

A renovação popularizadora católica*

André Ricardo de Souza**

Resumo: Na década de 1990, a Igreja Católica teve intensificada a concorrência no mercado religioso brasileiro. Isso provocou primeiro o fortalecimento da Renovação Carismática Católica (RCC) e depois a valorização da música, da dança, das “missas-espetáculo”, num processo de *renovação popularizadora*. Diferente da RCC, a renovação popularizadora não é um movimento orgânico de leigos, mas uma nova forma de reação católica ao mercado religioso, centrada nos chamados padres cantores. Padre Marcelo Rossi é a figura central dessa outra renovação em curso na Igreja Católica, que também é marcada pelo uso intenso de técnicas de *marketing*.

Palavras-chave: Igreja Católica; mercado religioso; *marketing* católico; padres cantores; Renovação Carismática Católica.

Além da renovação carismática

O catolicismo viveu nas três últimas décadas o crescimento de um segmento que atraiu atenção de pesquisadores: a Renovação Carismática Católica. É um movimento típico de classe média, conforme assinalou Reginaldo Prandi (1997). Os carismáticos têm renda e escolaridade maiores do que a média dos demais católicos. A Renovação Carismática incentiva a leitura, sobretudo dos próprios autores carismáticos, e promove palestras, cursos e seminários. Há precedência para a emoção, bastante

* Trabalho apresentado no XII Congresso Nacional dos Sociólogos, Curitiba, 1 a 4 de abril de 2002.

** Mestre e doutorando em sociologia pela Universidade de São Paulo.

expressa corporalmente, mas não deixa de ser um movimento intelectualizado. Isto é, a Renovação Carismática produz e reproduz uma linguagem elaborada, levando-se em consideração os baixos padrões de escolaridade dos católicos e da população em geral.

A promessa da cura tem papel fundamental no pentecostalismo e é importante também na Renovação Carismática. As “missas de libertação”, celebrações em que se enfatiza a cura, junto com as reuniões dos grupos de oração e os cenáculos¹, são os pilares da vida religiosa carismática. Apesar de o diabo também figurar no imaginário dos católicos carismáticos (CARRANZA, 1998), não se atribui nitidamente a causa do mal a uma figura externa ao indivíduo. Isto é, na Renovação Carismática, o mal é tido como desequilíbrio do próprio indivíduo por distorção, limitação ou ausência de fé. Muitas doenças físicas são concebidas como decorrência de problemas psíquicos, para os quais a fé carismática seria o antídoto. Entretanto, com o agravamento dos problemas sociais, sobretudo o desemprego, muitas pessoas estão recorrendo às religiões em geral para a busca de soluções. Sobretudo as pessoas mais pobres e menos escolarizadas procuram no serviço religioso a terapia, a orientação e o encorajamento que lhes faltam. Muitos fiéis levam água, sal e objetos pessoais para serem abençoados nos diversos templos que as cidades apresentam. A Renovação Carismática, que evidentemente não está alheia a tudo isso, vem procurando responder a essas demandas de modo heterogêneo, segundo as especificidades locais e o carisma de seus líderes, em especial dos sacerdotes. A Renovação apropriou-se e tem feito uso de elementos do catolicismo tradicional popular, resgatando e reelaborando símbolos e práticas como a reza do terço, as novenas e a procissão com o ostensório portando a hóstia sagrada, o Santíssimo Sacramento, que representa o próprio Jesus Cristo. Nas missas de libertação, a procissão do Santíssimo pela igreja, conduzido pelo padre, é o momento de êxtase maior.

A maior parte da população que procura as religiões nos momentos de aflição não é familiarizada com a terminologia e o conteúdo doutrinário dominados pelas pessoas com vivência religiosa internalizada. Para esse contingente que vem de fora, faz

A renovação popularizadora católica

André Ricardo de Souza

¹ Encontros anuais por ocasião da data festiva de Pentecostes, a vinda do Espírito Santo aos apóstolos de Jesus Cristo, narrada na Bíblia. Os cenáculos são feitos de pregações, testemunhos, apresentações musicais e missa carismática, durante um dia inteiro, em estádios de futebol ou ginásios de esporte.

² A assimilação de elementos mundanos, neste contexto, se refere sobretudo ao caráter de *show*, de espetáculo que as missas assumiram.

³ É emblemático o caso da neopentecostal Igreja Renascer em Cristo, especialmente voltada para o público juvenil. Essa denominação é conhecida por promover *shows* de música gospel e a já conhecida Marcha para Jesus, que desde 1992 reúne anualmente milhares de jovens em blocos na rua, como se fosse um desfile de carnaval.

⁴ No mercado religioso brasileiro, a Igreja Católica vem enfrentando principalmente o crescimento pentecostal, com destaque para denominações neopentecostais, que oferecem de modo bem-sucedido seus serviços religiosos (MARIANO, 1999 e 2001).

sentido e portanto tem efeito atrativo uma mensagem simples e direta. A música e a dança aí se encaixam como luvas, macias e gostosas, afinal, prazer não é necessariamente pecado. Isso mesmo, por que não ligar fé e entretenimento?

A música e a dança já dão o tom ao rito católico há tempos, embalando principalmente o público jovem. O que se começou a fazer nos últimos anos foi assimilar ritmos, coreografias e práticas mundanas, de modo mais intenso, tal como tem sido feito em algumas igrejas evangélicas, explicitamente². Os carismáticos parecem ter aprendido com os pentecostais a trazer elementos do mundo secularizado para dentro da igreja, dando às suas formas o conteúdo religioso, dessa vez católico³. Por isso encontramos hoje acampamento, rodeio, barzinho, quadrilha, carnaval, aeróbica, tudo “de Jesus”.

Os carismáticos ganharam terreno e sinal verde para se expandir conforme a Teologia da Libertação entrou em refluxo. Além desse êxito, à medida que o afastamento de fiéis e a ameaça neopentecostal se tornaram evidentes, eles passaram a falar não mais só em nome de seu movimento, mas sim da *Igreja Católica como um todo*. Tendo sido praticamente superada a barreira imposta pela ala politizada no interior da Igreja, o desafio passou a ser o de reagir contra a concorrência evangélica, sobretudo⁴. Ao defender a Igreja Católica, o Movimento Carismático passou a falar a mesma língua de outros movimentos da Igreja e do catolicismo em geral. Especialmente para os clérigos, sempre lembrados de seu dever de obediência ao papa, é mais fácil se autoproclamar católico do que carismático. Falar em “diversidade na unidade” e explicitar a fidelidade à instituição sediada no Vaticano parece mais conveniente do que alimentar a identidade de um movimento interno, o que no limite poderia levar ao nascimento de uma outra Igreja, algo sempre difícil e traumático. A idéia de unidade frente à concorrência religiosa externa propiciou a formação de um *novo orgulho de ser católico*. Assim surgiu o *slogan* “Sou feliz porque sou católico”, popularizado principalmente através dos adesivos para carro. O personagem central dessa *outra* renovação em curso na Igreja Católica, sem dúvida, é padre Marcelo Rossi.

As missas do Padre Marcelo

A renovação popularizadora
católica
André Ricardo de Souza

Marcelo Mendonça Rossi foi ordenado padre em 1 de dezembro de 1994, aos 27 anos de idade, e passou a chefiar a paróquia Nossa Senhora do Perpétuo Socorro e Santa Rosália, da diocese de Santo Amaro, na Zona Sul de São Paulo. Lá ele já atuava como diácono, costumava abençoar água, óleo e objetos, além de distribuir medalhinhas de São Bento e ungir a fronte de cada pessoa que assistisse às missas. Era conhecido pelo modo alegre e coreografado com que conduzia as celebrações. Além de animado, padre Marcelo é considerado bonito e comunicativo, ou seja, um padre ideal para atrair e interagir com a multidão de fiéis que estava afastada da Igreja Católica, alguns aderindo ou prestes a abraçar outra religião. O padre celebrava as “missas de libertação”, como outro presbítero carismático qualquer, com o total apoio do bispo local, dom Fernando Figueiredo.

As missas de libertação do padre Marcelo aconteciam às quintas-feiras, de manhã, tarde e noite, e aos sábados, à tarde. Logo, o padre se tornou bastante conhecido e já em 1997 suas missas especiais reuniam por volta de 5.000 pessoas. Àquela época, o templo ainda estava em construção e depois de pronto teria capacidade para apenas seiscentas pessoas. Milhares de fiéis vinham de bairros e municípios periféricos da Região Metropolitana, em busca de cura e outras graças. A rua se tornava uma extensão da igreja e a celebração acabava acontecendo parcialmente a céu aberto. Os devotos fechavam a rua e ouviam as missas através de caixas de som. A sede da paróquia fica no Jardim Prudência, bairro de classe média, com muitos prédios residenciais ao redor da igreja. Junto com os fiéis vinha também um exército de ambulantes que acabava deixando sujas as ruas, apesar do esforço da equipe de trabalho da paróquia para limpar e organizar o espaço ocupado. Além disso, o trânsito ao redor ficava bastante congestionado e as pessoas tinham dificuldade para entrar em casa com seus carros. Incomodados e argumentando até desvalorização de seus imóveis por causa do transtorno causado, os vizinhos protestaram, ameaçando fazer abaixo-assinado e instaurar ação judicial para que as missas do padre Marcelo fossem removidas daquele lugar.

O público freqüentador das missas do padre Marcelo foi crescendo à medida que ele ganhava fama. Ao longo de 1997, muitas pessoas passaram a seguir o padre por onde ele fosse se apresentar, celebrando missas ou apenas cantando. Nessa época, ele já recebia cerca de 3.000 cartas por mês. Uma verdadeira legião de fiéis ou fãs estava em formação. Em 2 de novembro do mesmo ano, feriado de Finados, ele foi o principal responsável pela atração de 100.000 pessoas para um encontro chamado “Sou feliz porque sou católico”, no estádio do Morumbi, feito nos moldes de um cenáculo. Muitas pessoas ficaram de fora do estádio, acompanhando o evento por um carro de som (*Renovação Carismática*, dezembro de 1997). Convites para apresentar programas de rádio e televisão foram aparecendo e Marcelo Rossi foi aceitando. Afinal, essa era a forma de atingir mais pessoas com sua mensagem, entrando na casa delas pela mídia eletrônica. Àquela época, ele já apresentava programas nas rádios América e Jovem Pan e na Rede Vida de Televisão.

Toda essa divulgação só fazia aumentar a procura de fiéis pelas missas e, conseqüentemente, as queixas dos vizinhos também. A opção foi alugar outro espaço, um local de *shows* musicais e danças, com capacidade para 20.000 pessoas, na época conhecido como Gonzagão, no bairro de Santo Amaro. A primeira celebração naquele local aconteceu na manhã de 12 de fevereiro de 1998 e contou com a participação de um público estimado em 10.000 pessoas, sendo cerca de 90% de mulheres que levavam carteiras de trabalho dos maridos e filhos desempregados, além de garrafas de água, sal, óleo, fotos e roupas de parentes doentes para serem *abençoados, tal como acontece nos velhos santuários milagreiros* do catolicismo tradicional popular. O padre justificou o uso daquele lugar para a realização das missas: “Esse local transformou-se de palco em altar, de lugar de *shows* em lugar santo”. Durante a missa falou da esperança na obtenção de milagres, da presença dos anjos no local, da prevenção contra o “maligno” e da fé em Nossa Senhora (*O Estado de S. Paulo*, 13/2/1998). As missas aconteciam naquele local às quintas-feiras pela manhã e à tarde.

Padre Marcelo encarna a figura do bom moço que deixou os prazeres da vida secular para se dedicar ao sacerdócio e ao celibato, e para muitos “está trazendo os católicos de volta”. Ele utiliza frases

curtas e exemplos facilmente compreensíveis: “Jesus é o caminho, eu sou apenas a seta que aponta para esse caminho”. Discursa relativamente pouco em suas pregações, tratando muito mais de questões pessoais e familiares do que sociais e políticas. Brinca com sua platéia, canta e dança bastante. Membros do clero e estudiosos do catolicismo dizem que ele vem tornando essa religião algo *light*, fácil de entender e de seguir. Isso parece tornar-se evidente, também, através de algumas músicas gravadas em seus CDs, em que são aproveitados ritmos populares, como o vira português, em refrões que até lembram sucessos infanto-juvenis, como os da cantora Xuxa, por exemplo⁵. Marcelo Rossi facilitou o canto e a reza também. O terço, comumente rezado nos grupos de oração carismáticos ou então antes das missas, ganhou uma nova versão mais simples: o terço bizantino. Padre Marcelo tem um livro e um CD com este título. O terço bizantino, chamado de *cikotki* pela tradicional liturgia bizantina, que o padre propala, é na verdade uma simplificação do terço ou rosário de Nossa Senhora, com 110 contas em vez de 165. Sua duração é de aproximadamente dez minutos, contra trinta do terço da liturgia ocidental. Nessa versão não são contados os chamados mistérios, fatos bíblicos da “história da salvação”, que devem orientar a contemplação do fiel na oração. O que se faz é repetir várias vezes a mesma jaculatória, uma frase curta em forma de prece: “Jesus me ajude; Jesus me cure; eu te amo, Jesus; fique comigo, Senhor; obrigado, Jesus”. Padre Marcelo afirma que a reza do terço bizantino tem poder curativo, pois o fato de repetir várias vezes faz com que “nossa mente seja envolvida por aquilo que estamos falando”. Segundo o padre, as pessoas dizem coisas negativas para elas mesmas e por isso ficam deprimidas e doentes, e a reza do terço pode levá-las a ter um sentimento mais positivo a respeito de si mesmas. Ou seja, o terço bizantino seria um instrumento de promoção de auto-ajuda, porém com a bênção divina.

Com a popularidade crescente do padre Marcelo, o Gonzagão logo se tornaria pequeno também para a massa que freqüentava suas missas. Ele gradativamente se tornava uma vedete para além dos limites da Igreja Católica⁶. Críticas dentro da Igreja apareciam veladamente aqui e acolá, mas dom Fernando Figueiredo sempre

A renovação popularizadora católica

André Ricardo de Souza

⁵ Alguns católicos carismáticos que entrevistei disseram que várias músicas cantadas por padre Marcelo já eram há bastante tempo conhecidas na Renovação, “padre Marcelo não inventou nada, porque tudo que ele faz já existia na Renovação. O que acontece é que ele foi descoberto pela mídia”. (José Guilherme, 20, coordenador do grupo de jovens da paróquia Santa Rosália e Nossa Senhora do Perpétuo Socorro, de padre Marcelo).

⁶ Vedete é um termo usado bastante pelo antropólogo Edgar Morin (1967) para se referir a uma atração de público utilizada pela indústria cultural.

defendia e apoiava as investidas do padre famoso, participando ao lado dele em vários eventos. O bispo católico só deve obediência de fato ao papa e, no caso particular de dom Fernando, bem situado no arranjo político atual do episcopado brasileiro, o poder é ainda maior. Padre Marcelo sempre mencionou esse respaldo: “O meu bispo dom Fernando me apóia...”. Firmou-se assim um casamento perfeito, pois o sucesso do padre revertia em prosperidade para a diocese e sucesso para seu bispo também.

Com essa força, Marcelo Rossi partiria para outra empreitada, alugar um espaço ainda maior. E assim o fez. Em 31 de maio de 1998 celebrou a primeira missa no galpão de uma antiga fábrica desativada, em Interlagos, para um público presente estimado em 40.000 pessoas. O novo espaço, com 20.000 m², foi oficialmente inaugurado na manhã do domingo seguinte, 7 de junho, com a presença de dom Fernando Figueiredo, e foi batizado como Santuário do Terço Bizantino. As missas passaram a ser celebradas ali às quintas-feiras, pela manhã e à noite, e também aos domingos, de manhã e à tarde. Posteriormente, um corpo de cerca de novecentos voluntários seria formado para trabalhar no santuário. Segundo me contou Flávio Andrade, coordenador da Renovação Carismática na Diocese de Santo Amaro, há autonomia de trabalho na estrutura montada ao redor do padre Marcelo, em relação ao Movimento Carismático: “O trabalho dele é coisa dele, com uma diretriz própria”. No Santuário do Terço Bizantino formaram-se grupos pastorais, independentes da paróquia do padre. Foi o que me contaram, aparentemente sem ressentimento, os membros do grupo de oração que se reúnem na sede da paróquia.

O santuário comportava mais gente até do que a Basílica de Aparecida, capital da fé católica, com capacidade para 30.000 pessoas, aproximadamente. Cinco meses antes, no dia 1 de fevereiro de 1998, antes mesmo de o padre Marcelo transferir suas missas da igreja de origem, foi inaugurado o maior templo da Igreja Universal do Reino de Deus em São Paulo. Foi construído para receber até 10.000 pessoas sentadas, dispondo também de espaços para estacionamento, berçário, escola bíblica e uma loja para vender bíblias e produtos ligados à igreja. O que confere relevância maior a isso é o fato de o templo se situar no bairro de Santo Amaro,

muito próximo do local onde viria a ser instalado o Santuário do Terço Bizantino. No santuário do padre Marcelo também foram montados estacionamento e pequenas lojas de bíblias, terços e produtos ligados à fé católica, sobretudo livros, CDs e fitas de videocassete relacionados ao padre comunicador. Para lá foi também a legião de ambulantes vender informalmente uma profusão de artigos nas ruas do lado de fora⁷. A instalação ironicamente próxima, de ambos os templos, foi mais uma batalha da tal “guerra santa”.

Posteriormente, em 8 de abril de 2001, o padre Marcelo celebraria a missa que marcou a transferência do Santuário do Terço Bizantino para a avenida das Nações, ainda no bairro de Santo Amaro

O público do Santuário do Terço Bizantino

No dia 12 de dezembro de 1999, um domingo, realizei um pequeno *survey* para caracterizar o perfil do público que então freqüentava as missas no Santuário do Terço Bizantino⁸. Entrevistamos uma amostra de 270 pessoas na entrada e saída das missas das 9 e das 15 h. Além das perguntas com alternativas fechadas de respostas, quando possível, captamos e registramos por escrito algumas impressões a fim de fazer uma avaliação mais ampla e um pouco minuciosa.

O contingente feminino foi realmente grande, quase três vezes maior que o masculino, 73% contra 27%. Esse dado ressalta a preponderância de mulheres no catolicismo praticante, sobretudo entre os carismáticos, conforme havia mostrado a pesquisa nacional feita por Prandi e Pierucci em 1994 (PIERUCCI & PRANDI, 1996: 218).

A maioria afirmou ir com certa freqüência ao santuário, pois 67% já participaram das missas pelo menos duas vezes. O motivo para ir às missas do padre Marcelo também foi perguntado e a maior parte, 46%, respondeu que foi *porque se sente bem e a missa é alegre*. Entre os demais: 20% porque gosta muito do padre, 17% por curiosidade e também 17% por motivo de necessidade devido a

A renovação popularizadora católica

André Ricardo de Souza

⁷ Vende-se inclusive fotos e estatuetas de Marcelo Rossi. Apesar de o padre condenar a comercialização de sua imagem dessa forma e dos ambulantes dizerem que se trata apenas de uma “recordação”, há de fato uma verdadeira veneração, típica do catolicismo tradicional popular, semelhante ao que ocorre com padre Cicero, por exemplo.

⁸ Participaram deste levantamento Eva Turin, Patricia Ricardo de Souza e Margareth Cecoti, a quem agradeço pela colaboração.

problemas de saúde ou outros. Quanto à procedência, 46%, a maior parte, vieram de outro município, enquanto 29% provinham da Zona Sul da cidade de São Paulo e 25% de outras áreas da capital paulista.

Os dados acima nos permitem concluir que há dois grandes grupos distintos, o das pessoas que moram próximo ao santuário e o das que vêm de outros municípios, às vezes de outros Estados, muitas delas de ônibus em romarias. Em ambos os casos, o motivo apontado para ir à missa, que prevalece, é o fato de ela ser alegre, de as pessoas se sentirem bem. Sendo que a busca da solução de um problema não é tão mencionada, apenas 17%. Pode-se deduzir que a ida às missas do padre Marcelo Rossi se tornou também um programa de passeio e lazer. Muitas pessoas parecem conceber essas celebrações como oportunidade de distração, sem pagar, ao menos para participar, evidentemente. Cabe aqui o comentário de que a participação religiosa, independentemente da opção de fé, vem sendo cada vez mais caracterizada como busca de sociabilidade e de entretenimento também⁹.

⁹ Um exemplo eloqüente é o da neopentecostal Igreja Renascer em Cristo. Antes e depois dos cultos em seus templos, voltados sobremaneira para jovens, costuma haver sessões de patinação e *shows* musicais.

Uma questão que se coloca na análise dos dados coletados é que tipo de católico tem freqüentado essas missas. E aí duas classificações gerais são pertinentes: os carismáticos e os católicos tradicionais, aqueles que não participam de grupos ou movimentos. Afinal, pretendia-se avaliar se essas missas têm realmente contribuído para “trazer os católicos de volta para a igreja”, e esses afastados, evidentemente, só poderiam ser católicos tradicionais. Ao responder à pergunta se consideravam-se carismáticas, 57% das pessoas responderam que sim, enquanto 26% disseram que não sabiam e 17% que não eram carismáticas. Entretanto, na seqüência das respostas verifica-se que o número de carismáticos é de fato muito menor. O critério que orientou a classificação de católico carismático ou nominal foi o pertencimento ou não a grupo de oração. Aí então ficou claro: 76% dos entrevistados eram católicos tradicionais, ou seja, aqueles que foram atraídos para as missas graças à mídia eletrônica.

Classificados os dois grupos, católicos carismáticos e tradicionais, tratei de distribuir suas freqüências quanto a outras variáveis. Enquanto 9% dos carismáticos têm entre 19 e 25 anos de idade, 23% dos católicos tradicionais estão nessa faixa etária. Os

carismáticos entre 41 e 60 anos são 42% do total, já entre os tradicionais, 24% estão nessa faixa. Isso nos permite concluir que o público católico nominal é mais jovem do que o carismático, ou seja, que a *atração dos fiéis que estavam afastados é maior entre os mais jovens*. Isso talvez se deva ao caráter de entretenimento, aliado à dança e à música, enfim, ao caráter de espetáculo que a missa inegavelmente tem.

Conhecida a proporção dos católicos não carismáticos, que vêm participando da missa no Santuário do Terço Bizantino, o passo seguinte foi verificar a taxa dos que já tinham freqüentado outra religião: 77% dos entrevistados sempre foram católicos, algo portanto muito próximo dos 74,9% levantados na pesquisa de 1994 (PIERUCCI & PRANDI, 1996: 215).

Entre os 23% que já abraçaram outra religião, 54% disseram ter sido evangélicos, 34% foram adeptos de religiões mediúnicas (espírita e afro-brasileiras), 6% não tiveram religião e 2% não responderam. Quanto ao tempo de pertença a outra religião, 34% disseram ter feito outra opção religiosa até um ano antes dessa enquete. Essa proporção nada baixa dos que declararam ter freqüentado outra religião em pouco tempo dá indícios do chamado “trânsito religioso”, a busca efêmera do serviço religioso sem adesão consolidada, em que se encontra parcela significativa da população.

Uma questão pertinente ainda é quanto à freqüência ou não das pessoas também às missas no bairro (e cidade) onde elas moram. A proporção dos que vão à missa na paróquia do bairro é de 73% dos entrevistados. Esse grupo específico representa 82% dos que sempre foram católicos, portanto os mais fiéis à Igreja.

Perguntadas finalmente se tinham passado a freqüentar ou não as missas católicas, em geral, depois que conheceram o padre Marcelo, 29% disseram que sim. Mas, ao cruzar essa informação com a anterior, sobre a freqüência ou não à missa do bairro, verifiquei que na verdade 16% dos entrevistados realmente passaram a freqüentar a missa depois do sucesso do padre. Assim pude obter dois dados relevantes: 8% da população entrevistada freqüentaram outra religião e passaram a ir às missas católicas e, por último, 6% apenas eram evangélicos e passaram a freqüentar a missa depois que o padre Marcelo virou uma estrela.

Isso tudo nos permite concluir que a tal “volta de católicos por causa do padre Marcelo” não é, ao menos por enquanto, efetivamente grande como tem sido comumente propalado. Afinal, essa “volta” não pode ser tomada apenas pela ida vez ou outra ao Santuário do Terço Bizantino.

O fenômeno e as novas tendências

A popularização das missas do padre Marcelo é a parte mais visível desse fenômeno que extrapolou a Renovação Carismática, que é a *renovação popularizadora católica* contra o afastamento de fiéis e o avanço religioso concorrente, sobretudo o neopentecostal. É portanto uma contra-ofensiva da Santa Madre, à busca de seus filhos indiferentes ou desgarrados. Esse movimento difuso e inorgânico se desdobra, apresentando aspectos diversos. Alguns traços do catolicismo tradicional são reincorporados, depois de passar por uma adaptação. Enfatiza-se o poder de cura católico e se fala com mais liberdade em milagres, o que era impensável no período pós-Vaticano II até os anos 1980. Promove-se um sincretismo entre formas mundanas e conteúdo religioso.

A *renovação popularizadora* é, em essência, afirmação da identidade católica, ou seja, propaganda explícita da religião. Aos poucos, o *ser católico* vem se sobrepondo ao *ser cristão* no discurso primeiro de clérigos e depois de leigos. Como parte do mesmo fenômeno, a Renovação Carismática, esse movimento leigo de reavivamento católico, vem se camuflando num discurso de defesa da Igreja Católica como um todo. A renovação popularizadora não se volta sobremaneira para a classe média, tal como faz o Movimento Carismático. Ela atinge principalmente pessoas de menor renda e escolaridade, ou seja, o mesmo segmento social prevalecente nas fileiras do pentecostalismo.

As missas do padre Marcelo Rossi ganharam considerável popularidade, chamando a atenção da mídia, em especial das grandes redes de televisão. Outros padres cantores e comunicadores

passaram também a receber sobre si os holofotes midiáticos. A católica Rede Vida de Televisão foi um canal importante de divulgação desses padres, mas certamente foi a aparição em programas das redes comerciais de televisão que os tornou conhecidos pelo público afastado da igreja. Esses “padres-espetáculo”, capazes de tornar missas em *shows* para multidões, efetivamente ganharam atenção e estão revigorando a Igreja Católica no enfrentamento do mercado religioso (PRANDI, 2000).

Não são só os padres cantores os atores da reação católica ao mercado religioso. Os profissionais e as organizações de *marketing* e publicidade católica estão estendendo as asas que já vinham colocando de fora há algum tempo e agora procuram fazer a Igreja voar para recuperar um suposto tempo perdido. Manifestações de massa vêm sendo organizadas como explícita demonstração de força. Paróquias, dioceses e associações católicas estão se estruturando profissionalmente nos moldes de empresa, e com isso aprimoram a comercialização de seus produtos. Enfim, a Igreja Católica vem assumindo uma postura combativa no plano religioso e indiretamente no econômico também. ■

Abstract: In the 1990s, the Catholic Church faced an intensification of the competition in the Brazilian religious market. This intensification had as a first consequence the strength of the Catholic Charismatic Renovation (CCR). Afterwards, it valorized the music, the dance and the “spectacle-masses”, in a process of *Popularizing Renovation*. Differently from the CCR, which is an organic movement made by laypeople, this Popularizing Renovation is a new form of Catholic reaction in the religious market and it is focused on the singer priests. This renovation in course in the Catholic Church has the priest Marcelo Rossi as the central figure. Besides, it is characterized by the intense use of marketing techniques.

Uniterms: catholic church; religious market; catholic marketing; singer priests; catholic charismatic renovation.

Bibliografia

CARRANZA, Brenda D'ávila. *Renovação Carismática: origens, mudanças e tendências*. Aparecida, Santuário, 1998.

MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais: sociologia do novo Pentecostalismo no Brasil*. São Paulo, Loyola, 1999.

_____. *Análise do crescimento pentecostal no Brasil*. Tese de doutorado em sociologia. São Paulo, USP, 2001.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século vinte: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro, Forense, 1967.

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

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

_____. Religião, biografia e conversão: escolhas e mudanças. *Tempo e presença*. Koinonia, Rio de Janeiro, nº 310, pp. 34-42, 2000.

SOUZA, André Ricardo de. *Padres cantores, missas dançantes: a Opção da Igreja Católica pelo espetáculo com mídia e marketing*. Dissertação de mestrado em sociologia. São Paulo, USP, 2001.