizer assim...

Entrevistado: Exatamente. Mas hoje os dois maiores são o Medalhão e o Trindade.

Entrevistador: E desde quando tem essa parceria, Luis?

Entrevistado: O medalhão faz tempo já, é antigo, já é muito antigo, não sei nem te precisar quando, mas já faz muito tempo que eles estão com a gente. São Paulo hoje, o que tem funcionado muito bem esse programa, saiu no Dinheiro, Isto É dessa semana, um cliente falou que é melhor fazer merchandising na Rede Vida no programa da Cláudia do que na Globo...

Entrevistador: Ah é, vou procurar essa entrevista... e porque ele falou isso?

Entrevistado: Porque o custo benefício é muito melhor né, a gente tem um retorno muito maior com custo menor na Rede Vida... Eu acho que eu apaguei esse e-mail...

Entrevistador: Ah mas tem a revista né, deve ter...

Entrevistado: Pode até aparecer uma besteira, mas, eu to te devendo algumas coisas...

Entrevistador: Mas pode me mandar depois... Pode até mandar as respostas também...

Entrevistado: Vou ver se não tá aqui... É que sabe o que que é, é que eu recebo tanta coisa aqui no e-mail pessoal da TV... Então esse recebi no meu e-mail, vamos ver se ele tiver aqui eu já te mostro... é que hoje de manhã eu fiz a limpeza...

Entrevistador: Se você quiser também me encaminhar depois também...

Entrevistado: Vamos ver se é esse...

Entrevistador: A maioria dos programas Luis é produzido aqui em Rio Preto também, ou não, é em São Paulo, da programação?

Entrevistado: A maioria não sei se da pra te falar, ou não... É que nosso estúdio nós temos um lá em São Paulo...

Entrevistador: O jornal você grava aqui?

Entrevistado: Aqui, é, é. O jornal é aqui. Então hoje, hoje... Não dá pra te falar é...

Entrevistador: é mais ou menos meio a meio assim?

Entrevistado: É bem meio a meio. Sei que eles fazem a parte das onze, das onze até as duas em São Paulo. São Paulo que fica no ar, que eles fazem o terço lá, fazem tudo lá, das onze até as duas é sempre lá. É que... Deixa eu esclarecer.. É que tudo tem que sair de Rio Preto, porque a única geradora que tem é Rio Preto. Então mesmo que eles produzam lá e façam ao vivo lá, tem que fazer... É como uma partida de futebol, a partida pode ser no Japão, na China aonde você quiser, só que tem que mandar pra TV e a TV que joga pro ar... Tá claro isso?!

Entrevistador: Tá, tá, não. Entendi é a geradora.

Entrevistado: Então a produção a feita lá, o Dalcides, Terço com o Padre Juarez e vem a Claudia, tudo em São Paulo, das onze até às duas horas da tarde, ao vivo direto de São Paulo. Eles fazem lá, mandam o sinal pra cá e eu mando pro satélite. A partir das seis da tarde é ao contrário, eu gero o terço aqui, gero o noticiário e gero a missa; paro vou a trindade, volto e vou a São Paulo, aí eu faço a Tribuna de São Paulo, das oito e meia as dez em São Paulo, volto pra Rio Preto que eu faço jornal aqui, daqui é das dez às onze e das onze eu passo a novela. O Medalhão Persa é sempre ao vivo, porque você tem o cara pra comprar...

Entrevistador: Ah sim.

Entrevistado: Então isso é feito em Curitiba, então o satélite eles geram de lá pra cá e eu mando pro Brasil.

Entrevistador: Qual então é o principal produto da emissora hoje? Assim o que te dá mais audiência... Tem como medir isso ou é diversificado?

Entrevistado: Aí poderia te dar uma situação que... Seria melhor eu passar pro Paulo Rubem maior especialista em IBOPE, porque eu, cara nos não conseguimos entender como é que funciona o IBOPE... É São Paulo capital, então muitas das matérias que tem interesse no Rio Grande do Sul, não tem interesse em São Paulo...

Entrevistador: Entendi...

Entrevistado: Então você fala a audiência em São Paulo caiu, mas da Rede Vida caiu? Não.

Entrevistador: Mas, por exemplo, o jornal que você apresenta é o mesmo jornal pro Brasil inteiro? Não é só São Paulo e Rio?

Entrevistado: É, por isso que não faço, hoje eu morreu o Arcebispo de Porto Alegre... Então o meu vai ser de Porto Alegre, porque se não cai a audiência em São Paulo, e aí o que eu vou fazer? Mas o IBOPE, e aí que tá o X da questão, o IBOPE não mede se aumentou a audiência em Porto Alegre, ele mede se eu caí em São Paulo. Então quando você fala, "Qual o programa deu maior audiência?" O Padre Robson tem muita audiência, o Padre Marcelo Rossi eu tenho muito audiência...

Entrevistador: É ele não participou muito da jornada da Juventude né?!

Entrevistado: Mas ele foi no Rio, falou, participou.. É que é um evento que todos queriam, o Fabio de Mello queria, então aí, não queriam deixar ele nadar de braçada. A gente tem que olhar o IBOPE porque é o motivador, mas tem um outro que determina a audiência, eu sei...olha você quer aumentar a audiência?! É só colocar mulher pelada, já

pensou... “Jornal Hoje destaca a peladona, assassinou e matou quatro”, aí beleza, aí vai aumentar sua audiência em São Paulo, o IBOPE sobe... Mas eu não vou buscar isso...

Entrevistador: Mas pelo o que você falou, eu também não sabia que era medido por São Paulo, não parece confiável, não dá pra você ter né...

Entrevistado: Dá porque o mercado publicitário usa ele. Então é essa a regra do jogo meu irmão.

Entrevistador: Tem que tá dentro da regra...

Entrevistado: Tem. Você tem que jogar o jogo... Se o mercado publicitário de São Paulo é o mais forte do país, interessa esse.

Entrevistador: Luis, então só pra terminar, duas perguntinhas... Voltando ainda na contribuição financeira dos patrocinadores, você teria do medalhão, mais ou menos uma noção de quanto é?

Entrevistado: Então...vou perguntar agora...

Entrevistador: Tá e dos outros patrocinadores? Era só isso... E em termos de cristianismo, pra você Luis, o que é cristianismo? E de que maneira você vê a Rede Vida como parte do cristianismo?

Entrevistado: Você fez duas perguntas não?!

Entrevistador: Fiz... Pra você o que o cristianismo e de que maneira...

Entrevistado: Essa é uma pergunta?

Entrevistador:

Isso...

Entrevistado: É melhor eu chamar o Augusto pra responder pra você o que eu vou te dizer é o seguinte...já é uma resposta mais das questões ideológicas né... Você me fez uma pergunta que tá me incomodando essa semana inteira...

Entrevistador: Espero que eu esteja incomodando pelo bem, Luis.

Entrevistado: Claro! Mas não é você é a, é a... é... A pergunta pra você é a seguinte, a porta abre por dentro ou por fora? Porque... Quem abre a porta? É a graça de Deus, você só crê por graça de Deus, não é por sua vontade. Isso eu to falando um pouco de teologia de leigo, não, é... então...pera aí, se eu abrir a porta, essa abre porque eu quero, então ela abre por dentro, não, mas é Deus que abre, não sou eu. Eu só creio, se Deus permite que eu creio... Tudo que eu peça a Deus, ele já sabe o que eu vou pedir, mas se ele não soubesse, ele não era Deus, então ele já sabe antes de eu pedir. Então porque, que ele quer que eu peça?! Ele quer porque a maneira que eu demonstro a minha abertura de porta a fé. Se eu não peço eu não estou me relacionando com Deus e o que ele quer é

relacionamento e relacionamento de amor... Viajei na maionese? É que você perguntou e eu estou te falando então.

Entrevistador: Não, não, é o cristianismo pro Luis.

Entrevistado: Então essa... Então voltando à porta e isso é... Então... Qual é a porta? A porta existe a porta do céu, o que quer dizer isso? É a porta do reino de Deus...”. você tá mais complicando do que esclarecendo meu filho!” Que reino é esse? Da trindade, da santíssima trindade, ah, mais aí, mais aí encrespou de vez, aí não pode, eu creio em Deus que não é um Deus... Não, é mais ou menos igual um dado. Um dado, quantos dados você tem quando você tem um dado? Quer dizer lado...você tem um dado, quantas faces tem? Seis. Não, você tem um dado. Um triângulo, quantos triângulos você tem?

Entrevistador: Você tem um que tem três...

Entrevistado: Então você tem três triângulos?

Entrevistador: Não, você tem um triângulo.

Entrevistado: É, então fica muito complicado de entender isso... E quanto mais eu mergulho pra entender o que é cristianismo pra mim, mais eu complico a vida, porque o que eu tenho no evangelho não é o que você tá fazendo...porque você está gravando, depois...porque se você não gravou daqui a dez anos você vai lembrar o que eu falei?

Entrevistador: Na hora que eu chegar em casa já não...

Entrevistado: Vai lembrar uma frase ou outra que eu tenha dito, mas literalmente pra você escrever, textualmente, como é o evangelho, que escreveu 10 anos, 60 anos depois, vai me dizer literalmente o que Jesus falou? Não tem como, porque, não tava com gravador, Cristo não pode ter falado exatamente, como o cara falou, não dá... Eu não acredito nisso. O evangelho não pode ser um documento igual o que você tá fazendo...

Entrevistador: Não, não.

Entrevistado: Essa concepção de cristianismo que eu to querendo expor, o cristianismo que eu vejo é o que eu tenha que aprofundar a minha relação com Cristo pra entender a Santíssima Trindade. e como não é uma questão de entendimento mas uma questão de crença e fé, essa é a grande dificuldade e a conversão diária que eu tenho que fazer. Como? Reza todo dia meu filho, reza todo dia, reza todo dia, é isso assim... Isso é o cristianismo, muito difícil, aliás, quero acrescentar uma frase que gosto muito... “É um amigo muito difícil, ele quer que eu perdoe, que eu converse com um cara que eu nunca vi na vida, que eu trato bem pessoas que me encham o saco, que aquele cara que me tratou mal que eu tenha que perdoar”... Ei amiguinho difícil né?! Amiguinho muito

complicado... **Entrevistador:** Mas se a gente não crer...

Entrevistado: Essa é a fé, a fé tá aí... Muito difícil você ter que perdoar...perdoar também a gente né, não é só perdoar os outros, é perdoar as cagadas que a gente faz.

Entrevistador: E a gente faz né!...

Entrevistado: quanto mais velho, mais a gente...

Entrevistador: Mais a gente faz é?!

Entrevistado: Meu deus do céu!! Pô eu não posso falar isso pro cara, fui mal educado. Muito difícil. O cristianismo é entender que o Cristo é a porta, a porta é o reino de Deus, a porta do céu, a porta da vida eterna, e essa porta me faz com que eu entenda e aprofunde o conhecimento da Santíssima Trindade. Porque Deus é o amor e só tem o mediador até mim que é Cristo, e essa mediação é feita por experiência. Existe essa conversão diária, depois você faz essa bobagem de maltratar os outros... É da natureza humana e tem que consertar todo dia. Com relação à segunda pergunta o cristianismo pra Rede Vida?!

Entrevistador: Pra Rede Vida...Como você vê a Rede Vida como parte do Cristianismo?

Entrevistado: Eu não vejo como parte, eu vejo como instrumento que tá a serviço da igreja, da fé, das pessoas, dos movimentos, todos os movimentos a gente respeita, todos a gente quer incentivar o que a gente tem, tem espaço pra todo mundo aqui, não é que a gente é parte, nós somos instrumentos para fomento dessa fé. E fé também do respeito às diferenças, as divergências, respeito, tratando muito bem a outras religiões, quem tem fé... Eu quero separar, não é que a gente faz parte, a gente quer estar a serviço. A gente está a serviço da CNBB, tá a serviço dos carismáticos, tá a serviço dos leigos, tá a serviço, e não tem restrição. E eu quero acrescentar mais uma coisa nessa história aí, quando tem custo, o custo tem que ser deles também, não pode ser só meu. Pra gerar um link subir o link, mandar equipe, tem que bancar, não cai do céu, é serviço, é trabalho mesmo, todo mundo aqui é remunerado, todos, todos.

Entrevistador: Por isso que essa parceria sempre tem que dar certo, não pode pesar mais pro seu lado, nem pesar mais... Sem contar que vocês já tiveram todo o trabalho de criar a TV...

Entrevistado: Televisão é um bicho caro por causa disso, não tem coisa barata, câmera é cara, equipamento é caro, àquela hora eu atendi o telefone quem caiu o nosso link, caiu nosso link em São Paulo e estragou. Então nós temos um link aqui, pode ir pra São Paulo? Pode, ué.

Entrevistador: Eu imagino pra instalar TV HD, programação HD...

Entrevistado: E aqui você tem comunicação direta com todo mundo Luis, com todo pessoal onde tem retransmissor de sinal... Você não perguntou, mas o grande desafio hoje é a internet...

Entrevistador: Eu vi que vocês fizeram uma remodelação do site que ficou muito legal.

Entrevistado: Mas ainda tá muito ruim, a gente não consegue assistir todos os vídeos, um dia assiste um, outro dia não assiste o outro...

Entrevistador: Tá em fase de desafios futuros, como projeto...

Entrevistado: Não é futuro não...

Entrevistador: É diário...

Entrevistado: O que aconteceu, nós contratamos uma empresa pra fazer, o cara responsável teve um problema pessoal de saúde, e não conseguiu concluir o projeto. Morreu o projeto e tivemos que contratar outra empresa. Esse projeto da internet não é uma questão da Rede Vida, todo... Nós estávamos na canonização do papa e nós entramos no site pra ver ao vivo, é que o sinal, o sistema ainda tá com muita... Internet quem faz os programas promete pra segunda, terça, quarta, quinta, janeiro, fevereiro, março, abril...

Entrevistador: A meta é que tudo que passa na TV, tudo esteja disponível na internet rápido...

Entrevistado: Tem que ter, hoje tem que ter, porque as pessoas querem assistir a hora que elas querem e eu tenho que fazer a programação, “ah, você quer que horas? Então vou por a missa às duas da tarde”...

Entrevistador: Às vezes a pessoa perdeu a missa e vai lá assistir depois...

Entrevistado: Com relação especificamente à missa, eu tenho uma observação. A missa na Rede Vida não é programa. Não pode ter reprise. Porque ela é um ato de consagração, não sei se tô falando besteira, não pode ser um programa, corta aqui, edita ali, e a missa pra gente ela tem que ser ao vivo, a consagração é ao vivo. Toda missa na Rede Vida não tem essa questão de gravar e soltar depois, então não é tanto essa questão da internet, o terço pode assistir a hora que você quiser, a missa não. A pessoa pode assistir a missa, tem que pegar.

Anexo B - Ata de encontro entre a ex-secretária de Comunicação Social da Presidência da República Helena Chagas com Mauro Dias - Vice-diretor da Rede Vida de Televisão.



Presidência da República
 Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República
 AGENDA DA MINISTRA DE ESTADO-CHEFE
 Helena Chagas

Segunda-feira
 07 de outubro de 2013

- 10h30** Dom Orani - Arcebispo da Cidade do Rio de Janeiro e Presidente do Conselho da Rede Vida de Televisão
 Mauro Dias - Vice-Presidente Executivo Rede Vida de Televisão
- 11h30** Claur Luiz Santos - Superintendente Nacional de Marketing e Comunicação da CEF
- 16h00** Despacho interno

Anexo C – Discurso do ex-presidente José Sarney no dia da posse de seu secretário de gabinete Augusto Marzagão - 23 de Junho de 1989.



Presidência da República
 Casa Civil
 Secretaria de Administração
 Diretoria de Gestão de Pessoas
 Coordenação – Geral de Documentação e Informação
 Coordenação de Biblioteca

POSSE DO SECRETÁRIO PARTICULAR
 DO PRESIDENTE JOSÉ SARNEY,
 AUGUSTO MARZAGÃO

Palácio do Planalto
 23 de junho

«Não basta consolidarmos as instituições democráticas. É necessário criarmos uma sociedade democrática.»

Antes de encerrarmos esta solenidade eu quero dizer que quis marcá-la com essa reunião singela para expressar

277

a minha gratidão ao Dr. Augusto Marzagão, pelo fato de ter aceito o convite para vir colaborar conosco nestes últimos meses do Governo. Ele dá ao País um grande exemplo. O exemplo de que os interesses menores não se sobrepõem aos interesses maiores do dever nacional.

Para isso, para trabalhar pelo País, nós devemos sempre ter presente aquilo que está expresso num provérbio inglês que tem a sabedoria dos tempos: só tem tempo quem não tem tempo.

Na verdade o Dr. Augusto Marzagão vem colaborar conosco para multiplicar os minutos, as horas, os nossos dias, para que o processo da transição democrática se possa concluir sem traumas, dentro de um clima de ordem e, sobretudo, de consolidação de uma sociedade democrática.

Anexo D - CNPJ da Fundação Educadora de Comunicação (FEC)



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL			
CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA			
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 05.321.575/0001-20 MATRIZ		COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL	
		DATA DE ABERTURA 16/03/1970	
NOME EMPRESARIAL OBRAS SOCIAIS DA DIOCESE DE BRAGANCA			
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) DIOCESE DE BRAGANCA			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 94.91-0-00 - Atividades de organizações religiosas ou filosóficas			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS Não informada			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 399-9 - ASSOCIAÇÃO PRIVADA			
LOGRADOURO PC DA CATEDRAL	NÚMERO 368	COMPLEMENTO	
CEP 68.600-000	BAIRRO/DISTRITO CENTRO	MUNICÍPIO BRAGANCA	UF PA
ENDEREÇO ELETRÔNICO		TELEFONE	
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****			
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA		DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 28/08/2004	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL			
SITUAÇÃO ESPECIAL *****		DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

Anexo E – Consulta de sócios administradores da empresa Medalhão Persa



Consulta Quadro de Sócios e Administradores - QSA

CNPJ: 01.926.337/0001-97
NOME EMPRESARIAL: MEDALHAO PERSA LTDA
CAPITAL SOCIAL: R\$ 1.000.000,00 (Hum milhão de reais)

O Quadro de Sócios e Administradores(QSA) constante da base de dados do Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) é o seguinte:

Nome/Nome Empresarial:	MASOUD JAFARI
Qualificação:	49-Sócio-Administrador

Nome/Nome Empresarial:	YOUSSEF AMIRKIAI
Qualificação:	22-Sócio

Para informações relativas à participação no QSA, acessar o E-CAC com certificado digital ou comparecer a uma unidade da RFB.

Emitido no dia 12/04/2015 às 21:50 (data e hora de Brasília).

[Voltar](#)

REFERÊNCIAS

ASSMANN, Hugo. **A igreja eletrônica e seu impacto na América Latina**. Petrópolis: Vozes, 1986.

ASSOCIAÇÃO DOS PIONEIROS DA TV. PRÓ-TV. Disponível em: <<http://www.museudatv.com.br/protv>>. Acesso em: 02 jul. 2014.

ASSOCIAÇÃO DO SENHOR JESUS. Disponível em: <<http://www.asj.org.br/>>. Acesso em: 03 jul. 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva. 2004.

BARROS FILHO, João Monteiro. **O que é INBRAC**. 2. ed. São Paulo: INBRAC; 2003.

BENEDETTI, Luiz Roberto. **Templo, praça, coração: a articulação do campo religioso católico**. São Paulo/Humanitas/FAPESP, 2000.

BERGER, Peter Ludwig. **O dossel sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião**. 6.ed. São Paulo: Paulus, 1985.

BERTOTTO, Claudio. **Mediações e recepções midiáticas da religião: movimento "Canção Nova"**. 2010. 158 f. Dissertação de mestrado em ciências sociais. PUC. São Paulo, 2010.

BOURDIEU, Pierre. **Economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1974.

_____. **O poder simbólico**. Fernando Tomaz (Trad.). Lisboa: DIFEL, c1989. (Coleção Memória e Sociedade).

BRAGA, Antônio Mendes da Costa. **TV Católica Canção Nova: “providência e compromisso” X “mercado e consumismo”**. *Religião & Sociedade*. Rio de Janeiro, r, v. 24, n 1. 2004.

CALDAS, Maria da Graças Conde. **O Latifúndio do Ar** - Mídia e Poder na Nova República. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco - UMESP, 2011.

CARRANZA, Brenda. **Catolicismo midiático**. Aparecida: Ideias & Letras, 2011.

CENTRO DE PESQUISA E DOCUMENTAÇÃO DE HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA DO BRASIL. Disponível em <www.cpdoc.fgv.br>. Acesso em: 29 jul. 2014.

COMUNIDADE CANÇÃO NOVA. Disponível em: <www.cancaonova.com>. Acesso em: 09 out. 2014.

CONCÍLIO VATICANO II. 1962-1965. **Decreto Inter Mirifica**. Disponível em: <www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vatii_decree_19631204_inter-mirifica_po.html>. Acesso em: 02/07/2014.

CUNHA, Magali Nascimento. **As igrejas e o uso do rádio e da televisão: a formação de uma nova cultura religiosa**. In: Beozzo, José Oscar. (Org.). **Comunicações, ética e cidadania**. São Paulo: Paulus, 2005. p. 89-114.

DELLA CAVA, Ralph; MONTERO, Paula. **E o verbo se faz imagem: Igreja Católica e os meios de comunicação no Brasil, 1962-1989**. Petrópolis: Vozes. 1991.

DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO. Disponível em: <www.jusbrasil.com.br/bem-vindo>. Acesso em: 27 abr. 2015.

DONOS DA MÍDIA. Disponível em: <www.donosdamidia.com.br>. Acesso em: 06 out. 2014.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1986.

ELEIÇÕES 2014. Disponível em: <www.eleicoes2014.com.br>. Acesso em: 05 out. 2014.

ESTADÃO. Disponível em: <www.estadao.com.br>. Acesso em: 14 jul. 2014.

FAZENDA DA ESPERANÇA. Disponível em: <www.fazenda.org.br>. Acesso em: 15 jul. 2014.

FOLHA DE SÃO PAULO. Disponível em: <www.folha.uol.com.br>. Acesso em: 03 jul. 2014.

FRESTON, Paul. **Os evangélicos na política brasileira: história ambígua e desafio ético**. Curitiba: Encontro, 1994.

IBMC. (Instituto Brasileiro de Marketing Católico). Disponível em: <<http://www.ibmc.com.br>>. Acesso em: 03 jun. 2014.

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE SÃO PAULO. Disponível em: <www.jucesp.fazenda.sp.gov.br>. Acesso em: 09 jul. 2014.

LIMA, Eduardo de Campos. **Formação da Rede Vida de Televisão: entre a política brasileira de concessões televisivas e as diretrizes católicas de comunicação social, 1989-1995**. 2010. 170 f. Dissertação de mestrado – UNESP. Faculdade de Ciências e Letras de Assis, 2010. UNESP Assis. 2010.

LIMEIRA, Michele Boff da Silva. **Telejornalismo na Rede Vida - da comunicação institucional à comunicação dialógica e plural**. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, Rio de Janeiro. 2005

MARIANO, Ricardo. Usos do marketing por neopentecostais e católicos. **Nova Fase**. Brasília, nº 3/4, p. 61-72. 1998.

_____. **Crescimento pentecostal no Brasil:fatores internos**. **REVER** (PUCSP. Online), v. 4, p. 68-95, 2008.

_____. **Expansão pentecostal no Brasil: O caso da Igreja Universal**. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 52, 2004, p. 121-138.

_____. **Neopentecostais:sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. São Paulo: Loyola, 1999.

_____. **Renovação carismática católica:movimento mágico, moralista e proselitista**. **Plural**, 5, 196-200, 1 sem. 1998.

MARIZ, Cecília Loreto. **A Rede Vida: o catolicismo na TV.** Cadernos de Antropologia e Imagem. Rio de Janeiro, v. 7, nº 20, 41-51 1998.

MARQUES, Luís Henrique. **Rede Vida de Televisão: análise da prática comunicacional da igreja católica a partir de um referencial.** Dissertação (Mestrado) – Unesp, Bauru, 1999.

MATTOS, Sérgio. **A televisão e as políticas regionais de comunicação.** INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação / GT Televisão, 1997, Salvador – São Paulo.

MEDALHÃO PERSA. Disponível em: <<http://www.medalhaopersa.com.br>>. Acesso em: 30 jul. 2014.

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. Disponível em: <www.observatoriodaimprensa.com.br>. Acesso em: 09 mar. 2015.

O DIÁRIO. Disponível em: <www.odiarioonline.com.br>. Acesso em: 24 jul. de 2014.

ORO, Ari Pedro. 1996. **Ação evangélica, reação católica.** Petrópolis: Vozes, 1996. 129p.

PESSINATTI, Nivaldo Luiz. **Políticas de Comunicação da Igreja Católica no Brasil.** Petrópolis: Vozes, 1998.

PIERUCCI, Antônio Flavio & PRANDI, Reginaldo. **A realidade social das religiões no Brasil.** São Paulo: Hucitec, 1996.

PORTAL DOS JORNALISTAS. Disponível em: <www.portaldosjornalistas.com.br>. Acesso em: 15 fev. 2015.

PRANDI, Reginaldo. **Um sopro do espírito: a renovação conservadora do catolicismo carismático.** São Paulo: Edusp/Fapesp, 1997.

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

RASLAN FILHO, Gilson Soares. **Dai-me almas. O pastoreio midiático da TV canção nova.** Doutorado em ciência da comunicação. São Paulo, USP, 2010.

REDE VIDA. Disponível em: <www.redevida.com.br>. Acesso em: 25 jul. 2014.

RECEITA FEDERAL. Disponível em: <www.receita.fazenda.gov.br/pessoajuridica/cnpj/cnpjreva/cnpjreva_solicitacao.sap>. Acesso em: 30 jul. 2014.

REVISTA “TUDO DE BOM”. Disponível em: <www.revsitadodebom.com.br>. Acesso em: 21 jul. 2014.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Políticas de comunicação da igreja católica**. Tempo e presença: Rio de Janeiro, 1988.

SOUZA, André Ricardo. **As investidas católicas na mídia**. **REVER (PUC-SP)**, v. 9, p. 27-45, 2008.

_____. **Igreja Católica e mercados: a ambivalência entre a solidariedade e a competição**. **Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 27, n. 1, Julho 2007, p.

_____. **Igreja in concert: padres cantores, mídia e marketing**. São Paulo: Annablume e FAPESP, 2005.

_____. **O empreendedorismo econômico neopentecostal no Brasil**. **Ciências Sociais e Religião**, v. 13, nº 15, p. 13-34, 2011.

_____. **Os modelos de comportamento econômico com referências cristãs e implicações políticas no Brasil**. Relatório Científico (Pós-Doutorado) -- Faculdade de Ciências Sociais. São Paulo. PUC-SP. 2009.

SOUZA, André Ricardo; PLACERES, Giulliano; MORENO, Pedro Augusto. **A jornada mundial da Juventude como um produto católico de turismo e televisão**. Trabalho apresentado no VII Congresso Internacional de Ciências da Religião. Goiânia, PUC-GO, entre 8 e 11 de abril de 2014.

SAINSAULIEU, Renaud; KIRSCHNER, Ana Maria. **Sociologia da Empresa: cultura, poder, organização e desenvolvimento**. 1ªed. Rio de Janeiro: DPA, 2006.

STADNIK, Célia. **Os grupos e os veículos de comunicação ligados às redes nacionais de televisão.** PUC-RS. Porto Alegre, nov. 1994.

SWEDBERG, Richard. **Max Weber e a idéia de sociologia econômica.** Rio Janeiro. Editora UFRJ, 2005.

WEBER, Max. **A psicologia social das religiões mundiais. In: Ensaio de sociologia.** Rio de Janeiro, Zahar, 1971.