



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO**



REGIANE DE ANDRADE SÁ

**FÉ E INFORMAÇÃO: UMA ANÁLISE DO PROCESSO DE
PRODUÇÃO DO TELEJORNAL CANÇÃO NOVA NOTÍCIAS**

SÃO CRISTÓVÃO – SE

Agosto-2024

REGIANE DE ANDRADE SÁ

**FÉ E INFORMAÇÃO: UMA ANÁLISE DO PROCESSO DE
PRODUÇÃO DO TELEJORNAL CANÇÃO NOVA NOTÍCIAS**

Dissertação submetida ao Programa de
Pós-Graduação em Comunicação da Universidade
Federal de Sergipe-UFS para a obtenção do título de
Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Vitor Curvelo Fontes Belém

SÃO CRISTÓVÃO – SE

Agosto-2024

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**

S111f Sá, Regiane de Andrade
Fé e informação : uma análise do processo de produção do telejornal canção nova notícias / Regiane de Andrade Sá ; orientador Vitor Curvelo Fontes Belém. – São Cristóvão, SE, 2024. 195 f.

Dissertação (mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Sergipe, 2024.

1. Comunicação. 2. Imprensa católica. 3. Comunicação de massa em religião. 4. Telejornalismo – Produção e direção. 5. Jornalismo religioso. 6. Comunidade Canção Nova I. Belém, Vitor Curvelo Fontes, orient. II. Título.

CDU 659.3:070.482



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – PPGCOM



**ATA DA SESSÃO DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO – UFS**

Título do trabalho: Imprensa Católica: uma análise do processo de produção noticiosa do telejornal Canção Nova Notícias

Aluno (a): REGIANE DE ANDRADE SÁ

Data da defesa: 22/08/2024

Às 15hs do dia 22 do mês de agosto de 2024, o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe realizou a defesa de dissertação de Mestrado da discente **REGIANE DE ANDRADE SÁ** intitulada: **Imprensa Católica: uma análise do processo de produção noticiosa do telejornal Canção Nova Notícias**, conforme o que estabelece a resolução N° 4/2023/CONEPE/UFS, que regula o funcionamento do PPGCOM/UFS. A banca examinadora foi composta pelos professores VITOR CURVELO FONTES BELEM (PPGCOM-UFS) – presidente da banca e orientador, SONIA AGUIAR LOPES (PPGCOM-UFS) – avaliadora interna e RICARDO COSTA ALVARENGA (UFMA) – avaliador externo. Após a discente apresentar seu trabalho, a banca fez os questionamentos e comentários referentes à pesquisa, os quais foram respondidos. Ao final, a banca se reuniu e considerou a discente REGIANE DE ANDRADE SÁ **APROVADA** no Curso de Mestrado em Comunicação da UFS.

Cidade Universitária “Prof. José Aloísio de Campos”, 22 de agosto de 2024.

Banca Examinadora:

Documento assinado digitalmente
VITOR CURVELO FONTES BELEM
Data: 11/09/2024 11:18:38-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. VITOR CURVELO FONTES BELEM (PPGCOM-UFS)
presidente da banca

Documento assinado digitalmente
SONIA AGUIAR LOPES
Data: 13/09/2024 12:28:50-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof^a. Dr^a. SONIA AGUIAR LOPES (PPGCOM-UFS)
avaliadora interna

Documento assinado digitalmente
RICARDO COSTA ALVARENGA
Data: 11/09/2024 21:18:32-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. RICARDO COSTA ALVARENGA (UFMA)
avaliador externo

Programa de Pós-Graduação em Comunicação:

Prédio de Comunicação Social. Andar Superior, Sala 01 - Cidade Universitária Prof. José Aloísio de Campos Av. Marechal Rondon, S/N – CEP 49.100-000 – Rosa Elze – São Cristóvão – Sergipe – Brasil
Telefone: (79) 2105-6390 – E-mail: ppgcomufs@academico.ufs.br

AGRADECIMENTOS

Início expressando aqui a minha felicidade por alcançar este sonho, fruto de abdicações, dedicação e muito esforço. Ao longo do meu período no Mestrado, enfrentei alguns desafios, mas com o apoio e o carinho de muitos corações, consegui vencê-los. Por isso, quero começar meus agradecimentos rendendo graças e louvores a Deus por ter me inspirado esta pesquisa e me conduzido até a sua finalização, sem a Misericórdia de Jesus e a intercessão de Nossa Senhora isso jamais seria possível. Ao Sagrado Coração Jesus e ao Imaculado Coração de Maria, consagro esta dissertação.

Aos meus pais, Givandete e Reginaldo, que são meus alicerces e sempre me incentivaram e se doaram para que eu tivesse acesso à educação e me deram todas as condições físicas e emocionais para lutar pelo sonho do Mestrado. À minha irmã, Regivânia, por ser minha inspiração, meu suporte, e por me sustentar quando eu não tinha mais forças, ao meu cunhado Rafael, por todo apoio, e ao meu sobrinho Renan que, mesmo sem ter noção do quanto me ilumina com seu sorriso e amor, fortalece meu coração. Ao meu namorado Bruno, que sempre segurou a minha mão, me fazendo acreditar que esse sonho seria possível, com paciência e compreensão. À dona Linda, seu Sérgio e Arthur, por toda acolhida e torcida. À minha Tia Telma e minhas avós Maria e Lindinalva que, do céu, olham por mim. Ao meu avô Erisberto e toda a minha família e amigos que me incentivaram. À minha Psicóloga Caroline Freire, pelas orientações e suporte emocional, e ao Padre Anderson Leão, pelas orações.

Agradeço, especialmente, ao meu orientador, Vitor Belém, por todos os ensinamentos compartilhados, todo encorajamento e por respeitar minhas opiniões na condução desta pesquisa. Minha gratidão também aos professores que compõem a Banca, Sônia Aguiar e Ricardo Alvarenga, bem como a todos os professores e amigos que conquistei nessa trajetória, em especial, Bernardo Alves e Priscilla Bittencourt. Agradeço também ao meu grupo de pesquisa Jornau, pela parceria, à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), que durante 8 meses me concedeu a bolsa, e à UFS, meu lar desde 2011.

Quero agradecer também à Comunidade Canção Nova, que abriu as portas da Central de Jornalismo para a execução da Observação Participante, em especial ao Gerente Geral do Sistema Canção Nova, Rodrigo Santos, ao Gerente de Jornalismo, Marcelo Moura, à Chefe de Reportagem, Adelita Stoebel, à Isabeli Cristini, da Canção Nova Aracaju, bem como a todos os profissionais que me receberam na redação e colaboraram com a coleta das informações. Presto aqui minha homenagem à Elaine Santos (*in memoriam*), apresentadora do CN Notícias, que faleceu um mês após a Pesquisa de Campo e, durante esse período, compartilhou suas experiências e contribuiu para o êxito deste trabalho.

A todos que direta e indiretamente contribuíram para que este dia chegasse e que torceram pela realização deste sonho, saibam que meu coração está transbordando de gratidão e felicidade. Que Deus abençoe a cada um! “Até aqui nos socorreu o Senhor.” (I Samuel 7,12)

RESUMO

Ao narrar um acontecimento, a notícia é enquadrada em uma perspectiva da realidade influenciada por diversos fatores, como os valores-notícias, a linha editorial e as experiências dos jornalistas. Este trabalho tem como objetivo discutir o processo de produção das notícias veiculadas pelo telejornal Canção Nova Notícias, da emissora católica TV Canção Nova. Tomando como base pressupostos teóricos da teoria do *Newsmaking* (WOLF, 1999; VIZEU, 2014; TUCHMAN, 2016; PENA 2018), da Religião (FRAZER, 1922; RATZINGER, 1970; ELIADE, 1992; DURKHEIM, 1996; BERKENDROCK, 2019; BLANC, 2021) da Comunicação e Religião (MARQUES DE MELO, 1985; MARTÍN-BARBERO, 1995; FAUSTO NETO, 2001; GOMES, 2004; PUNTEL, 2011; SBARDELOTTO, 2012; MIKLOS, 2013; MARTINO, 2017; GASPARETTO, 2019; ALVARENGA, 2021), e do Telejornalismo (PATERNOSTRO, 1987; BARBEIRO E LIMA, 2002; VIZEU, 2009; BELÉM, 2017) busca-se analisar a rotina do noticiário, por meio de investigação da influência dos valores religiosos da instituição e da cultura profissional dos jornalistas. A questão principal desta pesquisa é compreender em que medida os fatores religiosos influenciam nos critérios de noticiabilidade e como são aplicados os mecanismos de seleção e produção da notícia. O percurso metodológico deste estudo foi formado por 6 etapas: revisão bibliográfica, análise documental, análise de conteúdo audiovisual televisivo, observação participante, entrevista e interpretação dos resultados alcançados, que confirmaram a hipótese de que os valores religiosos das emissoras de inspiração católica influenciam nas rotinas produtivas e nas práticas profissionais no processo de construção da notícia e nas formas de organização desse veículo. Mesmo assim, ainda que estejam permeados de princípios cristãos, o compromisso com a produção jornalística parece levar em consideração contextos amplos como o interesse público e a realidade, construindo narrativas factuais definidas como sendo mais positivas e leves.

PALAVRAS-CHAVE: Imprensa católica; telejornalismo; Canção Nova Notícias; *Newsmaking*; critérios de noticiabilidade

ABSTRACT

When narrating an event, the news is framed in a perspective of reality influenced by several factors, such as news values, the editorial line and the experiences of journalists. This work aims to discuss the production process of news broadcast by the news program *Canção Nova Notícias*, from the Catholic broadcaster TV *Canção Nova*. Taking as a basis theoretical assumptions from the theory of Newsmaking (WOLF, 1999; VIZEU, 2014; TUCHMAN, 2016; PENA 2018), Religion (FRAZER, 1922; RATZINGER, 1970; ELIADE, 1992; DURKHEIM, 1996; BERKENDROCK, 2019; BLANC , 2021) of Communication and Religion (MARQUES DE MELO, 1985; MARTÍN-BARBERO, 1995; FAUSTO NETO, 2001; GOMES, 2004; PUNTEL, 2011; SBARDELOTTO, 2012; MIKLOS, 2013; MARTINO, 2017; GASPARETTO, 2019; RENGÁ , 2021), and Telejournalism (PATERNOSTRO, 1987; BARBEIRO E LIMA, 2002; VIZEU, 2009; BELÉM, 2017) seeks to analyze the news routine, through investigation of the influence of the institution's religious values and professional culture of journalists. The main question of this research is to understand to what extent religious factors influence newsworthiness criteria and how news selection and production mechanisms are applied. The methodological path of this study consisted of 6 stages: bibliographical review, document analysis, analysis of television audiovisual content, participant observation, interview and interpretation of the results achieved, which confirmed the hypothesis that the religious values of Catholic-inspired broadcasters influence routines production processes and professional practices in the news construction process and in the forms of organization of this vehicle. Even so, even though they are permeated with Christian principles, the commitment to journalistic production seems to take into account broad contexts such as public interest and reality, constructing factual narratives defined as being more positive and light.

KEYWORDS: Catholic Press; Telejournalism; New Song News; Newsmaking; newsworthiness criteria

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Cartaz da Campanha da Fraternidade de 1989.....	45
Figuras 2 – Marca da Canção Nova.....	73
Figuras 3 – Marca do Canção Nova Notícias.....	80
Figuras 4 e 5 – Central de Jornalismo e Redação do Canção Nova Notícias.....	86
Figura 6 – Estúdio do Canção Nova Notícias.....	87
Figura 7 – <i>Switcher</i> no momento da transmissão do CN Notícias (27/10/2023).....	88
Figura 8 – Apresentadores na transmissão do CN Notícias (27/10/2023).....	88
Figuras 9 a 16 – <i>Prints</i> dos créditos do CN Notícias (27/10/2023).....	89

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Percentual da população residente, segundo os grupos de religião.....	27
Gráfico 2 - Manchetes de cunho religioso.....	92
Gráfico 3 - Notícias de cunho religioso.....	93
Gráfico 4 - Classificação das editorias.....	94
Gráfico 5 - Classificação dos valores-notícias.....	98
Gráfico 6 - Classificação do gênero.....	100
Gráfico 7 - Classificação do formato.....	101
Gráfico 8 - Localidades.....	103
Gráfico 9 - Tendências comunicacionais.....	104

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Principais documentos na Igreja Católica sobre Comunicação.....	39
Tabela 2 – Levantamento de Emissoras Católicas no Brasil.....	57
Tabela 3 – Programas jornalísticos exibidos na TV Canção Nova.....	78
Tabela 4 – Protocolo de análise das notícias.....	91
Tabela 5 – Valores-notícia propostos por Silva (2005).....	97
Tabela 6 – Gêneros e formatos no telejornal segundo Belém (2017).....	99

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

APC	Associação Paranaense de Cultura
BDTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
CNU	Canal Universitário de São Paulo
CN	Canção Nova
CAC	Centro de Atendimento Comunitário
CTV	Centro Televisivo do Vaticano
CNBB	Conferência Nacional dos Bispos no Brasil
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
DAVI	Departamento de Audio Visuais
EBC	Empresa Brasil de Comunicação
FUNDEL	Fundação Dom José de Medeiros Delgado
INBRAC	Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia Estatística
PASCOM	Pastoral de Comunicação
PUC-SP	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
PROGEN	Projeto Geração Nova
RCC	Renovação Carismática Católica
TVCN	TV Canção Nova

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	14
2. OBJETIVOS.....	19
2.1. Objetivo geral.....	19
2.2. Objetivos específicos.....	19
3. RELIGIÕES E SOCIEDADE.....	20
3.1. Organizações Religiosas.....	23
3.2. Religião e crença no Brasil.....	25
3.3. Religião, mediações culturais e midiatização.....	28
4. COMUNICAÇÃO E RELIGIÃO.....	32
4.1. Campo de Pesquisa em Comunicação e Religião.....	36
4.2. Igreja Católica e os Meios de Comunicação.....	37
4.2.1. 1ª fase – Censura e Repressão.....	38
4.2.2. 2ª fase - Aceitação desconfiada.....	38
4.2.3. 3ª fase – Deslumbramento ingênuo.....	40
4.2.4. 4ª fase – Avaliação Crítica / Reviravolta.....	40
4.3. Principais Documentos da Igreja Católica sobre Comunicação.....	41
5. TELEVISÃO E IGREJA NO BRASIL.....	45
5.1. A TV como instrumento da fé.....	47
5.2. Emissoras Católicas no Brasil.....	50
5.3. Imprensa Católica.....	58
6. TELEJORNALISMO CATÓLICO: VALORES-NOTÍCIA E ROTINAS PRODUTIVAS.....	62
6.1. Características da produção de um telejornal.....	67
7. COMUNIDADE CANÇÃO NOVA.....	72
7.1. TV Canção Nova (TV CN).....	76
7.2. Canção Nova Notícias (CN Notícias).....	79

8. ABORDAGEM METODOLÓGICA.....	81
9. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	85
9.1. Pesquisa de Campo – Observação Participante.....	85
9.2. Entrevistas e análise das notícias.....	90
9.2.1. Escalada.....	91
9.2.2. Pauta.....	92
9.2.3. Editoria.....	93
9.2.4. Cabeça.....	95
9.2.5. Valor-notícia.....	96
9.2.6. Gênero e Formato.....	99
9.2.7. Fontes.....	101
9.2.8. Imagens.....	102
9.2.9. Localidade.....	102
9.2.10. Tendência Comunicacional.....	103
9.3. Perfil dos profissionais.....	105
9.4. Impressões pessoais.....	107
10. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	109
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	112
APÊNDICES.....	124
APÊNDICE A - GRADE DE PROGRAMAÇÃO DA TV CANÇÃO NOVA.....	125
APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO PARA ENTREVISTAS.....	129
APÊNDICE C - ANÁLISE DAS NOTÍCIAS.....	130
APÊNDICE D - ENTREVISTAS.....	171
ANEXOS.....	194
ANEXO A – AUTORIZAÇÃO PARA USO DE INFORMAÇÕES COLETADAS.....	195

1. INTRODUÇÃO

A notícia é um fenômeno que contribui para a construção social da realidade e esse processo é influenciado pelas rotinas produtivas e organização de trabalho que permeiam a atividade jornalística. É isso que explicam estudiosos como Mauro Wolf, Gaye Tuchman, Nelson Traquina e Felipe Pena dentro do contexto do modelo teórico do *Newsmaking* e é sob essa perspectiva que o presente projeto de pesquisa foi desenvolvido.

Esta pesquisa foi focada na busca por respostas para questionamentos que envolvem o processo de produção das notícias, mais especificamente na imprensa católica. Nosso propósito principal foi investigar a rotina de produção do Canção Nova Notícias, com base na linha editorial da emissora católica Canção Nova e sob a perspectiva da Teoria do *Newsmaking*.

Outro encaminhamento pertinente nesta pesquisa, que faz parte dos nossos objetivos específicos, foi o de esclarecer como são aplicados os mecanismos de seleção e de produção da notícia e identificar os principais critérios de noticiabilidade aplicados na escolha das matérias exibidas pelo noticiário em questão, por meio da análise dos valores-notícia e de outros elementos que compõem a notícia.

Como objeto de pesquisa escolhemos o telejornal Canção Nova Notícias que, segundo o Guia de Redação elaborado por Santos (2015), possui uma linha editorial baseada no serviço à vida e à esperança.

O objetivo é mostrar a verdade comprometida com o cristianismo e com as pessoas envolvidas no fato. O jornalismo da CN busca sempre exaltar a vida e proporcionar uma visão de esperança diante dos fatos, em consonância com sua missão evangelizadora. (SANTOS, 2015, p. 19).

Dentro desse contexto de imprensa católica, também foi analisada a relação entre a Igreja Católica e a Comunicação, que ao longo do tempo passou por grandes transformações, comprovadas por meio de documentos oficiais divulgados durante essa trajetória de evolução, principalmente reconhecendo a importância da Comunicação por parte da Igreja.

Através de revisão bibliográfica a respeito dos temas *Newsmaking*, critérios de noticiabilidade, Igreja e Comunicação, Telejornalismo, além de entrevistas, observação participante, análise de documentos da Igreja Católica e análise de conteúdo de notícias veiculadas pelo telejornal, foram esclarecidos os questionamentos levantados e alcançados os objetivos propostos.

A observação participante foi um dos métodos de coleta escolhidos, pois, segundo Wolf (1999) é uma técnica comum entre as pesquisas de *Newsmaking*. “Desta forma, é

possível reunir e obter, sistematicamente, as informações e os dados fundamentais sobre as rotinas produtivas que operam na indústria dos *mass media*” (WOLF, 1999, p. 81).

A área de pesquisa “Comunicação e Religião” foi escolhida a partir de interesse pessoal da pesquisadora, intensificado por meio de aprofundamento de leituras a respeito da relação entre a Igreja e a Comunicação e todas as transformações vivenciadas ao longo da história. Dentro deste contexto, o desejo de pesquisar a imprensa católica, mais especificamente o telejornalismo, evoluiu e resultou nesta pesquisa. Segundo a pesquisa Mídia Dados Brasil 2024¹, o número de domicílios brasileiros com TV em 2023 era de 71.574 mil, ou seja, 95% dos domicílios do país, dados que reforçam a relevância do gênero televisivo.

Considerando que o Catolicismo é a religião com mais seguidores no Brasil², consequentemente, a imprensa católica possui poder de influenciar um grande número de pessoas em seus discursos jornalísticos, transmitidos por meio de emissoras que possuem valores da mesma religião, esta se torna uma temática relevante. Vale ressaltar que, de acordo com o Anuário Pontifício 2023 e o Anuário Estatístico da Igreja 2021³⁴, publicados pela Santa Sé, o Brasil é o país com mais católicos do mundo, com 180 milhões de batizados.

Por isso, a escolha do veículo deu-se em função de ser uma das mais antigas emissoras católicas, fundada em 8 de dezembro de 1989, e estar presente em 24 estados, com amplo desenvolvimento. De acordo com dados apresentados em sua pesquisa de mestrado, Jardim (2018) traz algumas informações sobre a estrutura da TV Canção Nova.

A TV Canção Nova conta com ampla cobertura atingindo todo o território nacional pela TV aberta, parabólica, TVs por assinatura e operadoras de TV a cabo. Além disso, a programação pode ser acompanhada em tempo real pelo Portal tv.cancaonova.com. Já em canal aberto, a TV Canção Nova marca presença em 24 estados e 22 capitais. Para fazer chegar sua programação na casa dos brasileiros, a TV Canção Nova conta com duas geradoras, em Aracaju (SE) e Grande Vale (Cachoeira Paulista/SP), além de cinco geradoras afiliadas: Curitiba (PR), Belo Horizonte (MG), Florianópolis (SC), Brasília (DF) e São Paulo (SP). Com quatro correspondentes no exterior: Fátima/Portugal, Roma/Itália, Toulon/França e Jerusalém/Israel. (JARDIM, 2018, p.78)

¹ Pesquisa elaborada pelo Grupo de Mídia São Paulo, disponível em: <https://midiadados.gm.org.br/>

² De acordo com pesquisa divulgada em 2020 pelo Data Folha, 50% dos brasileiros são católicos. <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/01/13/50percent-dos-brasileiros-sao-catolicos-31percent-evangelicos-e-10percent-nao-tem-religiao-diz-datafolha.ghtml>

³ <https://www.acidigital.com/noticia/54617/o-numero-de-catolicos-aumenta-mas-o-de-padres-diminui-diz-o-anuario-pontificio-2023>

⁴ <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2023/08/04/dia-do-padre-numero-de-sacerdotes-diminui-no-brasil-e-no-mundo-entenda.ghtml>

O objeto de estudo foi definido ao assistir algumas edições do telejornal Canção Nova Notícias, quando foi despertada a curiosidade de compreender como os valores religiosos da Instituição perpassam o conteúdo divulgado pelo noticiário e como isso reflete na construção social da realidade, daí a escolha pela Teoria do *Newsmaking*. Por meio de breve análise, notou-se que a emissora assume uma postura comprometida com os valores cristãos e o Guia de Redação da própria emissora orienta os jornalistas a abordarem assuntos trágicos sem causar desespero nos telespectadores.

O jornalista deve fazer uma reportagem que desperte a atenção do público muitas vezes apressado e solicitado em muitas direções, sem ceder à tentação do sensacionalismo, dando demasiado realce a certas notícias, tirando-as do seu contexto, ou exagerando-as de qualquer modo. (SANTOS, 2015, p. 53)

Por isso, refletir sobre o papel das notícias na construção da realidade e como a Igreja produz conteúdo jornalístico é importante para que possamos compreender de que forma as emissoras católicas utilizam-se do jornalismo para informar e evangelizar.

Em relação a revisão bibliográfica, estudos na área de telejornalismo de emissoras católicas ainda são escassos, por isso, acreditamos que esta análise contribuirá significativamente para pesquisas na Comunicação. O objeto de pesquisa em questão é passível de maiores análises no contexto acadêmico, principalmente no viés aqui proposto. A junção desses conceitos propõe contribuições para os modelos teóricos de comunicação e merece aprofundamento através dos encaminhamentos apresentados.

A busca por pesquisas envolvendo a temática Imprensa Católica foi realizada nas seguintes plataformas: Google Acadêmico, Catálogo de Teses e Dissertações do Capes, Periódico Capes, Scielo, Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), além de Bibliotecas Digitais de universidades brasileiras e anais de eventos da área de comunicação.

As palavras-chave inseridas nos motores de busca foram comunicação e religião, imprensa católica; igreja e mídia; religião e televisão; jornalismo e religião; telejornalismo cristão; midiatização da religião; Igreja Católica e comunicação; Canção Nova Notícias; Jornalismo e Canção Nova.

A respeito da imprensa católica, temática principal deste trabalho, foram encontrados 13 trabalhos (PENHA ROCHA, 2001; LIMEIRA, 2005, 2006; GONÇALVES, 2006, 2008; MACEDO E MELO, 2014; ALBUQUERQUE *et al.*, 2017; GIRALDI, 2018; MARIN, 2018; XAVIER, 2019; CARDOSO, LACERDA E DIAS, 2021; ALVARENGA, 2022; XAVIER, 2022), sem intervalo de tempo determinado, dentro do que foi avaliado como sendo relevante para a pesquisa.

A respeito de Religião, crença e sociedade, os autores DURKHEIM, 1912; BERGER, 1985; ELIADE, 1992; NOGUEIRA, 2015; BERKENBROCK, 2019; BLANC, 2021; BIELO, 2022 farão parte das referências, bem como pesquisadores sobre a trajetória de midiaticização das religiões, como FAUSTO NETO, 2001, 2004; GOMES, 2004, 2020, 2021; GASPARETTO, 2009; PUNTEL, 2011, 2015, 2021, 2022; BORELLI, 2010; MARTINO, 2011, 2016, 2017, 2021; SBARDELOTTO, 2012, 2013; DALMOLIN, 2013, 2022; SOUSA, 2021, dentre outros.

Para o desenvolvimento do tema é necessário elucidar alguns questionamentos, como: De que maneira fatores religiosos interferem no processo produtivo do noticiário Canção Nova Notícias? Como são utilizados os mecanismos de seleção e de produção da notícia de um telejornal de uma emissora religiosa? Para que, dentro do percurso de busca pelas respostas, possamos compreender de que maneira os critérios de noticiabilidade que caracterizam a atividade jornalística são aplicados nas rotinas produtivas de uma emissora televisiva católica, que tem objetivos a priori de comunicação ligados à instituição da Igreja Católica e ao exercício da religião católica.

Com base na revisão da literatura e na análise prévia do problema, foram formuladas as seguintes hipóteses para este estudo: Supõe-se que os valores religiosos das emissoras de inspiração católica influenciam nas rotinas produtivas e nas práticas profissionais no processo de construção da notícia e nas formas de organização desses veículos. Além disso, que esse modo de produzir jornalismo, feito pela Imprensa Católica, influencia na interpretação e representação cultural que o público tem do que é noticiado e, conseqüentemente, impacta também na construção da realidade cotidiana, pois os telejornais exercem um papel central no ambiente midiático nesse processo.

Iniciaremos essa reflexão com um breve entendimento acerca da temática Religiões e sociedade, dentro desse capítulo traremos uma explicação das principais organizações religiosas, os aspectos envolvendo as principais religiões no Brasil, as mediações culturais e o processo de midiaticização da religião. Depois nos debruçaremos sobre o pensamento de autores a respeito da área de pesquisa Comunicação e Religião, incluindo a relação entre a Igreja Católica e os meios de Comunicação, com a apresentação dos principais documentos da Igreja que abordam esta temática.

No capítulo posterior, o assunto será Televisão e Igreja no Brasil, com um levantamento histórico das emissoras católicas no Brasil e a explicação sobre os aspectos que envolvem a Imprensa Católica. Adiante, abordaremos sobre Telejornalismo Católico, valores-notícia e rotinas produtivas, noticiabilidade e Teoria do *Newsmaking*. Para finalizar

essa fundamentação teórica, a Comunidade Canção Nova será apresentada, com informações sobre o surgimento da instituição, sua atuação, estrutura e projetos, além da descrição sobre o objeto de pesquisa deste trabalho, que é o telejornal Canção Nova Notícias.

Nas sessões seguintes, serão apresentados a metodologia, os dados referentes à pesquisa de campo, que incluiu observação participante, entrevista com profissionais envolvidos na produção do telejornal estudado e análise de conteúdo das notícias. Na sequência, serão a análise dos materiais coletados, contextualização, interpretação e redação dos resultados.

Por fim, encerrando a dissertação, traremos as considerações finais com as conclusões do estudo, com o propósito de responder às questões de pesquisa apresentadas, abordando também as contribuições da investigação para a área e as sugestões para futuros estudos.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo geral

Analisar a rotina produtiva do telejornal Canção Nova Notícias para compreender se e como os fatores religiosos interferem na seleção e produção das notícias.

2.2. Objetivos específicos

- Compreender a relação da Igreja Católica com a Comunicação ao longo do tempo;
- Observar o enquadramento dado às notícias investigadas por meio da análise de conteúdo e os elementos que as compõem;
- Analisar de que maneira os jornalistas selecionam e produzem as pautas, considerando os valores religiosos da emissora e a ideologia dos profissionais;
- Identificar os principais critérios de noticiabilidade aplicados na escolha das matérias exibidas pelo noticiário Canção Nova Notícias.

3. RELIGIÕES E SOCIEDADE

Blanc (2021), em sua obra *As religiões do Mundo*, afirma que a religião é inerente ao ser humano, fato também apontado por Bernardo e Castilho (2016), que explicam ainda que o fenômeno religioso é uma manifestação não percebida em outros seres e está presente em todas as sociedades humanas, independente de tempo e espaço.

Esse é um ponto também levantado por Eliade (1978), que contextualizando sobre os primeiros registros a respeito dessa necessidade dos seres humanos em se conectarem com o sagrado, descreve que as artes rupestres no período Paleolítico são os primeiros registros a sinalizar essa busca. A partir dessa produção gráfica, foram identificadas possíveis práticas dos povos primitivos que representavam a existência de rituais e manifestações religiosas. “É possível “reconstruir” certos aspectos das religiões da Pré-História, considerando os ritos e as crenças específicas dos caçadores primitivos”. (ELIADE, 1978, p. 42).

Até mesmo a localização das pinturas demonstra a possível intenção dos homens pré-históricos em tornar este local um espaço reservado à contemplação. “Como as pinturas se encontram bastante longe da entrada, os exploradores são unânimes em considerar as grutas uma espécie de santuário”. (ELIADE, 1978, p. 35)

Sobre a origem da palavra, Silva, Renders e Campos (2014) explicam que Religião deriva do latim *religio*, inicialmente indicando um conjunto de regras, observâncias, advertências e interdições, mas, ainda sem fazer referência a divindades, rituais ou quaisquer outras manifestações entendidas como religiosas atualmente. Assim, o sentido que se popularizou posteriormente foi construído histórica e culturalmente, no Ocidente, adquirindo um significado vinculado à tradição cristã.

Em outra hipótese, explicada por Berkenbrock (2019), a palavra “religião” vem de “religar” (ou em latim, que “*religio*” vem de “*religare*”) e significa a religação do ser humano com Deus. “Religião, pois, religa o ser humano à divindade. Essa afirmação de que o termo “religião” é derivado de “religar” é do pensador Lactâncio, que viveu em torno de 260 a 340”. (BERKENBROCK, 2019, p. 39). Dessa forma, a religião é interpretada como o cultivo de uma forma de vida.

Segundo os autores Paim, Prota e Rodriguez (1997 apud Câmara Monte, 2013), o ser humano possui uma alma com instinto religioso e isso é o que fez surgir a religião em todas as partes do mundo e em diversas circunstâncias. Do ponto de vista funcional da religião,

Bernardi e Castilho (2016) explicam que o fundamental é a fé, destacando-se ela enquanto a crença em algo sobrenatural e sagrado.

Por ser representada a partir de uma diversidade de manifestações ao longo do tempo, vários estudiosos elaboraram diferentes conceitos sobre religião, então, não há um significado absoluto. Frazer (1922, p.53, tradução nossa) define como “uma propiciação ou conciliação de poderes superiores ao homem que se acredita que dirige e controla o curso da natureza e da vida humana”. Durkheim (1996, p. 32), em *As formas elementares da vida religiosa*, descreve religião como “um sistema solidário de crenças e de práticas relativas a coisas sagradas, isto é, separadas, proibidas, crenças e práticas que reúnem numa mesma comunidade moral, chamada Igreja, todos aqueles que a elas aderem”.

Hanegraaff (2017), por sua vez, teoriza como sendo qualquer sistema simbólico que pode influenciar as ações dos homens, dando possibilidades para o mundo cotidiano manter contato, por meio de rituais, com um quadro metaempírico mais geral de significados. Aqui no Brasil, os autores Cunha, Novaes e Alvarenga (2022), elaboraram o conceito de que a religião é um sistema comum de práticas e crenças relacionadas aos seres sobre humanos dentro de universos históricos e culturais específicos.

O filósofo Eliade (1992), em *Sagrado e Profano*, explica que independente do contexto histórico, o homem religioso defende a existência de uma realidade absoluta que chama de sagrado, que é manifestada aqui, mas transcende este mundo. Além disso, este ser, que crer em uma divindade, acredita que a existência humana possui uma origem sagrada e que o homem participa da realidade e atualiza suas potencialidades à medida em que possui religiosidade.

Dentro desse ponto de vista que envolve o sagrado e crenças, os fenômenos religiosos são vistos como uma necessidade humana de busca por uma harmonia, principalmente em situações de crise.

Para Baechler (1995), a religião é uma das vias que o homem encontra para superar a incerteza quanto aos resultados de suas atividades, buscando, por meio de um conjunto de práticas, alcançar harmonia ou apoio de forças favoráveis ao êxito de seus projetos.

A respeito da forma da religião ser manifestada em uma sociedade, Cunha e Novaes (2022) explicam que, pelo contexto histórico, não há religião individual, somente em grupos sociais e coletivos. “O que é individual é a religiosidade, como forma particular de participar e experimentar a religião pré-constituída e supraindividual”. (CUNHA e NOVAES, 2022, edição do Kindle)

Silva (2013) define a religiosidade como sendo:

A manifestação pessoal de fé, em uma busca por experiências e valores que transcendam a dimensão material e corporal, dá sentido à existência do indivíduo no mundo e equilíbrio para os diferentes aspectos da vida (social, afetivo, emocional, espiritual), determinando desta forma o comportamento e as ações deste indivíduo, de seu grupo social e mesmo de uma coletividade. (SILVA, 2013, p.7)

É nessa busca que o homem estabelece suas crenças, baseando-se nas visões que aceita como verdades, que são os valores e práticas religiosas que venham a fazer sentido para ele. Segundo Eliade (1992), a religião resolve a crise existencial, pois tem uma origem transcendental e é valorizada por se tratar de uma revelação vinda de um outro mundo, para além do humano.

Dentre os exemplos de problemas que as religiões pretendem solucionar, Baechler (1995) descreve que sentimentos como insegurança, angústia e medo, são alguns deles. Nessa perspectiva, Durkheim (1996) explica que aqueles que conduzem uma vida religiosa sentem que a função da religião é fazer o indivíduo agir e ajudá-lo a viver.

O fiel que se põe em contato com seu Deus não é apenas um homem que percebe verdades novas que o descrente ignora, é um homem que *pode* mais. Ele sente em si mais força, seja para suportar as dificuldades da existência, seja para vencê-las. Está como que elevado acima das misérias humanas porque está elevado acima de sua condição de homem; acredita-se salvo do mal, seja qual for a forma, aliás, que conceba o mal. O primeiro artigo de toda fé é a crença na salvação pela fé. (DURKHEIM, 1996, p. 459)

O autor defende ainda que a ideia de religião é inseparável da ideia de Igreja e, por isso, a considera uma coisa eminentemente coletiva. Dentro dessa reflexão, é possível analisar a religião como uma instituição social, com uma função de agregar os indivíduos à sociedade.

A religião é uma coisa eminentemente social. As representações religiosas são representações coletivas que exprimem realidades coletivas; os ritos são maneiras de agir que só surgem no interior de grupos coordenados e se destinam a suscitar, manter ou refazer alguns estados mentais desses grupos. Mas, então se as categorias são de origem religiosa, elas devem participar da natureza comum a todos os fatos religiosos: também elas devem ser coisas sociais, produtos do pensamento coletivo. (DURKHEIM, 1996, p. XVI)

É a partir dos seres humanos que a religião deriva a sua realidade objetiva e subjetiva, pois são eles que a produzem e reproduzem no decorrer de suas vidas. A religião ajuda o ser humano a suportar as crises para que ele possa continuar convivendo na sociedade. Berger (1985) afirma que a mesma atividade humana que produz a sociedade também produz a religião.

A religião, analisada enquanto instituição social, permite que a compreendamos como um mecanismo da sociedade que molda o comportamento humano, como afirma Câmara Monte (2013), e esse reforço de crenças conduz o indivíduo a reproduzir comportamentos de acordo com as regras da instituição.

Ainda que as crenças pareçam estar situadas no interior do indivíduo, elas só são ativas quando são compartilhadas em sociedade. Para Durkheim (1996, p. 470), quem tem fé “sente a necessidade invencível de espalhá-la; para isso, sai de seu isolamento, aproxima-se de outros, busca convencê-los. Ela rapidamente se estiolaria se permanecesse sozinha”.

No caso do Cristianismo, por exemplo, Jesus proclama que os ensinamentos sobre o reino de Deus não são referência somente para uma salvação individual. “A esperança cristã não tem apenas um aspecto pessoal, mas também social ou coletivo; em outras palavras, seu objetivo é uma nova fraternidade humana, uma nova ordem social ou um novo mundo.” (GAARDER, HELLERN E NOTAKER, 2000, p. 182)

Como também afirma Berger (1985),

A realidade do mundo cristão depende da presença de estruturas sociais nas quais essa realidade apareça como óbvia e em que sucessivas gerações de indivíduos sejam socializadas de tal modo que esse mundo será real para eles. (BERGER, 1985, p. 72)

E, se a religião é entendida por alguns autores como uma realidade que traz respostas para a compreensão do mundo, fazendo com que as dores sejam suportadas, as organizações religiosas podem ser consideradas um caminho que ajudam o indivíduo nesse processo. Sendo esse percurso um fenômeno social, reflexo de uma experiência que passa do individual para o coletivo, a religião executou, como afirma Bielo (2022), um papel central na criação de redes globais e no cruzamento de fronteiras.

Nessa perspectiva, abordaremos a seguir sobre as organizações religiosas.

3.1. Organizações Religiosas

Como abordado no início deste capítulo, desde os primórdios, os ancestrais da espécie humana reconheciam a existência de um plano invisível que sustentava o visível e é isso que também descreve Blanc (2021). Segundo o autor, eles reconheciam a presença de um ser divino nas criaturas e instâncias da vida e a cultuavam por meio de ritos.

Registros arqueológicos revelam que a ideia de Deus ou de entidades divinas tem sido cultivada em todas as épocas e por todas as culturas. Nos primórdios da nossa espécie, a importância da religião era tanta que a partir dela se originaram as artes e as ciências. A busca da humanidade de celebrar o divino por meio de rituais criou a dança, a música e a necessidade de representá-lo fez os primitivos inventarem a pintura, cobrindo as paredes dos templos-cavernas paleolíticos (BLANC, 2021, p. 4).

Ainda segundo o autor, as religiões dão respostas para as questões mais profundas do viver humano, construindo a ética e fortalecendo a fé. “Somos, portanto, histórica, emocional,

psicológica e espiritualmente moldados pela religião dominante na região geográfica onde nascemos” (BLANC, 2021, p. 5).

Os fenômenos religiosos, embora diversificados e existentes em diferentes sociedades, têm um ponto em comum, que é o fato de conferirem valor e sentido para a existência dos seres e das coisas neste mundo, dando à humanidade a compreensão desses significados. Cunha, Novaes e Alvarenga (2022) apontam que essas manifestações acabam influenciando as representações de Deus, deuses ou seres sobrenaturais, a organização da fé, doutrinas, ritos, instituições, considerando o ponto de vista histórico e cultural, dentro das variantes de tempo e espaço.

Baechler (1995) explica o fenômeno religioso como sendo uma crença que pode utilizar-se de mitos, dogmas ou construções teológicas. Em seguida, surge a manifestação das emoções, que pode ser demonstrada por meio de danças ou orações. “A experiência religiosa traduz-se ainda em gestos, sistematizados em ritos. Finalmente, todo esse conjunto é dirigido a uma comunidade congregada por cerimônias que pontuam o tempo e partilham o espaço.” (BAECHLER, 1995, p. 453) É nesse contexto que as religiões vão ganhando significado, a partir de uma grande rede de crenças e atitudes, na qual os praticantes professam a fé baseando-se nas visões da religião que aceitam como verdadeiras.

As instituições religiosas são definidas por Canuto (2017, p. 20) como “a expressão da religião através de grupos organizados, que se traduzem em condutas individuais e também coletivas”. São muitas as razões que fazem uma pessoa optar por alguma organização religiosa específica e milhares de tradições religiosas, seitas e crenças vêm surgindo ao longo do tempo em diferentes lugares do mundo. Dentre elas, as maiores em números de seguidores são: Cristianismo, Islamismo, Hinduísmo e Budismo.

Essas religiões possuem influência política e cultural em diferentes regiões do globo e foram se propagando em territórios distantes da sua origem e localmente foram se adaptando, adquirindo novos significados, preservando, porém, os seus ensinamentos primordiais. “Tais religiões foram e, em muitos casos, ainda são tão determinantes que qualquer olhar que se lance em busca de se compreender as sociedades que elas ajudaram a formar requer conhecer seus preceitos e princípios básicos”. (BLANC, 2021, p. 6)

Em relação à fundação dessas organizações religiosas, Cunha e Novaes (2022) apresentam que existem aquelas que surgiram sem a figura de um fundador, como o hinduísmo. E há também as religiões que foram iniciadas a partir de um ser que estabeleceu a doutrina, regras e tradições, a exemplo do Cristianismo, que teve início a partir dos ensinamentos de Jesus Cristo e seus apóstolos, o Judaísmo, fundado por Moisés, e o

Islamismo, instituído por Maomé. De acordo com os estudiosos, essas religiões fundadas tiveram um importante crescimento ao longo da história e se tornaram organizações consagradas. Poder este que até hoje continua forte e determinante.

Berkenbrock (2019) defende que o mundo das religiões é uma riqueza cultural, artística, de mitos, de ideias, de tradições. As religiões são vistas pelo autor como:

o maior conjunto existente de ideias a respeito de compreensões sobre o ser humano, sobre a existência, sobre a vida individual e comunitária, sobre a origem e o destino, sobre a vida feliz e a infelicidade, sobre ideais e virtudes, sobre limites e misérias humanas. Enfim, em nenhum outro campo do conhecimento humano há tantas compreensões quanto as acumuladas pelas tradições religiosas. (BERKENBROCK, 2019, p. 12)

Em sua obra sobre o Mundo Religioso, Berkenbrock (2019) apresenta os dados sobre as quatro maiores tradições religiosas da humanidade em número de fiéis. Com 2 bilhões de seguidores, o Cristianismo assume a primeira colocação com 33%, seguido pelo Islã (22%), Hinduísmo (15%) e o Budismo (6%). Essas quatro grandes organizações reúnem cerca de 76% da população do mundo.

Segundo dados apurados por meio da pesquisa “Global Religion 2023”⁵, feita em 26 países entre os dias 20 de janeiro e 3 de fevereiro de 2023 e produzida pelo Instituto Ipsos, as religiões cristãs possuem 46%, com as seguintes variações Católicos (29%), Protestantes (11%), Ortodoxo (2%), Mórmon (<1%), Testemunha de Jeová (1%) e outros - não especificado (4%). Em seguida vem os muçulmanos, seguidores do Islã, divididos entre Sunitas e Xiitas, que chegam a 6%, o Budismo com 7% e o Hinduísmo, apresentando 4%.

3.2. Religião e crença no Brasil

Segundo Berkenbrock (2019), no Brasil, estão presentes as tradições religiosas originadas antes da chegada dos portugueses, que são as religiões indígenas. Há também forte prática do Cristianismo, além de outras manifestações religiosas que surgiram em diferentes partes do mundo, como Hinduísmo, Budismo, Judaísmo, Islamismo, Umbanda e Candomblé, que tiveram suas crenças disseminadas no Brasil por ser um território que recebe povos de vários continentes. Ao olhar para a influência das religiões de matriz africana no país, faz-se necessário pontuar que os seus praticantes chegaram ao Brasil em condição de escravos,

5

<https://www.ipsos.com/pt-br/89-dos-brasileiros-acreditam-em-deus-ou-em-um-poder-maior-aponta-pesquisa-ipsos>

sendo forçados a abandonar suas terras. Essas religiões conseguiram resistir e se adaptar, preservando elementos de seus rituais e tradições, transmitidos através das gerações.

Segundo o relatório dos dados do Censo Demográfico 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), desde a primeira pesquisa no território nacional até a década de 1970, por ser uma característica adquirida historicamente, o perfil religioso do brasileiro era predominantemente católico, além de ser essa a religião oficial do Estado até a Constituição da República de 1891. As demais tradições religiosas praticadas no Brasil tinham percentuais significativamente menores, realidade que sofreu alteração ao longo dos anos.

Infelizmente, os dados sobre as religiões do último Censo Demográfico, realizado em 2022, ainda não foram divulgados. Até o momento, o único quantitativo apresentado pelo IBGE é o número de estabelecimentos religiosos existentes no Brasil, que compreende um total de 579,7 mil, mas, sem especificar a qual religião pertencem. Portanto, os resultados que serão demonstrados aqui foram analisados com base no recenseamento anterior, coletado em 2010.

De acordo com a análise dos dados disponibilizados pelo Censo 2010 do IBGE, feita por Berkenbrock (2019), a grande maioria dos brasileiros pertencem a uma única tradição religiosa, que é o Cristianismo. Segundo essa avaliação, mais de 90% da população se declara participante de alguma comunidade cristã. Isso significa que a diversidade religiosa brasileira é muito mais intracristã, ou seja, de segmentos do próprio Cristianismo. Para ele, o Cristianismo no Brasil está dividido em: Católicos, Evangélicos (ou protestantes) e os Espíritas, pois essas comunidades cristãs possuem princípios de fé em comum.

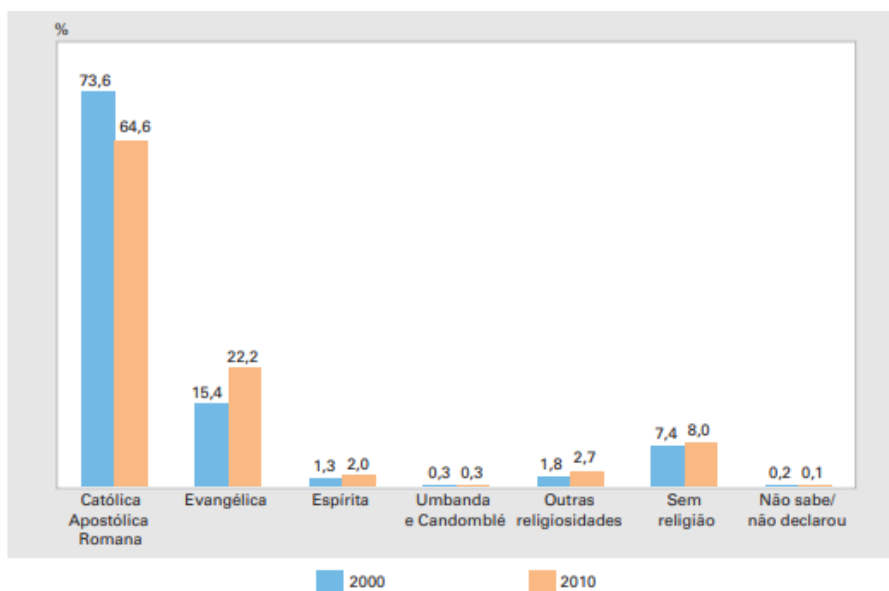
Como por exemplo, a fé em Jesus Cristo, a compreensão de que ele é Filho de Deus, de que Deus é uno e trino (Pai, Filho e Espírito Santo); Santo); ou então a compreensão comum de uma proposta de vida ensinada por Jesus, onde o amor (a Deus e ao próximo como a si mesmo) é o maior mandamento e o serviço é o critério básico de distinção (o maior dentre vós é o que se coloca a serviço); e aceitam em comum os textos tidos como sagrados: a Bíblia, com algumas diferenças textuais, é aceita por todos como Palavra de Deus. Na forma de se organizar e conduzir as suas instituições é que temos maiores diferenças entre os diversos grupos cristãos. (BERKENBROCK, 2019, p. 25)

Os dados demonstraram também que há uma maior pluralidade nas áreas mais urbanas do país, o que estimula o crescimento da diversidade dos grupos religiosos no Brasil. Ainda que o Catolicismo esteja ocupando o histórico primeiro lugar, com 64,6%, foi observada uma redução no número de brasileiros católicos, já percebida nas duas pesquisas anteriores, quando em 2000 esse percentual era 73,6%.

Também foi notado o crescimento da parcela da população que se considera evangélica (em 2000 o número era de 15,4% e no último censo foi registrado 22,2%). Houve

ainda o aumento da quantidade de pessoas que frequentam o Espiritismo (que passou de 1,3% para 2%) e dos que se declararam sem religião (subiu de 7,4% para 8%), conforme o gráfico abaixo:

Gráfico 1 - Percentual da população residente, segundo os grupos de religião



Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2000/2010

De acordo com o Censo, a diversidade dos grupos religiosos atuantes no Brasil nas últimas décadas possui características relacionadas à dinâmica da ocupação do território brasileiro. No que se refere às regiões do Brasil, a pesquisa indica que o número de católicos se manteve mais elevado nas Regiões Nordeste (72,2%) e Sul (70,1%) e a Região Norte foi onde a redução foi mais significativa (-10,7%). E entre adeptos ao Espiritismo, o maior aumento foi observado nas Regiões Sudeste e Sul, que agora possuem 3,1% e 2%.

Os evangélicos estão presentes com maior expressividade nas Regiões Norte (28,5%) e Centro-Oeste (26,8%) e marcam presença de forma numerosa também nos Estados de São Paulo e Rio de Janeiro, da Região Sudeste, além de áreas metropolitanas da Região Nordeste.

No tocante à Umbanda, foi identificado que uma boa parte daqueles que se declararam praticantes dessa religião são residentes nos Estados do Rio Grande do Sul, do Rio de Janeiro e de São Paulo. Já a grande parcela dos indivíduos pertencentes à religião Candomblé, estava situada no Estado da Bahia, principalmente em Salvador e municípios vizinhos, além do Estado do Rio de Janeiro.

Segundo a pesquisa “Global Religion 2023”, que entrevistou aproximadamente 1000 brasileiros entre os dias 20 de janeiro e 3 de fevereiro, como já mencionado anteriormente,

aproximadamente nove em cada dez brasileiros acreditam em Deus ou em um poder maior, o que corresponde a 89% da amostra, enquanto a média global é de 61%.

Quando questionados sobre a capacidade de superar crises, como doenças, conflitos e desastres, 90% dos brasileiros entrevistados apresentaram uma forte crença no poder de Deus ou de forças maiores para superar esses desafios.

Quando questionados se possuíam alguma religião, 76% dos brasileiros responderam que sim. O resultado da pesquisa apresenta que 70% deles se denominam cristãos e 5% pertencem a outras religiões, sem maiores especificações.

3.3. Religião, mediações culturais e midiatização

Segundo Silva, Renders e Campos (2014, p. 15), “as religiões são dispositivos de representação de grande força e eficácia, uma dimensão das representações culturais do mundo”. Dentro dessa perspectiva, as crenças religiosas são definidas levando-se em consideração os contextos espaciais e temporais, sujeitos a variações históricas e culturais. Por isso, é necessário desvendar a cultura para revelar as estratégias de identidade que constituem os grupos sociais, visto que essa identificação religiosa determina parâmetros culturais que influenciam as práticas cotidianas, os lugares, relações e atitudes.

Também possuem essa compreensão de religião os autores Regiani e Borelli (2018, p. 2), que apontam que “a religião é uma das manifestações culturais em que se mostra de forma mais evidente a capacidade humana de criação de símbolos, formas de interação e dispositivos para construção e disseminação de sentidos.”

A respeito do termo religiosidade, este é um elemento necessário para se caracterizar os valores que formam o homem e a sociedade dentro de um mesmo espaço territorial. É por isso, que cada sistema religioso deve ser compreendido e respeitado na sua singularidade, como destacam Cunha, Novaes e Alvarenga (2022), e a melhor maneira de abordar a questão das crenças religiosas consiste em analisá-las em contextos culturais e históricos específicos. Por isso, a religião permite conhecer o local onde as pessoas vivem seus valores em uma cultura, possibilitando um conhecimento maior dos valores éticos que envolvem uma dada sociedade.

Para o desenvolvimento deste tópico, faz-se necessário definir o significado de cultura, para isto, foi escolhido o conceito elaborado por Geertz (2008):

denota um padrão de significados transmitido historicamente, incorporado em símbolos, um sistema de concepções herdadas expressas em formas simbólicas por

meio das quais os homens comunicam, perpetuam e desenvolvem seu conhecimento e suas atividades em relação à vida. (GEERTZ, 2008, p. 66)

Nesse contexto, Bernardi e Castilho (2016) defendem que a religião, enquanto manifestação do sagrado, acontece em um espaço cultural e, por isso, a cultura e a religião se desenvolvem juntas e uma influência no desenvolvimento da outra e vice-versa. Ainda que o religioso seja algo inerente ao ser humano, é uma manifestação deste homem na relação com os outros indivíduos, portanto, é uma ação cultural.

Isso ocorre pois, segundo Silva (2011),

A religião é um dispositivo de representação cultural de grande força e eficácia, uma dimensão das representações culturais do mundo, estando sujeita, portanto, a mudanças. Religião e crenças religiosas só podem ser definidas em determinados contextos espaciais e temporais. Desvendar a cultura é revelar as estratégias e dinâmicas de identidade que constituem cada grupo social. A identidade religiosa estabelece parâmetros culturais que influenciam as práticas cotidianas, os lugares, as relações, as posições hierárquicas, as atitudes e as representações (SILVA, 2011, p. 227).

Por isso, entende-se que os valores culturais determinam objetos, ritos e símbolos que se apresentarão como sagrados e nas diferentes crenças é possível notar as variadas formas do homem se relacionar com esse conjunto de significados simbólicos.

Analisando, então, os símbolos religiosos e a comunicação como recursos de capital intelectual da cultura, por meio dos quais ela é perpetuada e desenvolvida, é possível compreender o papel da mídia no contexto religioso, já que, cultivar valores, símbolos e crenças é uma das características da Comunicação Social e, por isso, é percebido o deslocamento da experiência religiosa para a cultura midiática, fenômenos que é chamado por Gasparetto (2009) de midiatização.

O conceito de midiatização é definido pelo autor como um fenômeno por meio do qual as mídias se relacionam com outros campos sociais. Sbardelotto (2012, p. 3) explica que isso também pode ser entendido como um “metaprocesso comunicacional que nos ajuda a entender a sociedade contemporânea, a partir da transformação social que se desencadeia por meio de processos midiáticos”, que tanto influencia a sociedade quanto a sociedade influencia os rumos e configurações das mídias.

Do ponto de vista institucional, Damásio (2022) aborda a midiatização como pertencente ao avanço industrial da globalização nas sociedades modernas.

Nela, se afere o modo como as instituições e campos sociais apresentam certa dependência em relação às lógicas da mídia. Sejam como tecnologias ou instituições, entende-se que as mídias influenciam a sociedade em suas diversas instâncias. (DAMÁSIO, 2022)⁶

⁶ Versão Kindle em que não exibe o número da página, apenas a posição 9675.

A partir da noção do que é mediatização, é possível compreender melhor a presença de discursos religiosos em uma sociedade que é pautada por valores laicos, mas repleta de valores religiosos, e esses elementos articulam-se nas práticas cotidianas das pessoas. Nessa esfera, as ações desenvolvidas no processo de mediatização possibilitam que a religião faça parte do dia a dia do seu público por meio de ações estratégicas para expressar crenças e valores.

E essas novas configurações sociais formadas e transformadas em função da mediatização repercutem sobre os modos de pensar, agir e formular os próprios modos de construção de sentidos e de representações simbólicas da Igreja. A mediatização da sociedade implica em mudanças de ordem temporal e espacial das interações, em que o imediatismo e a coexistência ditam outra forma de se estabelecer vínculos, um novo modo de estruturação dos sentidos. (GASPARETTO, 2009, p. 126)

Nesse contexto de representações simbólicas e culturais, a religião apresenta elementos com dimensões culturais que devem ser pensadas a partir de um ponto de vista histórico e político, enquanto fenômeno social, como afirma Martino (2016).

Partindo dessa análise, Sá (2022, p. 9) explica que “as práticas religiosas podem ser pensadas como práticas culturais de onde derivam questões políticas, sociais e econômicas dentro do espaço público”. E é dentro desse contexto que o fenômeno de mediatização da religião se destaca, buscando desenvolver determinadas práticas sociais no ambiente das mídias.

As experiências dessa apropriação de campos midiáticos pelo espaço religioso estão ligadas aos processos culturais. “Em suas diversas modalidades, a mediatização da religião define novos modos da experiência do religioso e, por consequência, da formação de identidades a ela vinculadas.” (MARTINO, 2016, p. 150). Complementar a isso, Hoover (2014, p. 50) afirma que “Religião e espiritualidade têm a ver hoje com identidade e com o lugar que indivíduos estabelecem para si próprios no turbilhão da vida moderna.”

Em relação à influência desse processo de mediatização da religião na formação de identidades, a comunicação se destaca como uma importante ferramenta pois, “a religião constrói e gera sentido ao fiel também por meio de processos sociais que ocorrem a partir do fenômeno da mediatização.” (SBARDELOTTO 2012, p. 7) Esse fenômeno afeta as práticas sociais e impacta o modo de agir dos indivíduos e, quando se fala especificamente do campo religioso, é possível perceber que há reformulações em suas práticas e processos que são resultado da influência da mídia.

De acordo com Borelli (2010), com o processo de mediatização das religiões há um redimensionamento de algumas práticas, pois, além de saber utilizar as mídias e seus

diferentes dispositivos, é necessário também saber operar enquanto um novo campo a partir de uma cultura midiática.

Na obra “*Mídia, religião e sociedade*”, Martino (2017) foca no estudo das práticas sociais religiosas ligadas à mídia e à comunicação e apresenta a midiatização como uma estratégia vinculada a um contexto no qual a utilização dos elementos comunicacionais garante visibilidade na sociedade.

A midiatização é uma característica de várias igrejas e grupos religiosos, nas quais práticas e modos de vivência da religião são alterados, repensados no contexto de uma sociedade na qual várias atividades cotidianas, de relacionamentos familiares a questões profissionais, acontecem no ambiente digital e fora dele. (MARTINO, 2017, p. 22)

Outro ponto que o autor explica é que nem sempre a utilização da mídia por parte das religiões pode ser chamada de midiatização, pois esse fenômeno só é reconhecido quando há modificações de práticas. Ou seja, quando uma instituição religiosa faz o uso dos meios de comunicação apenas para transmitir uma mensagem, sem alteração de nenhuma prática religiosa, isso não significa sua “midiatização”, mas “mediação”.

A veiculação de uma cerimônia religiosa pela televisão não significa, neste ponto de vista, a midiatização da religião. No entanto, quando tanto as práticas de produção quanto de divulgação da mensagem religiosa se organizam, na própria instituição religiosa, em termos de uma lógica vinculada ao ambiente midiático, é possível falar em uma midiatização da denominação religiosa. A adequação institucional às lógicas de produção midiática, bem como dos fiéis e de suas práticas, ao ambiente midiático, pode ser entendida como um sintoma mais nítido do processo de midiatização do campo religioso. (MARTINO, 2017, p. 24)

Compreende-se, então, que para que ocorra a midiatização da religião é necessário haver uma adequação às características dos meios de comunicação, com sua linguagem e seus códigos. Contudo, se essa celebração é preparada para ser compartilhada nas mídias digitais, com cortes e edição de imagens, trilha sonora adequada, com o celebrante olhando para a câmera para se dirigir a quem está assistindo, nesse caso há uma mudança na prática social em decorrência do uso da mídia, alterando assim a forma original e criando um novo aspecto comunicacional da prática religiosa.

Esse fenômeno ocorre porque a Igreja passa a se deslocar dos templos tradicionais para constituir sua presença em novos territórios, agora, por meio de recursos tecnológicos, como veremos a seguir.

4. COMUNICAÇÃO E RELIGIÃO

As relações na sociedade estão constantemente sendo mediadas pela comunicação e o cotidiano da maioria das pessoas é marcado pela presença massiva de recursos tecnológicos na vivência de várias experiências, o que vem gerando mudanças em diversos campos sociais aos quais o homem pertence.

Carranza (2005) pontua que os meios de comunicação fazem circular bens comerciais, simbólicos e serviços para a reprodução social dos sujeitos e suas subjetividades.

É inegável o peso que os meios de comunicação de massa alcançaram com sua função de difusão e consumo nas diversas sociedades, sobretudo com as novas tecnologias digitais, ocupando uma posição hegemônica na vida cotidiana, muitas vezes pautada pelos meios informativos que a tornam lugar comum de interação subjetiva no meio dos cidadãos comuns. (CARRANZA, 2005, p. 16)

As práticas comunicacionais constituem a vida social e as mídias ocupam um espaço central na construção dessa sociabilidade, como afirma Gasparetto (2019). Compreende-se, então, que o crescimento do fenômeno midiático dá origem a um novo ambiente social, não somente pelos suportes tecnológicos e meios de comunicação, mas por toda a ordem social.

Analisando essa função da comunicação na construção da vida em sociedade, é possível observar a sua contribuição também nos fenômenos religiosos, possibilitando a existência de novos ambientes de experiência de fé.

Nesse contexto, a comunicação assume um papel estratégico no desenvolvimento de novas formas de religiosidades. Como afirma Fausto Neto (2001, p. 64), “Da perspectiva da comunicação, o “campo da mídia” terá enorme poder de sugestão para criar os climas espirituais. Será o lugar privilegiado para alimentar a espiritualidade”.

As inúmeras expressões de fé transparecem não se contentar somente com suas reuniões, missas e cultos semanais de maneira restrita aos seus membros. E, segundo Budke (2013, p. 376), a pós-modernidade, potencializada pelo avanço da tecnologia, aponta a mídia como sendo o caminho de sucesso para qualquer área, por isso, o campo religioso tem experimentado alterações em seus modos de expressão adotando um outro modo de funcionamento, em consequência de uma midiaticização no seu espaço.

Dessa forma, os meios de comunicação em geral, principalmente o rádio e a televisão têm contribuído de maneira significativa na propagação das doutrinas religiosas das mais diversas crenças. “As mídias são uma fonte de informação sobre as religiões, sobre as tendências religiosas e sobre as ideias religiosas”. (HOOVER, 2014, p. 45)

Ao longo da história, as instituições religiosas buscaram estar presentes nos mais variados meios de comunicação, tanto para alcançar seus fieis, quanto cativar mais adeptos. E é por meio dos espaços disponibilizados pela mídia tradicional que os ensinamentos começaram a ser propagados.

Segundo Martino (2017), as publicações religiosas impressas já existiam desde o século XVII, mas foi a partir do início do século XX que o rádio passou a ser usado como instrumento de divulgação de conteúdo religioso.

As primeiras incidências de conteúdo religioso em uma emissora de rádio estadunidense foram em 1912 quando, de maneira experimental, foi transmitido um ofício religioso natalino em Massachusetts. “No entanto, apenas na década seguinte se verifica um crescente interesse por parte de padres e pastores por esse meio de comunicação”. (SOUSA, 2021, p. 4)

A partir da influência norte-americana, em especial dos grupos pentecostais protestantes, as religiões foram encontrando novas formas de estar presentes na mídia. Gomes (2004) explica que a utilização dos meios de comunicação pelas Igrejas Cristãs configura um processo sociocultural importante.

A primeira rádio comercial dos Estados Unidos surgiu em 1920 e cinco anos depois, de um número de 600 estações em operação, 63 se diziam pertencentes a Igrejas ou grupos religiosos.

Nos Estados Unidos, a radiodifusão religiosa começou quase dois anos mais cedo que na Inglaterra, quando o serviço vespertino da Igreja Episcopal do Calvário, em Pittsburgh, foi transmitido pela primeira estação comercial da América, a KDKA. Essa foi também a primeira transmissão externa realizada por uma emissora comercial. Em 1922, foi estabelecida a primeira estação religiosa exclusiva, em Chicago, chamada WJBT Where Jesus Blesses Thousands. (GOMES, 2004, p. 6)

Em relação a utilização da televisão, segundo Gomes (2004, p. 7), dois foram os televangelistas⁷ precursores desse movimento: o Bispo Fulton J. Sheen e Billy Graham. No Catolicismo, o Bispo Sheen foi considerado o primeiro evangelista de televisão de maior sucesso, com seu carisma especial, foi projetado como um religioso midiático.

A partir disso, surgiu o conceito de igreja eletrônica, que é quando as igrejas conseguem transmitir a sua doutrina e ensinamentos aos seus seguidores por meio de programas televisivos, e isto está relacionado ao contexto norte-americano do chamado televangelismo. Matín-Barbero (1995) em uma reflexão sobre este termo, explica que a

⁷ Líderes religiosos que tinham a televisão como veículo preferencial para suas iniciativas no campo midiático. (Sousa, 2021, p.4)

religião conseguiu se apropriar da modernidade e que não há um confronto entre elas, mas sim, um processo de modernização das religiões, ligado às novas tecnologias da comunicação.

Igreja Eletrônica significa então o seguinte: algumas igrejas que não se limitam a usar a mídia para ampliar o público de seus sermões, não se limitam a usar a mídia para ampliar o espectro de público que atingem. A meu ver, igrejas eletrônicas são igrejas que se converteram especialmente para a mídia rádio e TV, tornando a TV e o rádio uma mediação fundamental da experiência religiosa. Ou seja, a mídia não é simplesmente um auxiliar para amplificar a voz, mas é um elemento importante, um elemento fundamental do contato religioso, da celebração religiosa, da experiência religiosa. (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 76, tradução nossa)

Nessa relação entre mídia e religião, as instituições religiosas utilizam outros referenciais midiáticos para alcançar os fieis, como a telenovela, a música, as imagens e a cultura digital. Seja assistindo televisão, fazendo alguma busca em sites na internet ou utilizando as redes sociais, é possível perceber a presença de conteúdos religiosos nesses ambientes.

Os meios de comunicação são tomados como instrumentos naturais, que possibilitam a propagação da mensagem cristã por toda a terra. “O dispositivo comunicacional é tomado como instrumento e/ou suporte, devidamente naturalizado, e não como um desafio conceitual que hoje enfrentam as práticas midiáticas dos diferentes campos sociais.” (GOMES, 2004, p. 12).

Contudo, como reforça Martino (2017), é necessário que haja interação, pois não é somente a presença dos aparelhos tecnológicos que garantem um ambiente midiático, ele só existe porque os indivíduos interagem com e por meios deles, fazendo parte das relações e das práticas do dia a dia.

A partir desse fenômeno midiático religioso, o templo passa a não ser o único ambiente onde os fieis podem se reunir para compartilhar suas crenças e com a necessidade de propagar suas doutrinas, as religiões se apropriam dos dispositivos comunicacionais através das inúmeras possibilidades que eles geram para transmitir sua mensagem de fé. Como explica Sbardelotto (2012),

Ou seja, a experiência religiosa também passa a ocorrer a partir das mídias, em uma relação sinérgica e em espiral entre processos sociais e processos tecnológicos, entre práticas sociocomunicacionais a partir de *técnicas* específicas. (SBARDELOTTO, 2012, p. 7)

Surge, então, a emergência de “templos midiáticos”, ou seja, o uso de novos formatos para as novas modalidades de práticas religiosas. A mídia passa a ser um vínculo entre as instituições e o seu público. “As “velhas igrejas” deslocam-se do seu habitat para os ambientes em que a cultura midiática serve como referência para a organização das novas estratégias e táticas simbólicas das igrejas, hoje”. Fausto Neto (2004, p. 13)

Miklos (2013) aponta que as Igrejas fazem o uso das mídias em busca de espaços onde a expressão de fé atue como um conforto em situações em que o indivíduo não possa vivenciar uma experiência de contato presencial. Nessa compreensão, Fausto Neto (2001) explica que é na esfera midiática que as religiões situam seus lugares, constroem suas identidades e suas relações com os outros.

Abandonam-se as formas tradicionais de comunicação estruturadas nos limites e nos parâmetros dos próprios rituais religiosos, bem como as "comunicações alternativas" centradas nas experiências dos grupos, e se instauram estratégias "*mass mediáticas*" envolvendo uma complexidade que ultrapassa, largamente, as tradicionais formas de interação com que cristãos estruturam suas práticas e sua fé. (FAUSTO NETO, 2001, p. 4)

No contexto das Igrejas Cristãs, por exemplo, a utilização dos meios de comunicação por elas, configura um processo sociocultural de grande relevância. Gomes (2004) afirma que as Igrejas começaram a dar atenção aos meios de comunicação eletrônicos para aumentar o espaço e o alcance de suas pregações e a motivação principal para a utilização dos meios eletrônicos pelos agentes religiosos é a obediência bíblica na missão de anunciar o Evangelho, seguindo os protocolos comunicacionais.

Os modernos meios de comunicação representam um instrumento providencial para ajudar no cumprimento da missão. Eles permitem, inclusive, atingir as pessoas que não se dirigem ao templo para rezar, permanecendo em casa cuidando de seus negócios. Sem pedir licença, eles visitam, via televisão, os lares das pessoas, levando-lhes a mensagem do Evangelho. (GOMES, 2004, p. 9)

Compreende-se que, desse fenômeno, são criadas novas formas de chegar até os fiéis e isso permite que estes estejam em conexão mais tempo e com uma maior frequência com Deus, mediante as leis da comunicação de massa. Isso acaba impactando inclusive a performance dos atores religiosos, que passam a ter seus discursos adaptados aos meios. “O religioso não apenas transpõe as suas práticas do ambiente histórico-real para a ambiência midiaticizada, mas assume para si a cultura da mídia e as suas operações”. (FLORES, 2013, p. 110)

A utilização dos recursos midiáticos por parte das instituições religiosas vem causando mudanças no desenvolvimento do campo das religiões. Conforme pontua Borelli (2010), as estratégias aplicadas são importantes para o contato com os fiéis, entre elas estão a variedade da programação televisiva, os *websites e blogs*, os mecanismos de interação e a ampla divulgação de informações.

Essa mudança do púlpito para a televisão, internet, rádio e outros dispositivos, reflete a criação de uma outra esfera midiática, que permite um contato que não necessita mais ser de forma presencial, pois os vínculos e a produção de sentidos passam a ser realizados por meio da mídia.

Nesse contexto, são construídos novos modos de manter contato e diferentes formas de estarem juntos, professando a mesma fé.

Não é preciso mais estar presencialmente no templo para compartilhar uma mesma crença, pois o fiel pode se sentir pertencente a uma igreja consumindo os seus produtos, acompanhando a programação religiosa ou fazendo seus próprios rituais em momentos e locais que bem entender. Essas novas expressões da fé só se concretizam porque há dispositivos que constroem os sentidos de um religioso. (BORELLI, 2010, p. 20)

As Igrejas passam a ocupar um novo espaço, que permite aos fieis obterem uma nova experiência religiosa, como afirma Schmidt (2008, p. 58) “Há, em nossa cultura atual, uma nova forma de pensar religião. Pensa-se num novo jeito de construir a fé, uma nova maneira de se relacionar com Deus e obter uma experiência religiosa. A mídia revaloriza a religião”.

O autor pontua ainda que as Igrejas redefiniram seu campo de atuação, que antes era limitado às paredes de seus templos, com a implantação de novas estratégias de organização para a construção da fé., reforçando a experiência de fé já existente. Nessa compreensão sobre as transformações, os meios eletrônicos de comunicação passaram a ser vistos como importantes aliados de evangelização das igrejas. “As chamadas “igrejas eletrônicas”, que surgiram nos Estados Unidos e se difundiram no Brasil desde o início da década 1980, hoje realizam transmissões ao vivo de cultos religiosos e programas de evangelização.” (MIKLOS 2013, p. 204)

Como destaca Barros (2013),

Hoje, o fenômeno religioso não está enclausurado, mas explode nas mais diferentes práticas e formas midiáticas. Ao mesmo tempo, em que é objeto de reportagens em jornais, livros e revistas de circulação nacional, o fenômeno religioso invade o campo midiático eletrônico, principalmente a televisão. (BARROS, 2013, p. 91)

4.1. Campo de Pesquisa em Comunicação e Religião

Do ponto de vista acadêmico, esse cenário em que o campo religioso se ocupa dos espaços midiáticos com o propósito de propagar suas doutrinas vem despertando interesse de pesquisadores há algum tempo, o que demonstra uma pluralidade de perspectivas teóricas para a compreensão desse fenômeno.

Segundo Martino (2017), os estudos de mídia e religião no Brasil tiveram início nos anos 1960, ainda dentro do campo das Ciências Sociais, mas, foi em 1980 que o assunto começou a chamar a atenção dos pesquisadores da área da Comunicação, ganhando maior autonomia a partir dos anos 2000, quando houve um crescimento numérico e temático das pesquisas. “A religião se torna um tema de interesse porque essas crenças estão ligadas ao

modo como indivíduos, comunidades e sociedades vivem e se relacionam uns com os outros”. (MARTINO, 2017, p. 12)

Ainda de acordo com a abordagem de informações sobre a produção brasileira de pesquisas a respeito de Comunicação e Religião, em termos institucionais, esta parece estar consolidada, com grupos que se dedicam ao tema, com por exemplo, o Grupo de Pesquisa Comunicação e Religiões da Intercom e outros grupos e núcleos como os registrados pelo Diretório de Grupos de Pesquisa do CNPq, que são um na Universidade Federal do Pernambuco (UFPE) e outro na Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP).

Conforme explica Sousa (2021),

O tema comunicação e religião não só tem despertado o interesse de pesquisadores de diversos programas de pós-graduação em comunicação do país, como também tem levado a movimentos que visam à consolidação de espaços de diálogo. Desse modo, não se trata mais de investigações pontuais de um ou outro(a) pesquisador(a), mas sim da constituição de arranjos que confluem no sentido de fomentar a discussão e promover estabilidade e visibilidade ao tema como objeto de pesquisa científica. (SOUSA, 2021, p. 3)

Se antes a comunicação era vista como uma parte em estudos sociológicos, posteriormente as pesquisas passaram a focar em como este fenômeno da midiatização se tornou central em alguns aspectos das instituições religiosas. Martino (2017, p. 13) ressalta que o foco na área de comunicação é resultado também da mudança que vinha surgindo no próprio cenário religioso, com o surgimento de novas denominações religiosas protestantes, como a Igreja Universal do Reino de Deus e a Igreja da Graça, que utilizavam os meios de comunicação, especialmente da televisão, como elemento central de suas atividades, “ao mesmo tempo em que a Igreja católica também revia seus conceitos sobre a comunicação, investindo na mídia para a divulgação de suas ideias”.

A respeito das grandes mudanças da relação entre a Igreja Católica e a Comunicação Social ao longo do tempo, esta temática será analisada no tópico a seguir.

4.2. Igreja Católica e os Meios de Comunicação

A relação entre a Igreja Católica e a comunicação é historicamente longa. O posicionamento da Igreja diante dos meios de comunicação passou de um período de desconfiança até o momento em que esta reconheceu os fatores potenciais da mídia para a evangelização, como um novo campo de missão para propagar os valores cristãos e conquistar novos adeptos.

Puntel (2011, p. 222) defende que “a seu modo, segundo os critérios e cultura da época, bem como o grau de compreensão da Igreja em cada período, esta, de certa forma, sempre se interessou pela comunicação”. Afirmação também defendida por Alvarenga (2021, p. 154) que, ao analisar a história da Igreja Católica, pontua que “é possível identificar que ela sempre esteve preocupada com a comunicação”, sendo essa uma relação constante, com mudanças ocorrendo nas formas como essa preocupação se materializa e como a Instituição vem dando respostas às demandas geradas pelos meios de comunicação.

As pesquisas de Joana Puntel (2011) e Ricardo Alvarenga (2020; 2021), com base no estudo desenvolvido por Marques de Melo (1985) em *Igreja e Comunicação*, analisam essa trajetória e permitem conhecer a relação Igreja-Comunicação por meio da identificação de 4 fases. Essa categorização indica a caminhada da Igreja no seu relacionamento com a religião e a sociedade, o que, segundo Marques de Melo (1985, p. 63), representa uma “profunda transformação pastoral”.

4.2.1. 1ª fase – Censura e Repressão

A 1ª fase abordada pelos autores é definida como a *da censura e da repressão*, período que vai do Papa Inocêncio VII até o século XIX. Segundo Marques de Melo (1985), a partir dessa fase, a hierarquia eclesial se configurou com uma função intermediária entre o saber produzido e sua dimensão na sociedade. Puntel (2011) aponta que foi nesse período que ocorreu um confronto da instituição eclesial com os meios de comunicação. “A Igreja teve sérias dificuldades em reconhecer os valores positivos nos meios de comunicação e em perceber suas potencialidades para atuar como instrumentos na defesa da dignidade dos seres humanos.” (PUNTEL, 2011, p. 224)

Alvarenga (2020) explica que esse momento se desenvolveu no contexto do advento das tecnologias de comunicação impressa, quando o Papa Inocêncio VIII publicou a constituição *Inter Multiplices*, em 1487, apontando uma postura de censura e repressão às publicações impressas, como livros e folhetos informativos, marcada pelo tempo da Inquisição. (os principais documentos da Igreja serão apresentados mais detalhadamente em uma tabela mais adiante).

4.2.2. 2ª fase - Aceitação desconfiada

Essa 2ª fase é caracterizada por mudanças profundas causadas pela aceitação desconfiada em relação aos novos meios. Como explica Puntel (2011), “o exercício do controle sobre a imprensa, a vigilância sobre o cinema e o rádio marcaram a trajetória da Igreja na época”, contudo, Marques de Melo (1985) destaca que nesse período há uma transformação na sociedade e a Igreja precisava se adaptar aos novos tempos.

Por isso, ela começa a aceitar, ainda que desconfiadamente, os meios eletrônicos. E principia a usá-los, a servir-se deles, para difundir suas mensagens. Começa também a mudar a sua postura em relação à imprensa, se bem que num ritmo menos veloz. É o que prescreve o decreto conciliar *Inter Mirifica*. (MARQUES DE MELO, 1985, p. 62)

Nesse contexto de mudanças, Alvarenga (2020) explica que a Igreja Católica iniciou novos rumos e, de forma gradual, começou a superar a postura negativa atribuída aos meios de comunicação. Ele conta que em fevereiro de 1879, o papa Leão XIII realizou o primeiro pronunciamento oficial de um Papa para a Imprensa, quando recebeu um grupo de jornalistas durante uma audiência.

De acordo com Puntel (2012 apud Alvarenga, 2021, p. 154), para a Igreja, a sociedade estava utilizando os meios de comunicação para o mal e, por isso, seria obrigação da Instituição combater esse mal anunciando a boa mensagem. “Nesse sentido, a Igreja Católica começou a lançar mão dos meios de comunicação com maior efetividade”. (Alvarenga, 2021, p. 154)

Também dentro dessa fase, o Papa Pio XI inaugurou, em fevereiro de 1931, a Rádio Vaticano, tornando-se o primeiro Papa da história da Igreja Católica a se pronunciar por meio de uma rádio e lançou a carta encíclica *Vigilanti Cura*, em 29 de junho de 1936, ressaltando os riscos e as potencialidades dos meios de comunicação, com destaque especial para o cinema.

Conforme aborda Alvarenga (2020), outros acontecimentos foram importantes nesse período, como o primeiro pronunciamento de um Papa na televisão, proferido por Pio XII em 17 de abril de 1949, e a publicação da encíclica *Miranda Prorsus*, na qual o Papa inicia um discurso mais aberto sobre a comunicação. E o final dessa 2ª fase é marcado pelo pontificado de João XXIII, que se destacou por reconhecer a grande importância dos meios de comunicação.

João XXIII dá outra contribuição significativa para a relação Igreja-Comunicação quando lança, em 22 de fevereiro de 1959, o documento *Boni Pastoris*, pelo qual constitui oficialmente a Comissão Pontifícia para o Cinema, Rádio e a TV, como Ofício da Santa Sé. (ALVARENGA, 2020, p. 11)

4.2.3. 3ª fase – Deslumbramento ingênuo

Esta é a fase do *deslumbramento ingênuo*, quando a igreja percebe que precisa se adaptar às exigências do mundo contemporâneo no contexto das transformações sociais e tecnológicas. A principal referência desse momento é a instrução pastoral *Communio et Progressio*, publicada em 23 de maio de 1971.

Durante anos a fio a Igreja recusou a comunicação na sua dimensão intrínseca (dialogicidade, universalidade); de repente, ela assume a postura de que é preciso evangelizar, multiplicar a palavra do Evangelho, utilizando os modernos meios de comunicação. E proclama que o rádio e sobretudo a televisão podem ter um grande papel no trabalho pastoral. Admite que a tecnologia da reprodução eletrônica pode ampliar a penetração da mensagem eclesial e expandir o seu trabalho piedoso. (MARQUES DE MELO, 1985, p. 62)

Puntel (2011) esclarece que nessa 3ª fase é possível notar um ritmo veloz na velocidade com que as transformações acontecem e esse era um contexto em que havia acabado acontecer o Concílio Vaticano I. A percepção da Igreja agora era de que os meios poderiam ser a solução para o baixo número de padres e religiosos católicos para atender as comunidades, como explica Alvarenga (2021).

Vale ressaltar aqui uma observação feita por Alvarenga (2020) ao analisar essa categorização de fases da relação Igreja-Comunicação. A partir da sua análise e interpretação mais atual, o autor verificou que o documento *Inter Mirifica*, que surgiu a partir do Concílio Vaticano II, se enquadra nessa 3ª fase e não na 2ª, como interpretado anteriormente pelos estudiosos. O documento foi entendido pelo pesquisador como parte do início da fase do deslumbramento ingênuo da Igreja sobre os meios de comunicação.

4.2.4. 4ª fase – Avaliação Crítica / Reviravolta

Nessa 4ª fase existe uma mudança de opiniões dos autores em questão. Marques de Melo (1985) a chama de *Avaliação Crítica*, pois é quando a Igreja para de acreditar que a tecnologia pode resolver todos os problemas da ação evangélica.

A Igreja passa a incentivar, a patrocinar e respaldar experiências de comunicação do próprio povo. Facilita de modo que os seus meios de comunicação sejam voz dos que não têm e cria condições para que o povo de Deus, organizado em comunidades, passe a ter voz através dos seus próprios meios. Em síntese, estimula a criação de meios populares de comunicação, rompendo o silêncio secular a que esteve condenado o nosso povo. (Marques de Melo, 1985, p. 63)

Contudo, Puntel (2011) faz uma alteração nessa etapa, que passa a ser chamada Reviravolta. E nessa reviravolta do pensamento, Alvarenga (2021), que concorda com essa substituição da fase proposta por Puntel (2011), aponta que essa “se mostra como uma fase ampla e atual, esse é o momento em que a Igreja Católica passa a assumir um pensamento mais crítico e estratégico sobre a comunicação.” (ALVARENGA, 2021, p. 156)

Puntel (2011), explica que essa revolução de pensamento da Igreja Católica não está em um documento específico a respeito da Comunicação, mas na encíclica *Redemptoris Missio*, de 1990, dedicada ao novo foco da missão da Igreja no mundo atual, escrita pelo Papa João Paulo II. Nela, segundo Alvarenga (2020), o mundo da comunicação é entendido pelo pontífice como o primeiro lugar e o desenvolvimento tecnológico e os novos meios de comunicação ampliam as possibilidades de evangelização.

A autora explica ainda que nessa trajetória da relação Igreja-Comunicação, nota-se que a Igreja apresenta uma crescente preocupação com a questão ética nas comunicações.

Assim em 1997 o Pontifício Conselho para as Comunicações publica *Ética na Publicidade* e, no ano 2000, publica *Ética nas comunicações sociais*. E, em 2002, publica *Igreja e Internet* e, ao mesmo tempo, *Ética na Internet*. No documento *Igreja e Internet*, a Igreja identifica a internet como “o novo fórum para a evangelização” e em *Ética na Internet* afirma que “a Internet é o mais recente, e sob muitos pontos de vista, o mais poderoso de uma série de instrumentos de comunicação (...). Ela tem consequências enormes para os indivíduos, as nações e o mundo em geral” (n. 2). (PUNTEL, 2011, p. 232)

O documento seguinte sobre a comunicação, O rápido desenvolvimento, é uma carta apostólica de João Paulo II, de janeiro de 2005, publicada 3 meses antes de sua morte.

A respeito do Pontificado do Papa Francisco, Alvarenga (2021) explica que em 25 de junho de 2015 foi iniciado um processo de reestruturação da comunicação do Vaticano com a criação da Secretaria para a Comunicação da Santa Sé, uma ação estratégica para a modernização da estrutura da comunicação da Igreja Católica.

Assim o novo órgão passa a articular o Centro Televisivo Vaticano, a *Libreria Editrice Vaticana*, o *L'Osservatore Romano*, o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, a Rádio Vaticano, a Sala de Imprensa da Santa Sé, o Serviço Fotográfico, o Serviço de Internet do Vaticano, a Tipografia Vaticana, o site institucional da Santa Sé e o serviço de redes sociais do Sumo Pontífice”. (ALVARENGA, 2021, p. 157)

4.3. Principais Documentos da Igreja Católica sobre Comunicação

Com base em Puntel (2011), serão apresentadas, a seguir, características dos principais documentos na Igreja Católica sobre a temática Comunicação, em ordem cronológica.

Tabela 1 - Principais documentos na Igreja Católica sobre Comunicação

Documento	Ano	Autoria	Descrição
<i>Inter multiplices</i>	1487	Papa Inocêncio VIII	Expressa o pensamento da Igreja a respeito dos meios de comunicação escritos e define como eles deveriam ser abordados. A partir dessa publicação, a postura inicial assumida pela Igreja diante dos meios de comunicação foi, portanto, defensiva.
<i>Vigilanti Cura</i>	1936	Papa Pio X	A Igreja reconhece o poder de influência do cinema, sua importância como forma de divertimento e a força da imagem aliada à música. Defende então, a importância de estar vigiando os filmes que estão nas telas, pois, “É uma das supremas necessidades do nosso tempo fiscalizar e trabalhar com todo afinho para que o cinema não seja uma escola de corrupção, mas que se transforme em um precioso instrumento de educação e de elevação moral”. (VIGILANTI CURA, 1936, p. 11)
<i>Miranda Prorsus</i>	1957	Papa Pio XII	Na encíclica, o Papa afirma que a partir do cinema, do rádio e da televisão não nascem só grandes bens, mas também muitos perigos, por isso há essa necessidade de princípios informativos que devem fazer uma regulação. Outro ponto abordado é que o sacerdote deve conhecer os problemas dessas técnicas de difusão, para saber servir-se delas quando requerer o seu ministério e para atingir um maior número de pessoas.
<i>Inter Mirifica</i>	1963	Papa Paulo VI	Por meio dele, a Igreja Católica apresenta como seu dever pregar a mensagem da salvação, utilizando-se dos meios de comunicação social. É fruto do Concílio Vaticano II ⁸ e, pela primeira vez, um documento universal da Igreja assegura a obrigação e a ela compete o direito de usar e possuir qualquer um destes meios, enquanto eles forem úteis à educação cristã ou às obras que objetivam a salvação das almas. Contudo, é necessário orientar os fiéis

⁸ Segundo Puntel (2022) é o mais importante evento da Igreja católica na segunda metade do século 20.

			quanto a essa utilização. Também enfatiza a necessidade da existência de uma “boa imprensa”, ou seja, uma imprensa composta por católicos.
<i>Communio et Progressio</i>	1971	Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais	Por meio do documento, a Igreja reconhece que estes meios de comunicação social são como "dons de Deus", na medida em que criam laços de solidariedade entre os homens. Dentro dessa avaliação positiva, a publicação ensina que o cristão deve encarar os meios de comunicação como instrumentos de Deus para a promoção das relações sociais. Explica que Cristo exerceu o papel de “perfeito comunicador”, disseminando sua mensagem com a palavra e a própria vida. Foi elaborado ainda, com a consciência da necessidade de dialogar com os profissionais da comunicação social, para orientá-los a usar estes meios para o progresso humano.
Pornografia e violência nas comunicações sociais	1989	Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais	Com ele, a Igreja demonstra preocupação com os efeitos da pornografia e da violência. No sentido de combater a difusão destas pelos meios de comunicação, o documento emite orientações para profissionais da comunicação, pais, educadores, juventude, autoridades públicas e Igreja e grupos religiosos. A publicação ressalta que não seria apropriado impor uma postura de censura por parte da Igreja e sim, manter um diálogo contínuo com os comunicadores, para que estejam conscientes de suas responsabilidades e missão.
<i>Aetatis Novae</i>	1992	Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais	A instrução aborda como as novidades implicaram uma evolução rápida das velhas tecnologias, como o surgimento de novas tecnologias das comunicações. Por meio da publicação, é solicitado que a Igreja continue se empenhando a desenvolver seus próprios instrumentos e programas católicos de comunicação, como imprensa, rádio e televisão católicas, gabinetes de informação e de relações públicas e a pesquisa sobre os meios de comunicação.
Ética na Publicidade	2000	Pontifício Conselho para as	A Igreja demonstra uma progressiva preocupação com a questão ética nas

		Comunicações Sociais	comunicações e neste documento aponta os efeitos positivos e negativos da publicidade, as vantagens e benefícios, bem como os danos causados por este campo, que é descrito no documento como uma poderosa força capaz de persuadir e modelar as atitudes e os comportamentos no mundo contemporâneo. Vale ressaltar também que no ano 2000, a Igreja voltou a falar sobre Ética publicando <i>Ética nas comunicações sociais</i> .
Igreja e Internet	2002	Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais	O documento descreve que a Igreja tem feito uma abordagem fundamentalmente positiva dos meios de comunicação e que é necessário compreender a Internet para que ela possa se comunicar com as pessoas, reconhecendo sua capacidade de ultrapassar a distância e o isolamento, levando os indivíduos a entrarem em contato com pessoas que compartilham os mesmos interesses. A Igreja também reconhece que precisa compreender e usar a Internet como instrumento para comunicações internas e que a formação a respeito dos meios de comunicação precisa estar disponível para os membros da Igreja. Nessa mesma data também foi lançado o documento “Ética na Internet”.
O rápido desenvolvimento	2005	Papa João Paulo II	No documento, o Pontífice descreve que o rápido desenvolvimento das tecnologias no campo da mídia é um dos sinais do progresso da sociedade atual. A carta apresenta ainda que a Igreja encontra nos meios da comunicação apoio precioso para difundir o Evangelho e os valores religiosos e encoraja o surgimento de profissionais nessa área.
Rumo à presença plena	2023	Dicastério para a Comunicação	O objetivo do documento consiste em abordar algumas das principais questões sobre o modo como os cristãos devem utilizar as redes sociais. Busca-se, neste documento, promover uma reflexão sobre as experiências digitais, incentivando os indivíduos a adotarem uma abordagem criativa para fortalecer uma cultura da proximidade.

5. TELEVISÃO E IGREJA NO BRASIL

No Brasil, a Conferência Nacional dos Bispos no Brasil (CNBB)⁹, órgão permanente que reúne os Bispos da Igreja Católica Apostólica Romana no Brasil, é responsável por exercer funções pastorais em favor dos fieis, buscando dinamizar a missão evangelizadora. Cabe à CNBB tratar de questões que interessam ao bem comum e à missão da Igreja, como a comunicação, por exemplo.

Ao longo dos anos, a CNBB tratou sobre a temática da Comunicação com o objetivo de orientar os católicos no Brasil a respeito da utilização das ferramentas de comunicação.

Segundo Alvarenga (2015, p. 159) em sua pesquisa sobre os “Novos rumos da comunicação católica no Brasil”, em 1979, com a formação da Equipe de Reflexão do Setor de Comunicação, Dom Eduardo e Ir. Maria da Glória começam a pensar, de forma embrionária, na possibilidade de produção de um “Diretório de Comunicação”, documento este que veio a ser publicado em 2014 e será mais detalhado adiante.

Um ano depois, em 1989, a CNBB lançou uma Campanha da Fraternidade¹⁰ com o tema “Comunicação para a verdade e a paz”, segundo o *hotsite*¹¹ da campanha, o objetivo geral era “Despertar a consciência crítica do receptor no uso da mídia, como atitude interior necessária para a comunicação da verdade e da paz. Quer também conscientizar os receptores sobre seu papel de agentes de influência na orientação de programas nos meios de comunicação.”

Figura 1: Cartaz da Campanha da Fraternidade de 1989



⁹ <https://www.cnbb.org.br/cnbb/>

¹⁰ A Campanha da Fraternidade a cada ano trata de um tema diferente, como expressão da caridade e da solidariedade em favor da dignidade da pessoa humana.

¹¹ <https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade198>

Fonte: CNBB

Segundo Gasparetto (2009, p. 129), em 1994, a instituição lançou o caderno nº 70 dos Estudos da CNBB, intitulado “Missa de Televisão”, “em que estão os resultados das reflexões ocorridas durante o 6º Encontro Nacional de Liturgia de Rádio e Televisão, promovido pelos Setores de Liturgia e Comunicação da CNBB, em 1993”.

Nesse mesmo ano foi lançado ainda o documento “Comunicação e Igreja no Brasil”, o estudo da CNBB nº 72, que refletiu sobre a necessidade de recordar o caminho que a Instituição já havia percorrido no campo da comunicação. Em 1997, “A igreja e a comunicação rumo ao novo milênio”, foi o tema central da 35ª Assembleia Geral da CNBB, realizada de 9 a 18 de abril. A partir desse evento, foi elaborado o documento nº 59 da CNBB, em que constam as conclusões e compromissos, na forma de diretrizes e princípios, como afirma Gasparetto (2009). O documento propõe reavaliar práticas e modelos de comunicação da Igreja Católica no Brasil, envolvendo o campo das relações interpessoais, grupais e organizacionais e o uso dos meios de comunicação na tarefa da evangelização.

Em 2002, de acordo com Alvarenga (2015), houve a retomada do pensamento sobre o Diretório de Comunicação. Já em 2011, foi publicado o Estudo da CNBB nº 101, chamado “A Comunicação na vida e Missão da Igreja no Brasil, que foi submetido ao Conselho Permanente da CNBB como a primeira versão do Diretório. Passadas todas as fases de elaboração, o texto final do Diretório foi apresentado ao Conselho Permanente da CNBB, que o aprovou no dia 13 de março de 2014.

Em sua análise, Alvarenga (2015) explica que o documento pretende direcionar o trabalho de comunicação na Igreja de todo o país e em todo o processo de construção do Diretório de Comunicação, foi notada de maneira bem clara, a insistência e o posicionamento da Igreja Católica do Brasil a respeito dos meios de comunicação. “É nítido o reconhecimento da instituição sobre o grande potencial das ferramentas comunicacionais e também a contribuição significativa que podem dar à evangelização”. (ALVARENGA, 2015, p. 169)

Segundo Puntel (2015), o documento oferece o olhar católico sobre o fenômeno da comunicação. O Diretório tem como objetivo motivar a Igreja para atualizar e aprofundar os conhecimentos e referências tanto de seus pastores quanto de seus fieis sobre a natureza e a importância da comunicação para a vida da comunidade eclesial, “nos processos de evangelização e no diálogo com a sociedade, tendo presente as mudanças pelas quais o mundo vem passando, entre as quais se encontra o avanço acelerado das tecnologias”. (PUNTEL, 2015, p. 157)

Em 2018, a CNBB lançou mais um documento relacionado à Comunicação. Dessa vez, a coleção Estudos da CNBB, publicou “Orientações Pastorais para as Mídias Católicas – Imprensa, rádio, TV e novas mídias”. O livro aponta que os meios de comunicação católicos possuem um relevante papel na educação da fé e têm sua razão de ser como um serviço a ação missionária e evangelizadora da Igreja.

Dentre as orientações, é destacado como urgente que toda mídia colabore de forma efetiva para que os fiéis cultivem o senso de pertença individual e familiar às comunidades, paróquias e dioceses. Sendo importante ainda, cuidar para que haja uma formação litúrgica e espiritual adequada para todos os que atuam nesses meios da Igreja Católica. “É crescente o apelo do episcopado para que as mídias no âmbito católico deem testemunho público e explícito de compromisso, de comunhão e de unidade na Igreja”. (ORIENTAÇÕES PASTORAIS..., 2018, p. 25)

Ainda em 2018, a Comissão Episcopal para a Comunicação da CNBB lançou o Guia de Implantação da Pastoral da Comunicação. A Pastoral de Comunicação (PASCOM), é um movimento responsável por auxiliar a Igreja em sua missão de manter o diálogo com a sociedade e corresponde à dimensão comunicacional do trabalho da Igreja.

Essa trajetória demonstra que a utilização das mídias por instituições religiosas, em especial a Igreja Católica, está relacionada com conceitos que dizem respeito às estratégias e táticas de apropriação das mídias como recursos. A partir disso, a religião passa a ser promotora da midiaticização.

Para Martino (2017), a partir dos anos 1980, o Brasil demonstrou progresso na midiaticização de algumas instituições religiosas. Em meados dessa mesma década, o campo midiático foi marcado pelo interesse das instituições em ter seus próprios programas e até obter a concessão pública de canais de televisão, algo até então nunca visto no cenário religioso brasileiro.

Ao mesmo tempo, o final dos anos 1990 trouxe uma nova forma de manifestação midiática do catolicismo: programas de TV, emissoras, como a Canção Nova, a Rede Vida e a TV Aparecida, dedicadas exclusivamente à programação religiosa, o fenômeno dos “padres cantores”, bem como de formas novas de transmissão televisiva e on-line de suas práticas, é uma parte visível disso. (MARTINO, 2017, p. 17)

5.1. A TV como instrumento da fé

Autores como Gasparetto (2009), Gutierrez (2006) e Gomes (2004) refletem sobre como a religião ganha espaço no cenário midiático e como funciona a ocupação do campo religioso pelas lógicas comunicacionais. Segundo Gutierrez (2006, p. 87), a magia da tecnologia tem se apoderado na pós-modernidade desse campo, “desde os espaços mais populares de procissões e romarias até as celebrações litúrgicas mais solenes e tradicionais”. A razão apontada por Gomes (2004) para essa apropriação do espaço midiático pelos agentes religiosos, é a potencialização do anúncio do Evangelho.

Nesse contexto, as práticas televisivas foram fortemente apropriadas pelas Igrejas para que estas marcassem presença no mundo moderno, pois, a TV é um meio de comunicação que se apresenta como um dispositivo de midiaticização de diferentes práticas sociais, inclusive da Igreja Católica, que é o foco principal deste estudo.

A mídia televisiva se apresenta como protagonista da organização sociossimbólica, onde a *performance* técnica proporciona novos modos de intervenção e construção do mundo e da subjetividade, dando espaço à constituição de novos coletivos de pertença, à organização de outras práticas sociais na busca de reconhecimento e segurança. (GASPARETTO, 2009, p. 17)

A televisão possui vantagem em relação aos fatores sensoriais que mexem com os sentidos dos telespectadores, como imagens, sons e criatividade, construindo assim imaginários coletivos, identidades, impactando inclusive no processo de socialização do ser humano. “E, por possuir características audiovisuais, a televisão tem a capacidade de interferir na vida de qualquer um que esteja acessível ao seu consumo”. (FERREIRA, 2018a, p. 52-53)

Esse fenômeno, caracterizado pela utilização do campo da mídia televisiva por parte da religião, é chamado por Gutierrez (2006) de *Telefé*, que representa uma nova forma de fazer religião, marcada por estratégias técnicas e discursivas comunicacionais.

Gasparetto (2009) explica que é pela mediação audiovisual da televisão que se organizam os jogos de sentido na sociedade atualmente, pois é um dispositivo narrativo audiovisual que se trata de um sistema institucional, industrial, social, simbólico e cultural. Ela passa a não ser somente o meio pelo qual as pessoas são convidadas para irem aos templos, mas passam a ser ferramenta de manifestação da religião nas próprias casas dos fieis.

A televisão canaliza sentimentos que fazem o espectador perceber como parte de um mesmo “corpo social”, como se entre produção e recepção pudesse conferir-lhe o mesmo sentimento de compartilhamento. É por meio de celebrações que saem dos lugares privados dos templos e buscam os estádios ou ginásios cobertos transformando-se em *megashows*, orquestrados pela TV, que as estratégias são aplicadas nos fieis. Sabemos que as pessoas que estão aí estão reunidas para um determinado objetivo. Os acontecimentos têm princípios de organização bem determinados. Assim, existe todo um ambiente favorável para que os mediadores do espetáculo possam induzir as pessoas a um “clima contagiante” de uma “comunidade de pertencimento”. (GASPARETTO, 2009, P. 106)

Essa comunidade de pertencimento, definida pelo autor em sua pesquisa a respeito da emissora católica TV Canção Nova, é instituída por meio de um agenciamento e de operações e, a partir da utilização da tecnologia, são geradas novas formas de interações, e é na mídia que são fundadas essas novas modalidades de comunidade de pertencimento.

Por meio delas, as pessoas buscam a resolução dos problemas que enfrentam no cotidiano e o processo comunicativo ocorre pela intensidade emocional das ações desenvolvidas como cantos, danças, retiros. Como também aponta Gomes (2004), que defende que a esfera midiática é um espaço de construção de identidades e de configuração de comunidades.

Os programas de televisão religiosos, chamados por Fausto Neto (2004) de telere religiosos, são estruturados de uma maneira padronizada, independentemente de serem católicos ou evangélicos.

Sua vida passa no palco onde missas, cultos, novenas, sessões espirituais e outros ofícios religiosos são permeados e estruturados por vários gêneros e formatos como: programa de auditório, talk show, emissões escolares, entrevistas, debates, documentários, publicitários, novelas, etc. Muitos deles são veiculados, envolvendo também a participação do público, segundo determinadas possibilidades, atualizando, assim, também os atuais formatos de talk show e reality show em nome da fé, da cura e da conversão. (FAUSTO NETO, 2004, p. 43)

Em um contexto de constante evolução dos dispositivos tecnológicos, é necessário que os atores do campo religioso se preocupem em produzir conteúdo no formato próprio de cada meio. Por isso, deve existir uma adaptação na linguagem e nos discursos produzidos para que causem efeitos de sentido de acordo com cada dispositivo.

Por meio dessas estratégias discursivas, a comunicação nos programas de emissoras religiosas está incorporada por funções enunciativas de geração de sentido. “Os atos de comunicação produzem, portanto, vínculos impregnados de intencionalidades, ainda que estas não estejam claramente estampadas nas faces das estratégias de ofertas de sentidos”. (FAUSTO NETO, 2001, p. 11)

O conteúdo religioso detém daquilo que Thompson (2014) chama de quarto poder, que é o “poder cultural ou simbólico”, que surge na atividade de produção, transmissão e recepção do significado das formas simbólicas. “Usarei o termo “poder simbólico” para me referir a esta capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas”. (THOMPSON, 2014, p. 42)

O autor afirma que há uma variedade de instituições culturais que possuem um papel importante na acumulação de meios de comunicação, sendo essa uma atividade simbólica que

penetra na vida social, produzindo e distribuindo conteúdo simbólico pelo mundo social, como é o caso das instituições religiosas.

Que se dedicam essencialmente à produção e difusão de formas simbólicas associadas à salvação, aos valores espirituais e crenças transcendentais; instituições educacionais, que se ocupam com a transmissão de conteúdos simbólicos adquiridos (o conhecimento) e com o treinamento de habilidades e competências; e instituições da mídia, que se orientam para a produção em larga escala e a difusão generalizada de formas simbólicas no espaço e no tempo. (Thompson, 2014, p. 43)

Seguindo a orientação da Santa Sé, emitida por meio dos documentos que recomendam que a Igreja tenha seus próprios veículos de comunicação, como *Inter Mirifica* e *Communio Et Progressio*, iniciativas brasileiras vinculadas ao Catolicismo geraram um movimento de implantação de emissoras católicas ao longo dos anos, como resposta à necessidade de mudanças dos processos pastorais, tema que será abordado a seguir.

5.2. Emissoras Católicas no Brasil

O princípio da evangelização no Catolicismo é o anúncio da “Boa Nova”, ou seja, a propagação da mensagem da salvação deixada por Jesus aos homens, “visando levar a efeito a reconciliação entre o pecador e Deus pai, mediante o poder regenerador do Espírito Santo”. (LA PAZ, 2008, p. 68)

Com essa finalidade de evangelizar, no Brasil, a religião também foi aos poucos conquistando espaço no meio televisivo, ambiente onde, segundo Gasparetto (2009), as formas de apropriações dos fenômenos religiosos mais se manifestam. Marques de Melo (1985, p. 69) relata que a Igreja tem aberto espaço em seus próprios meios de comunicação, com o objetivo de que “a grande massa dos que não têm voz em nossas sociedades possam emitir seus pontos de vista, anunciar, denunciar, cobrar promover. Testemunhar, enfim, a esperança daqueles que depositam confiança no advento do Reino.”

Segundo a CNBB¹², as emissoras de inspiração católica no país são: TV Século 21 (Valinhos/São Paulo); TV Nazaré (Belém/Pará); TV Aparecida (Aparecida/São Paulo); TV Canção Nova (Cachoeira Paulista/São Paulo); Rede Vida (São José do Rio Preto/São Paulo); TV Horizonte (Belo Horizonte/Minas Gerais); TV Pato Branco/TV Sudoeste (Pato Branco/Rio Grande do Sul); TV Lumen (Curitiba/Paraná); TV Imaculada (Campo Grande/Mato Grosso do Sul); Canal Comunitário – TV PUC (São Paulo/São Paulo); TV Rio Claro/TV Claret (Rio Claro/São Paulo); e TV 3º Milênio (Maringá/Paraná).

¹² <https://www.cnbb.org.br/tvs-de-inspiracao-catolica/>

Além dessas, Raslan Filho (2010) identificou a TV Educar (Ponte Nova/Minas Gerais), TV Alvorada (Parintins/Amazonas) e TV Fraternidade (Rio Grande do Sul) e Ferreira (2018) também apresenta 3 novos nomes: TV Kefas (Governador Valadares/Minas Gerais), TV Tubá (Tubarão/Santa Catarina) e TV Evangelizar (Curitiba/Paraná), esta última também apresentada por Jardim (2018). Neste estudo serão acrescentadas ainda a TV Pai Eterno (Trindade/Goiás), TV Encontro (Santarém/Paraná) e TV Nazaré São Luís (São Luís/Maranhão).

A respeito dos primeiros programas religiosos transmitidos pela televisão brasileira, Custódio (2013) explica que estes foram importados dos Estados Unidos e retransmitidos aqui, apresentados por televangelistas evangélicos como Pat Robertson, Rex Humanrd e Billy Graham. Gasparetto (2009) relata que a partir dos anos 60 iniciou-se a transmissão de cultos e mensagens religiosas através da televisão.

Nesse contexto, em 10 de outubro de 1969¹³, surgiu a primeira emissora católica, a TV Difusora, de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul.

A esse respeito, é justo citar que a experiência da TV Difusora de Porto Alegre foi um marco de comunicação religiosa pioneiro e paradigmático. Uma contribuição histórica muito importante em que as missas eram gravadas em vídeo e exibidas nos encontros de comunicação social em toda a América Latina. (GASPARETTO, 2009, p. 128)

O pioneirismo da TV Difusora não foi apenas dentro do segmento religioso, a emissora se destacou também por ser responsável pela primeira transmissão¹⁴ externa em cores da TV brasileira, o fato aconteceu em fevereiro de 1972, quando foram exibidas imagens do presidente general Emilio Garrastazu Médici na Festa da Uva, em Caxias do Sul.

Segundo Custódio (2013) e Raslan Filho (2010), a TV pertencia aos frades da Ordem religiosa dos Franciscanos Capuchinhos e, além dessa, fundaram também a TV Pato Branco, no Paraná. A emissora hoje é chamada de TV Sudoeste Pato Branco, faz parte do grupo Celinauta de Comunicação e hoje é afiliada da Rede TV.

Segundo o site¹⁵ da emissora, em 1979, a concessão foi obtida em definitivo, mas somente oito anos depois, em 1987, a TV Sudoeste entrou no ar, se consagrando como a primeira emissora de TV com ligação a um grupo religioso a ter concessão no Brasil. Dentro da programação do canal estão incluídas transmissões de Missas e programas dedicados à evangelização franciscana com mensagens de paz e bem, além de telejornais e programas de estúdio sobre temas variados.

¹³ KILPP (2000)

¹⁴ <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2904200712.htm>

¹⁵ https://portalcelinauta.com.br/institucional_tv

A Igreja Católica passou então a ocupar, de forma gradativa, espaços na TV aberta no Brasil e, conforme explica Custódio (2013), esse fenômeno se deu com o início da implantação do Movimento da Renovação Carismática Católica¹⁶. Segundo Gomes (2004),

No marco do movimento de Renovação Carismática Católica, iniciaram suas incursões na televisão com a Associação do Senhor Jesus. Com um número considerável de associados, esta organização começou a produzir o Programa Anunciamos Jesus e a veiculá-lo em diversas emissoras de televisão por todo o Brasil. (GOMES, 2004, p. 8)

A primeira edição do Programa Anunciamos Jesus¹⁷ foi ao ar em 04 de Junho de 1983 e o Padre Eduardo Dougherty, fundador da Associação do Senhor Jesus, foi um dos primeiros apresentadores.

A Renovação Carismática passou investir na mídia, fazendo com que a religião fizesse parte do mercado televisivo, seguindo “um princípio teológico de anunciar o evangelho ao maior número possível de pessoas. É o cumprimento do mandato de Jesus de ir a todo mundo e proclamar o Evangelho a todas as pessoas”. (GASPARETTO, 2009, p. 129)

Seguindo a ordem cronológica, dentre os autores pesquisados, Ferreira (2018a) e Custódio (2013) falam da existência de uma TV católica que está em funcionamento desde 1988, a TV 3º Milênio, de Maringá (Paraná), mas sem citar maiores informações. Segundo o site da Arquidiocese de Maringá, a emissora foi idealizada pelo monsenhor Gerhard Schneider e, posteriormente, adquirida pela Arquidiocese. Ainda de acordo com informações desse site, em fevereiro de 2011 a Arquidiocese de Maringá transferiu a gestão da TV 3º Milênio para a Associação Evangelizar é Preciso, ligada ao padre Reginaldo Manzotti.

No ano seguinte, em 8 de dezembro de 1989, foi lançado “o primeiro canal de televisão carismático¹⁸ do país” (JARDIM, 2018, p. 70), a Tv Canção Nova, em Cachoeira Paulista (São Paulo), fundado pelo Monsenhor Jonas Abib. Por se tratar da emissora onde está inserido o Telejornal que é objeto de estudo desta pesquisa, as informações sobre o funcionamento da TV Canção Nova serão destacadas do próximo capítulo.

Um ano depois, em 7 de setembro de 1990, também em São Paulo, na cidade de Rio Claro, foi lançada a TV Rio Claro, atual TV Claret. Trata-se de uma TV educativa, parceira da TV Século 21 e da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). De acordo com informações do site¹⁹ da instituição, a principal produção da emissora é o jornalismo cidadão, mas também

¹⁶ “Movimento da Igreja católica que tem muitos traços do pentecostalismo”. (Jardim, 2018, p. 67)

¹⁷ <https://www.rs21.com.br/site/padreeduardo/programa-anunciamos-jesus-celebra-34-anos-de-historia/>

¹⁸ Vinculado à Renovação Carismática Católica.

¹⁹ <https://tvclaret.com.br/institucional>

produz programas com conteúdo religioso, esportivos, entrevistas e entretenimento, com foco na valorização da vida humana, solidariedade e formação cristã.

Em 1993, a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) passou a operar a TV PUC²⁰, que é o setor de produção profissional audiovisual na PUC-SP, mantida pela Fundação São Paulo. A TV PUC faz parte do Canal Universitário de São Paulo (CNU) e sua programação pode ser assistida nos canais 11, da NET, e nos canais 71 e 187, na VIVO TV, VIVO TV Digital e no canal do Youtube da emissora.

Também em São Paulo, na cidade de São José do Rio Preto, em 20 de junho de 1995 nascia a Rede Vida de Televisão. Segundo o site²¹ da própria emissora, ela se define como um canal da família e a TV da boa notícia, por sua inspiração cristã, seus compromissos morais e éticos e sua vocação para o serviço, a valorização humana e social. A emissora foi operacionalizada e implantada pelo Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã (INBRAC) e está presente em todas as capitais brasileiras e nas 500 maiores cidades do Brasil, alcançando mais de 1.500 municípios. Segundo Macedo e Melo (2014) mesmo sem ligação jurídica com a Igreja Católica, o INBRAC é apoiado pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). De acordo com Jardim (2018) a emissora cobre aproximadamente 100% do território nacional, com 325 retransmissoras e é considerada uma das principais emissoras católicas do Brasil.

Com cobertura em canal aberto, a REDEVIDA conta com 24 horas diárias de programação produzida em HD, tanto na sede e geradora em São José do Rio Preto, no interior de São Paulo, como nos estúdios nas capitais São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Brasília.

A Rede Vida afirma possuir compromisso com a formação e a informação, um espaço para as pastorais da igreja e os diversos movimentos religiosos e do diálogo ecumênico e inter-religioso e se declara uma emissora comprometida com os valores cristãos e com as famílias.

No ano seguinte, a Diocese de Paratins, no Amazonas, lançou a TV Alvorada. De acordo com Souza (2021), foi no dia 20 de outubro de 1996 que o Sistema Alvorada de Comunicação²² inaugurou seu novo empreendimento, a TV Alvorada, retransmissora da Rede Vida, canal 4 na programação, com a intenção de também produzir conteúdo local com as características da região.

²⁰ <http://tvpuc.com.br/>

²¹ <https://www.redevida.com.br/>

²² <https://alvoradaparatins.com.br/>

Em agosto de 1998 mais uma Arquidiocese decidiu fundar sua própria televisão, dessa vez, foi a de Belo Horizonte, que recebeu o nome de TV Horizonte. Em sua página²³ na internet, a emissora, que é afiliada da TV Cultura, se apresenta como comprometida com os valores éticos e humanos e com uma programação plural e em constante modernização. O veículo expõe ainda que leva ao público conteúdo de qualidade, promovendo Evangelização, Educação e Cultura.

Com o avanço no processo de modernização, desde o dia 15 de agosto de 2017, o sinal da emissora está disponível em alta definição na Região Metropolitana de Belo Horizonte no canal aberto 30.1 HDTV e, a partir de 17 de agosto de 2020, a transmissão da TV na antena parabólica passou a ser em HD, via satélite, com sinal disponível em todo território brasileiro.

Raslan Filho (2010) menciona uma emissora na zona da Mata Mineira, a TV Educar, que entrou em operação em 1998, por meio dos Salesianos, com a transmissão de uma ordenação sacerdotal²⁴. Em 2013, passou a ser gerida pela Rede Catedral de Comunicação Católica, que faz parte da Sociedade Mineira de Cultura e da Arquidiocese de Belo Horizonte, mesmo grupo que administra a TV Horizonte, da qual a TV Educar retransmite 90% da programação para Ponte Nova/Minas Gerais e Região. A página do Facebook²⁵ da TV informa que além de retransmitir a TV Horizonte, possui programação diária própria, que é transmitida pelo canal 11 (Ponte Nova/Minas Gerais), canal 59 (Dom Silvério/Minas Gerais) e Canal 163 (Valenet TV).

Após um ano, em 11 de junho de 1999, a Associação do Senhor Jesus (ASJ), ligada à Renovação Carismática, que em 1983 lançou o programa Anunciamos Jesus, inaugurou seu próprio canal de TV, com sua sede em Valinhos/São Paulo, a Rede Século 21. O fundador da ASJ foi também o responsável pela condução da emissora, o padre jesuíta norte-americano Eduardo Doughert, um dos responsáveis por trazer o movimento da Renovação Carismática Católica para o Brasil. Segundo Jardim (2018), foram os participantes do movimento que ajudaram financeiramente essa televisão, que atualmente “apresenta uma programação extremamente voltada à evangelização direta. É considerada a quarta emissora entre as principais do segmento católico, em termos de alcance e influência”. (JARDIM, 2018, p. 67)

Segundo a página do LinkedIn²⁶ da Rede Século 21, ela está presente em 12 estados e 144 municípios, levando conteúdo por meio de antenas parabólicas, canal aberto e operadoras

²³ <http://www.tvhorizonte.com.br/>

²⁴ Informações retiradas do documentário sobre a história da TV no lançamento do sinal digital <https://www.youtube.com/watch?v=0vQQLmGAWk>

²⁵ <https://www.facebook.com/tveducar>

²⁶ <https://www.linkedin.com/company/rede-século-21>

de TV, a mais de 38 milhões de pessoas. Possui retransmissoras e 2 recepções via satélite, alcançando 25 milhões de lares em todo o território nacional.

Mais tarde, 3 anos depois, mais uma Arquidiocese conseguiu montar o seu próprio canal de televisão. A Arquidiocese de Belém/Paraná inaugurou, em 11 de maio de 2002, a TV Nazaré, que em 28 de maio de 2004 passou a ter o sinal via satélite. Conforme o site²⁷ da Fundação Nazaré de Comunicação, que administra a emissora, o canal é direcionado às famílias e à comunidade católica em geral e exibe transmissão de Missas, terços, telejornal, além de programas diários e semanais com leitura bíblica, orações, entrevistas, notícias pastorais, alguns desses conduzidos por Bispos.

Em 2003 veio a TV Lúmen, segundo Peixoto e Priolli (2004) é uma TV Universitária pertencente à PUC do Paraná, com data de fundação de 23 de julho. Fort (2004) explica que a emissora possui sinal aberto em Curitiba e mais 24 municípios da região metropolitana da capital paranaense. A concessão foi conquistada pela Fundação Champagnat, ligada à PUC-PR por meio de sua mantenedora, a Associação Paranaense de Cultura (APC), pertencente ao Grupo Marista. Em julho de 2003, a capital paranaense e os municípios de sua região metropolitana receberam, em sinal aberto (canal 16 UHF), a programação do Canal Futura. Em 2011, a TV Lúmen passou a exibir programação da TV Evangelizar²⁸, com o surgimento dessa nova emissora.

Em 1º de dezembro de 2003, a TV Imaculada Conceição começou suas atividades em Campo Grande/Mato Grosso do Sul. Sua programação conta com transmissão de Missas, oração de terços, novenas, programas católicos, com temáticas da Igreja, Bíblia e Nossa Senhora, além de um telejornal e também programas sobre saúde, agricultura, meio ambiente, justiça, música e entrevistas, com destaque para o “Dedo de Prosa”, que a emissora afirma ser o primeiro programa²⁹ da televisão brasileira voltado para público da terceira idade.

Após 2 anos, no dia 8 de setembro de 2005, foi inaugurada a TV Aparecida, com sede em Aparecida/São Paulo, que faz parte do grupo Rede Aparecida de Comunicação. Segundo Jardim (2018), a emissora, que leva o culto de Nossa Senhora Aparecida a todo o Brasil, surgiu a partir do esforço dos padres redentoristas que cuidam do Santuário de Aparecida e do Arcebispo local, bem como com o apoio da CNBB, e já é considerada uma das principais emissoras católicas do Brasil e em crescimento acelerado.

²⁷ <https://fundacaonazare.com.br/tv-nazare/historico-da-tv-nazare/>

²⁸ <https://tvevangelizar.com.br/sobre/>

²⁹ <https://www.miliciadaimaculada.org.br/tv-imaculada/programas/listagem>

Em sua página na Internet³⁰, a emissora explica que a programação celebra a fé nas transmissões religiosas e oferece programas diversificados com conteúdos culturais, educativos, jornalísticos, esportivos, musicais, femininos, filmes e transmissões ao vivo.

O sinal dos canais entre TV aberta e TV por assinatura chega a 25 Estados e Distrito Federal e 289 municípios, incluindo 24 capitais.

Durante esta pesquisa, foi localizado no site³¹ da Arquidiocese de São Luís do Maranhão, o registro da existência de uma TV mantida pela Fundação Dom José de Medeiros Delgado (FUNDEL), entidade da Arquidiocese, a TV Nazaré São Luís. Sem muitos detalhes nessa página da internet ou em outras, foi identificado apenas um site³² com poucas informações a respeito da emissora, constando somente que surgiu em 26 de maio de 2008, é afiliada da Rede Nazaré de Televisão de Belém/Paraná e opera no canal 43 UHF digital.

Nesse mesmo ano, a Arquidiocese de Santarém³³, no Paraná, inaugurou sua emissora televisiva, a TV Encontro, que opera no canal 26.1 (30 UHF digital) e é afiliada da Rede Nazaré de Comunicação. A empresa possui proposta de educação e evangelização e é administrada pelo Sistema Arquidiocesano de Comunicação.

Em dezembro 2011, foi ao ar pela primeira vez a programação da TV Evangelizar, em Curitiba/Paraná, quando a TV Lúmen passou a exibir a grade da nova emissora, fundada pela Associação Evangelizar é Preciso, liderada pelo Padre Reginaldo Manzotti, que desde o início do mesmo ano já administrava a TV 3º Milênio, como já dito anteriormente. A TV está 24h no ar e conta com programas diversificados, com temas de entretenimento, evangelização, informação, música, meio ambiente, gastronomia e educação. Dados divulgados no site³⁴ da emissora referentes a julho de 2021 informam que a empresa possui 57 municípios com retransmissoras, 91 emissoras-irmãs, 304 canais afiliados, 289 operadores de TV por assinatura e 6 canais de sinal aberto. E, via satélite, cobre todo território nacional e mais 15 países (Estados Unidos, México e toda a América do Sul).

A TV Kefas foi outra emissora que surgiu com o propósito de evangelizar e propagar a doutrina católica. Inaugurada³⁵ em 28 de setembro de 2014, na cidade de Governador Valadares/Minas Gerais, é transmitida pelo Canal 07 na TV aberta ou 02 na TV a cabo e conta transmissão de Missas, novenas, programas musicais, entrevistas e vários outros conteúdos

³⁰ <https://www.a12.com/tv/historia-tv-aparecida>

³¹ <https://www.arquidiocesedesaluis.org/tv-nazare-1>

³² https://pt.everybodywiki.com/TV_Nazaré_São_Luís

³³ <http://www.arquidiocesedesantarem.org.br/tvencontro>

³⁴ <https://tvevangelizar.com.br/>

³⁵ <https://diocesevaladares.com.br/celebracoes-marcam-inauguracao-da-tv-kefas-em-valadares/>

cristãos. A TV Kefas é gerida pela Fundação Dom José Heleno e tem como mantenedor o Instituto de Missionários Leigos.

Já em março de 2016, no sul de Santa Catarina, foi lançada a Tv Tubá, no município de Tubarão, como mais uma iniciativa da própria Igreja Católica. Mantida pela Diocese de Tubarão, foi a segunda emissora do Brasil a se filiar à TV Aparecida e pode ser sintonizada pelo canal 20 da TV. Atualmente o site está fora do ar e as informações foram obtidas em um site³⁶ local.

Lançada em Trindade/Goiás, no dia 15 de maio de 2019, a TV Pai Eterno possui 24h de programação de fé, devoção, entretenimento e informação. De acordo com informações disponíveis em seu site³⁷, o sinal aberto da emissora está disponível para cerca de 1800 cidades, atingindo mais de 105 milhões de pessoas. A grade de programação é voltada para a transmissão de Missas e Novenas, além de vários outros conteúdos que seguem a temática cristã da Igreja Católica.

A respeito da TV Fraternidade, citada por Raslan Filho (2010), não foram encontradas informações em sites ou trabalhos científicos, verificou-se apenas a existência de uma Fundação Fraternidade³⁸, que possui retransmissoras de TV que transmitem para o Rio Grande do Sul os canais da Canção Nova, Rede Vida e Século XXI. A fundação é responsável pela produção do Programa Ide que é transmitido regionalmente na TV Canção Nova, e os programas Ruah, Cem por Cento para Jesus e A hora da Misericórdia.

A seguir, será apresentada uma tabela produzida pela autora, com todos os veículos administrados por grupos ou instituições vinculadas à Igreja Católica localizados no período da pesquisa que compreende o intervalo entre os meses de janeiro de 2023 a junho de 2024, e contextualizados acima. É importante destacar que, por não haver uma lista oficial, ainda podem haver mais emissoras no território brasileiro a serem identificadas.

Tabela 2 – Levantamento de Emissoras Católicas no Brasil

Emissora	Local	Fundação
TV Difusora	Porto Alegre – RS	1969
TV Pato Branco/TV Sudoeste	Pato Branco – RS	1987
TV 3º Milênio	Maringá – PR	1988
TV Canção Nova	Cachoeira Paulista – SP	1989
TV Claret	Rio Claro – SP	1990
Canal Comunitário – TV PUC	São Paulo – SP	1993

³⁶ <https://notisul.com.br/geral/tv-tuba-completa-3-anos-neste-sabado/>

³⁷ <https://www.paieterno.com.br/tv-pai-eterno>

³⁸ <https://www.paroquiasaomartinho.com.br/parcerias>

Rede Vida	São José do Rio Preto – SP	1995
TV Alvorada	Parintins – AM	1996
TV Horizonte	Belo Horizonte - MG	1998
TV Século 21	Valinhos - SP	1999
TV Educar	Ponte Nova - MG	2000
TV Nazaré	Belém - PA	2002
TV Lúmen	Curitiba - PR	2003
TV Imaculada	Campo Grande - MS	2003
TV Aparecida	Aparecida - SP	2005
TV Encontro	Santarém - PA	2008
TV Nazaré – São Luís	São Luís - MA	2008
TV Evangelizar	Curitiba - PR	2011
TV Kefas	Governador Valadares -MG	2014
TV Tubá	Tubarão - SC	2016
TV Pai Eterno	Trindade - Goiás	2019
TV Fraternidade	Rio Grande do Sul	-

Fonte: Tabela produzida pela autora.

5.3. Imprensa Católica

Dentro desse contexto da Comunicação, as emissoras cristãs, além de propagar os valores do Evangelho e a doutrina da religião, exercem um papel de anunciador de notícias, para tratar de acontecimentos importantes diários, locais e mundiais, fenômeno chamado pela Santa Sé de Imprensa Católica.

Furtado (2022) também nomeia como Jornalismo religioso e o conceitua como uma segmentação do jornalismo no âmbito da religião, a partir do qual a mídia comercial ou organizações religiosas com veículos de comunicação próprios produz e dissemina conteúdos informativos sobre os acontecimentos. Ainda segundo o autor, essa área se configura como uma ferramenta de trabalho tanto para profissionais de comunicação da mídia religiosa ou comercial.

A imprensa nem sempre foi vista de forma positiva pela Igreja Católica. Segundo Marin (2020, p. 50), “a imprensa católica era uma preocupação recorrente da Santa Sé e foi abordada no Concílio Plenário Latino-Americano e nas Pastorais Coletivas (1890, 1900, 1915, 1922).

Puntel (2022) explica que a partir do século 16, a igreja se definiu contra a liberdade de expressão e os Pontífices seguintes até o século 18 mantiveram uma linha baseada na defesa da doutrina católica, com oposição aos avanços e conquistas que aconteciam na

sociedade. Ainda conforme a pesquisadora, em 1861, no pontificado de Pio IX (1846-1878), começou a circular o jornal *Osservatore romano*, um dos jornais diários mais antigos do mundo. “Pio IX recomendava o investimento e a expansão da imprensa católica para difundir o catolicismo e para defender a Igreja Católica e a sociedade dos inimigos”. (Marin, 2020, p. 16)

A relação entre a Igreja e a comunicação teve uma abertura quando o Papa Leão XIII (1878-1903) realizou a primeira audiência coletiva entre um Papa e jornalistas profissionais. Além disso,

Entre suas proposições estava a valorização da imprensa católica como meio de combater os erros modernos e de produzir e disseminar conteúdos simbólicos, a fim de cristianizar, formar uma opinião pública e mobilizar o laicato. Leão XIII criou uma classificação hierárquica e condenatória ao distinguir a boa da má imprensa, sendo necessário controlar, condenar e censurar a má e fomentar a boa. A boa imprensa, que era vista como uma das principais formas de conservação da fé na sociedade, possibilitaria a sobrevivência da Igreja Católica no mundo contemporâneo. (MARIN, 2020, p. 16)

Seu sucessor, o Papa Pio X (1903-1914) reconheceu a importância dos meios de comunicação para divulgar os ideais da religião Católica e apoiar os poderes constituídos.

Para combater o modernismo e os erros do Estado e da sociedade civil, elegeu a imprensa católica como uma das principais estratégias na cruzada para combater as publicações classificadas como ímpias e acatólicas e para restaurar o catolicismo na sociedade. (MARIN, 2020, p. 17)

E, de acordo com Puntel (2022), com o incentivo dos papas Bento XV (1914-1922) e Pio XI (1922-1939) às “obras de boa imprensa”, mesmo com o temor e cuidado, no final do século 19 e primeira metade do século 20, a imprensa católica passou a se desenvolver em diversas partes do mundo, com a orientação de ser “dócil e obediente aos dignitários eclesiais”.

Em 1931, o Papa Pio XI inaugurou a Rádio Vaticano, o que representou que mesmo diante das dificuldades e resistências, a Igreja Católica dava importantes passos no relacionamento com a comunicação. Puntel (2022) explica que a rádio sinalizou a abertura ao mundo por meio do noticiário radiofônico. A autora conta também que atualmente a programação da emissora é transmitida para 45 idiomas com retransmissão de sinal através da internet.

Dois importantes nomes que também são citados por Puntel (2022) e que contribuíram para essa evolução da Igreja foram os papas Pio XII (1939-1958), que reconheceu a importância dos jornalistas e da liberdade na formação da opinião pública, e Paulo VI, que afirmou que o jornalismo católico é necessário e possui o dever de refletir com perfeição a realidade da sociedade.

O marco mais relevante para a reformulação da visão da Igreja perante os meios de comunicação foi o Concílio Vaticano II (1962-1965), sendo considerado por Puntel (2022) o mais importante evento da Igreja católica na segunda metade do século 20. O *Inter Mirifica*, decreto que foi aprovado a partir desse Concílio, representa a primeira vez que um concílio geral da Igreja se atenta para a questão da comunicação, e, como já detalhado no capítulo anterior, ressalta e incentiva a necessidade da existência de uma imprensa “genuinamente católica”.

A instrução pastoral *Communio et Progressio* (1971), que ressalta a importância dos meios de comunicação, conceitua que a imprensa católica exerce o papel de iluminar o mundo. O documento destaca também que a Imprensa católica precisa de recursos e profissionais preparados, para alcançar a “dignidade profissional competente”.

O papel da Imprensa católica é enfrentar, por meio de informações, comentários, debates, todos os problemas e interrogações do mundo em que vivemos, à luz dos princípios cristãos. Também lhe compete comentar e, se necessário, corrigir notícias e comentários referentes à fé e vida da Igreja. (COMMUNIO ET PROGRESSIO, 1971, p. 22)

Diante dessa trajetória de transformações da opinião e do pensamento da Igreja em relação à comunicação, ao diálogo e, conseqüentemente, à imprensa, percebe-se que “a Igreja Católica defende, oficialmente, as formas dialógicas de comunicação, tanto para o uso dos meios de comunicação, no seu interior, quanto externamente. Além disso, pensa a evangelização, sua missão primeira, a partir do diálogo”. (LIMEIRA, 2006, p. 362)

Sobre o desenvolvimento da imprensa católica no Brasil, Puntel (2022) explica as 4 fases:

A primeira é chamada de “iniciação” (1830-1870), dominada por um empirismo marcante, com predominância do artesanato e da dispersão das iniciativas. A segunda fase (1870-1900) é chamada de “consolidação”, com jornais mais informativos e apoloéticos, incluindo na pauta propaganda republicana, campanha para a abolição da escravatura, questões religiosas, bem como os permanentes ataques da imprensa leiga à doutrina da igreja católica e à sua hierarquia. (...) terceira fase (1900-1944), chamada de “Organização e articulação” e trata-se do período em que muitos bispos se preocupam em oferecer orientações além das cartas pastorais, resultando na fundação de ligas da boa imprensa, demonstrando a tomada de consciência e o significado do jornal católico. A partir de 1945 surge uma quarta fase, chamada “especialização”. O surgimento de numerosos jornais, revistas, casas editoriais, emissoras de rádio, boletins mimeografados, entre outros, demonstram que a Igreja vem se promovendo, sobretudo com o setor de comunicação social da CNBB. (PUNTEL, 2022³⁹)

Os jornais católicos brasileiros foram surgindo no período de transição para a República, conquistando periodicidade e expressão. Conforme destaca Dalmolin (2013),

³⁹ Versão Kindle que não apresenta o número da página, apenas a posição 7607.

dentre os principais periódicos estão: O Apóstolo (Rio de Janeiro, 1866), A Crônica Religiosa (Salvador, 1869), A Estrela (Curitiba, 1898) e O Mensageiro da Fé (Salvador, 1899).

Os veículos de inspiração católica transmitem a credibilidade da sua mensagem também para o jornalismo, influenciando os fiéis a terem uma maior confiança sobre as notícias divulgadas. Como afirma Martino (2011),

Em instituições sociais de grande porte, procura-se, sempre que possível, criar ou reforçar a intersecção entre campos diversos com a finalidade de reforçar o prestígio em ambos. Assim acontece quando a legitimidade social da religião é associada ao reconhecimento do jornalismo. A imprensa, por sua vez, é uma instância bem cotada simbolicamente para o recorte temático de representação do mundo”. (MARTINO, 2011, p. 54).

Opinião também defendida por Xavier (2019, p. 44), que explica que não é somente a religião que tem a ganhar em relação a esse novo campo de evangelização, mas, também o jornalismo é beneficiado com a credibilidade proporcionada pela religião. “Tendo em vista a importância do jornalismo para a religião, não são apenas notícias religiosas que são publicadas nos veículos de comunicação geridos pelas instituições religiosas”.

Vieira (2013) explica que o jornalismo, mesmo inserido no contexto de evangelização, é uma atividade que busca fortalecer o bem comum, informar e formar a sociedade, exercendo a missão de promover cidadania e democracia, pautada pelo interesse público e baseada na responsabilidade social e na ética.

Em relação aos valores vinculados ao jornalismo religioso, Furtado (2022) explica que a verdade e a ética, assim como constituem o jornalismo, também estão atrelados às religiões e são reforçados por elas. Já o jornalista de religião, este transita entre dois mundos, o do jornalismo e o da religião, em um intercâmbio de valores e ideologias.

Para Giraldi (2018), os jornalistas que atuam nessa área precisam estar comprometidos com as condições básicas do jornalismo.

Mesmo que não estejam envolvidos totalmente com o jornalismo convencional e com a rotina frenética de redações, esses profissionais lidam com questões idênticas aos demais jornalistas que estão no mercado convencional, ao terem que apurar uma pauta, entrevistar fontes para matérias, produzir reportagens e notícias. Ainda, que o conteúdo produzido seja direcionado a um público específico - neste caso, os fiéis da Igreja, os jornalistas de religiões apoiam-se nas práticas e técnicas do jornalismo durante a execução das atividades nas dioceses. (GIRALDI, 2018, p. 70)

6. TELEJORNALISMO CATÓLICO: VALORES-NOTÍCIA E ROTINAS PRODUTIVAS

Segundo Belém (2017, p. 15) as informações divulgadas na televisão recebem um prestígio social, sendo essa a mídia com a maior abrangência. “Popularidade que explica a relevância dos telejornais, onde muitos fatos, por vezes, passam a ser legitimados apenas quando ganham espaço na tela. É o prestígio social de um meio de comunicação de massas”.

É por isso que o telejornalismo possui um importante papel e os produtores dos programas jornalísticos, em geral, possuem o dever de utilizar de forma adequada a técnica para atender toda a diversidade do público da televisão. (LIMEIRA, 2006)

Dentre as funções da notícia na televisão, Ferreira (2018b) destaca que uma delas deve ser a contribuição para que os telespectadores, ao serem informados, se sintam incluídos social ou politicamente, de tal forma que isso contribua para o aumento do seu nível de conscientização sobre os assuntos que impactam direta ou indiretamente seu cotidiano.

Essa inclusão é possibilitada pelo que Vizeu (2009) chama de função pedagógica do jornalismo televisivo, que contribui para a compreensão do mundo, entendendo que o cotidiano é organizado de acordo com um conjunto de regras do campo jornalístico que funciona como um lugar de mediação entre os acontecimentos e as notícias. Os noticiários televisivos possuem um espaço significativo na vida das pessoas e “ocupam um papel relevante na imagem que elas constroem da realidade”. (VIZEU, 1998, p. 2).

A respeito da natureza audiovisual do telejornalismo, Barbeiro e Lima (2002) destacam que o jornalista de TV precisa lembrar que está contando uma história para alguém e a palavra deve encaixar bem com a imagem.

É a sensibilidade do jornalista que vai fazer essa “união” atingir o objetivo de levar ao ar uma informação que seja fácil de ser compreendida pelo telespectador. O texto do telejornal tem uma estrutura de movimento, instantaneidade, testemunhalidade, indivisibilidade de imagem e som, sintetização e objetividade. (BARBEIRO E LIMA, 2002, p. 95)

A relevância dos assuntos que serão abordados é definida a partir do impacto que as notícias podem causar na vida de um grande número de pessoas e esse conceito se aplica a todos os veículos, não somente para a televisão. A mudança ocorre na forma como as informações são transmitidas, pois cada veículo tem linguagem e recursos próprios.

O telejornalismo possui características próprias, como apresenta Paternostro (1987, p.36), como a “Informação visual, imediatismo, penetração, instantaneidade, envolvimento, superficialidade, Índice de audiência e concessão do governo”. A autora explica ainda que o

texto jornalístico de TV precisa ser “coloquial, claro e preciso. Objetivo, direto. Informativo, simples e pausado” (PATERNOSTRO, 1987, p. 42)

A seleção das notícias obedece às especificidades da natureza dos veículos de comunicação e o acontecimento recebe enquadramentos diferenciados em cada meio. Diversos fatores influenciam diretamente nessa escolha, isso porque diariamente um grande número de informações passa pelas mãos dos profissionais da imprensa.

Além das características próprias relacionadas ao meio televisivo, alguns outros elementos também interferem na organização das notícias do telejornal, por exemplo, a construção deste obedece também às regras do veículo no qual está inserido. Além disso, conforme Barbeiro e Lima (2002) explicam, é preciso ainda considerar o perfil do público-alvo para o qual o telejornal se destina.

Stasheff et al. (1978, p. 251) comenta que a notícia do telejornal recebe um tratamento e a sua interpretação se alterna com o registro puro e simples do fato, além disso, menciona que o telejornalismo tende a ser mais um reflexo da época em que está situado do que um modelo elaborado de informação. “Por uma série de fatores psicossensoriais da comunicação televisiva, a informação é filtrada, comprimida, nivelada a certo tipo de padrão; a fluência, o ritmo e as ligações entre os assuntos ocorrem dentro de uma dinâmica bem específica”.

A definição do que vai ser selecionado como notícia é uma das primeiras etapas do processo produtivo, a partir da aplicação dos critérios de noticiabilidade, que pode ser definido como um conjunto de critérios que permitem que o acontecimento seja classificado como notícia.

Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo "valor-notícia" ("newsworthiness"). (TRAQUINA, 2005, p. 63)

Os critérios de noticiabilidade dão a indicação de um fato estar apto a ser transformado em notícia ou não, ou seja, se refere aos critérios que os jornalistas, inseridos em uma cultura profissional e dentro de organização de trabalho, utilizam para eliminar ou escolher os fatos levantados durante todo o processo produtivo, que vai da elaboração da pauta até o momento da edição dos jornais.

Como aborda Traquina (2005),

Embora os valores-notícia façam parte da cultura jornalística e sejam partilhados por todos os membros desta comunidade interpretativa, a política editorial da empresa jornalística pode influenciar diretamente o processo de seleção dos acontecimentos por diversas formas (TRAQUINA, 2005, p. 93).

Wolf (1999) explica que a noticiabilidade é composta por um conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos para adquirirem a existência pública de notícias. Correspondem assim, “aos critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias”. (Wolf, 1999, p. 83)

Conceituando-a como o conjunto de elementos por meio dos quais os veículos controlam e gerem a quantidade e o tipo de acontecimentos, considerando quais são relevantes o suficiente, pode-se definir os valores-notícia com um componente dessa noticiabilidade.

Para Pena (2018, p. 131), a aplicação da noticiabilidade baseia-se nos valores-notícia, que são os critérios usados para escolher quais acontecimentos são interessantes para serem transformados em notícia. “Por exemplo, a importância do envolvido é um valor-notícia. Quanto mais famoso for o personagem do fato, mais chance esse tem de virar notícia.”

Nesse processo, os valores notícias compõem os critérios de noticiabilidade, que guiam o fazer jornalístico. Instâncias da cultura profissional, que se refazem o exercício da atividade de acordo com as convenções culturais, condições técnicas e estruturais, circunstâncias históricas, entre outros fatores”. (BELÉM, 2017, pág. 12)

Os valores-notícia são aplicados ao longo de todo o processo de produção, desde a captação até a apresentação da notícia e são dinâmicos e não permanecem sempre os mesmos, ou seja, quando acontecem mudanças na rotina informativa ocorre uma redefinição desses valores.

Os valores/notícia contribuem para tornar possível a rotinização do trabalho jornalístico. São contextualizados no processo produtivo onde adquirem o seu significado, desempenham a sua função e se revestem daquela aparência que os torna elementos dados como certo. É o chamado senso comum das redações. (VIZEU, 2014, p. 83)

Do ponto de vista de Silva (2005), a aplicação de valores-notícias na produção, seleção e hierarquização da notícia é apenas uma parte do processo, pois critérios como formato, qualidade da imagem, linha editorial, custo e público-alvo também são levados em consideração. “Valores-notícia, as características do fato em si, em sua origem, são somente um subgrupo de fatores agindo juntamente com esse segundo conjunto de critérios de noticiabilidade, relacionados agora ao tratamento do fato” (SILVA, 2005, p. 98).

Embora os valores-notícia façam parte da cultura jornalística e sejam partilhados por todos os membros desta comunidade interpretativa, a política editorial da empresa jornalística pode influenciar diretamente o processo de seleção dos acontecimentos por diversas formas. Para Traquina (2005), a direção da organização jornalística ou os proprietários podem

influenciar o peso dos valores-notícia com a sua política editorial, às vezes por razões pessoais, priorizando certo assunto ou tema. “Os valores-notícia são um elemento básico da cultura jornalística que os membros desta comunidade interpretativa partilham. Servem de “óculos” para ver o mundo e para o construir.” (TRAQUINA, 2005, p. 94)

Silva (2005) afirma que a demarcação do conceito de valores-notícia é definida dentro da compreensão de que a notícia é uma construção social.

Definir valores-notícia como atributos do acontecimento e reconhecê-los ao mesmo tempo como construção social e cultural é apenas um primeiro procedimento para pensar a noticiabilidade, cujo processo exige muitas outras reflexões, passando, como etapas seguintes, pelo tratamento dos fatos noticiosos e pela interpretação que a notícia faz desses acontecimentos. (SILVA, 2005, p. 106)

Tuchman (2016, p. 107) descreve que toda notícia é um compilado de fatos avaliados e estruturados pelos jornalistas, que são responsáveis pela exatidão de qualquer um destes acontecimentos. Já Alsina (1993, p. 147) propõe a definição de que “a notícia é uma representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente que se manifesta na construção de um mundo possível.”

Traquina (2016) defende que os jornalistas não são somente observadores passivos, mas, participam ativamente no processo de construção da realidade. Isso porque as notícias são resultantes de um processo de produção, seleção e transformação de um acontecimento em notícia.

Os acontecimentos constituem imenso universo de matéria-prima; a estratificação deste recurso consiste na seleção do que irá ser tratado, ou seja, na escolha do que se julga ser matéria-prima digna de adquirir a existência pública de notícias, numa palavra – noticiável (*newsworthy*). (TRAQUINA, 2016, p. 226)

No processo produtivo das notícias, há, de um lado, a cultura profissional e, do outro, as rotinas relacionadas à organização do trabalho, a partir das quais são elencadas convenções profissionais para a definição do que é a notícia, desde a recolha do acontecimento, passando pela produção, edição até a apresentação.

De acordo com Xavier (2019, p. 46), a seleção dos fatos que se tornarão notícias, a escolha das fontes entrevistadas, a abordagem das perguntas, as palavras utilizadas na produção do texto e a escolha das imagens que serão exibidas na matéria, principalmente em relação ao telejornalismo, impedem a existência de um reflexo perfeito da realidade e isso justifica a teoria da notícia como construção.

Diante disso, o processo de produção das notícias é visto como um fenômeno social, a construção social da realidade pelos meios de comunicação de massa é um processo de produção, circulação e reconhecimento. “Os jornalistas têm um papel socialmente

legitimado e institucionalizado para construir a realidade social como realidade pública e socialmente relevante.” (ALSINA, 1993, p. 21, tradução nossa)

Na perspectiva da construção social da realidade, concebo a construção da notícia como um tipo especial de realidade: é a realidade pública. Deste ponto de vista, deve-se falar em construção da realidade social. Os jornalistas são, como todas as pessoas, construtores da realidade de seu ambiente. Mas também dão forma a uma narrativa para esta realidade e, ao divulgá-la, torná-la uma realidade pública. (ALSINA, 1993, p. 10, tradução nossa)

É com essas questões relacionadas às práticas que envolvem o processo produtivo das notícias em uma empresa de comunicação que se ocupa a Teoria do *Newsmaking*.

A abordagem da Teoria do *Newsmaking* compreende um amplo campo de pesquisa que envolve os estudos do jornalismo e da produção da notícia, com relevantes materiais publicados por autores como Mauro Wolf, Nelson Traquina, Gaye Touchman e Felipe Pena, Alfredo Vizeu, que são referências no assunto.

Os estudos da Teoria do *Newsmaking* analisam a construção das notícias com foco nas rotinas produtivas, entendendo que esse processo é visto como um fenômeno social. (SANTOS E ROCHA, 2018). Pena (2018), explica que os discursos produzidos pelos jornalistas são submetidos a uma série de operações e pressões sociais e, por isso, a imprensa não reflete a realidade e sim, ajuda a construí-la. Aponta ainda que as empresas jornalísticas determinam práticas unificadas para colocar ordem no tempo e no espaço. Segundo o autor, “A perspectiva do *Newsmaking* é construtivista e rejeita claramente a teoria do espelho.”

A respeito das análises sobre *Newsmaking*, Wolf (1999) afirma que,

Estas descrevem o trabalho comunicativo dos emissores como um processo dentro do qual «há de tudo» (rotinas viscosas, distorções intrínsecas, estereótipos funcionais, precedentes sedimentados, etc.). Baseando-se na etnografia dos *mass media*, essas análises articulam e individualizam empiricamente os numerosos níveis de construção dos textos informativos de massa. Isto é, esses estudos representam uma primeira tentativa, a nível empírico, para descrever as práticas comunicativas que geram as formas textuais recebidas pelos destinatários (WOLF, 1999, p.112)

Segundo Hall *et al* (1993), as notícias são o produto final de um processo que se inicia na seleção dos acontecimentos de acordo com um conjunto de categorias, por isso, os veículos não relatam somente e de maneira transparente os fatos noticiáveis.

As principais fases da rotina produtiva da informação são: a recolha, a seleção e a apresentação, etapas essas que representam de uma maneira geral o processo que ocorre nas empresas jornalísticas, como detalha Wolf (1999).

A primeira fase é a recolha dos materiais noticiáveis, que muitas vezes ocorre por meio da utilização de fontes institucionais e agências de notícias. A fase seguinte é a seleção,

que é quando o material é avaliado e reduzido a um determinado número de notícias que serão transmitidas no noticiário. Sobre esta, Vizeu (2014, p. 84) explica que “é um processo realizado em diferentes etapas, desde as fontes até o redator, editor, e com motivações que não são todas imediatamente imputáveis à necessidade direta de escolher as notícias a transmitir.”

A apresentação das notícias é, então, o processo final de elaboração da notícia em um jornal. Nesta última fase produtiva, os acontecimentos são contextualizados dentro do formato e da duração do noticiário.

6.1. Características da produção de um telejornal

Com características próprias, os telejornais se distinguem por serem um programa de TV com a presença do apresentador, em transmissão ao vivo, anunciando matérias e reportagens sobre os fatos mais atuais e relevantes. “A TV e os telejornais exercem papel central no ambiente midiático na construção de nossa realidade social cotidiana, e são as principais fontes de informação sobre os acontecimentos sociais no Brasil e em outros países.” (BECKER, 2016, p. 157).

As notícias contadas no telejornal fazem parte do resumo de acontecimentos diários retratados em notas, reportagens, entradas ao vivo, entrevistas e uma série de formatos que usam recursos audiovisuais para a construção das narrativas. Esse processo se dá pela junção de diversos elementos como sonoros e verbais, que vão mostrar os fatos importantes através de palavras combinadas com imagens, formando uma narrativa audiovisual com um texto mais claro e objetivo e que produz sentido na difusão de informações.

Segundo Belém (2017, p. 63), o telejornal é um dos principais produtos da televisão, tomando um lugar de destaque da informação e argumento de credibilidade para este meio. “É onde texto, áudio e imagem se combinam para dar forma às notícias. Construção que relaciona os princípios a linguagem audiovisual”.

A organização desses fatos depende também da rotina dos veículos de comunicação e de como eles querem atingir seu público. Emerim (2015) explica que,

Para o Telejornalismo, estas telas constituíram-se num espaço de apresentação dos fatos do mundo, um espaço privilegiado que o espectador acessa, como numa “janela”, diferentes realidades, contextos e situações que ele (espectador) não está presente de fato, mas de forma mediada, participando através do olhar das câmeras. (EMERIM, 2015, p. 2)

Bistane e Bacellar (2022) comparam a constituição de uma matéria na televisão à montagem de um quebra-cabeça, sendo necessário encaixar as peças como a passagem do repórter, os trechos das entrevistas e o off que será coberto por imagens.

A construção do noticiário é perpassada por elementos de diversas ordens, como cultural, institucional, econômica e social.

Diariamente inúmeros telejornais são produzidos no Brasil e, dentro das características construção da notícia, cada peça é planejada para que se encaixe em seus devidos cortes de tempo, pré-determinados pelo editor-chefe, responsável pela liderança dessa operação na organização jornalística. O telespectador, então, tem a liberdade de escolher entre vários telejornais, exibidos em diferentes formatos e emissoras, a depender da perspectiva que esteja buscando, como aprofundamento, sensacionalismo ou leveza. Na TV brasileira há uma grande variedade de estilos de telejornais e a constituição das narrativas é permeada por particularidades que envolvem a rotina diária de uma redação.

Como afirmam Gomes e Vizeu (2020).

Dentro da redação os jornalistas além de serem submetidos a um processo que é guiado por valores e códigos da profissão, são desafiados a trabalharem com mais rigor dentro do tempo determinado. Ao formatar o produto jornalístico, um telejornal, por exemplo, os jornalistas precisam ser demasiadamente profissionais para dar conta de todos os aspectos que envolvem sua função: 1) avaliar corretamente o material noticioso captado; 2) validar em um formato acessível ao grande público; 3) realizar as tarefas incumbidas a ele da melhor forma possível, ou seja, com organização temporal, safando-se das pressões que aparecem a cada decisão; 4) entregar um bom resultado. (GOMES E VIZEU, 2020, p. 5)

As notícias assumem características particulares, que são próprias de cada suporte midiático. Assim como a noticiabilidade, os gêneros e os formatos também passam a se adaptar no tempo e no contexto histórico nos quais o telejornal está inserido.

Somado a isso, existem os fatores estruturais que interferem nos modos de produção. “Quem assiste ao telejornal não escolhe os assuntos que quer ver, mas o que foi selecionado pelos editores e repórteres. Um público distinto, para quem o telejornal “embrulha” todo tipo de informação, de forma resumida.” (BELÉM, 2017, p. 148)

Gomes e Vizeu (2020) detalha que o processo produção noticiosa do telejornal segue alguns passos, que são:

(1) escolha e discussão da pauta, (2) a saída em campo, com a seleção dos entrevistados e imagens e ilustrações que vão compor a notícia, e, ainda, mais tarde, (3) o recorte das falas e informações desses entrevistados que entrarão na notícia (e os que ficarão de fora, naturalmente) e, finalmente, (4), o tamanho do espaço e localização que esse material informativo vai se encaixar, dentro do veículo de comunicação (seja de qual suporte ele for), podemos pensar que ali está o conjunto de opiniões e visões sobre os fatos de um grupo de pessoas – os jornalistas

envolvidos nesse processo, desde o pauteiro, passando pelo repórter, fotógrafo/cinegrafista, editor e editor-chefe. (GOMES E VIZEU, 2020, p. 8-9)

Lembrando que esse processo de preenchimento do noticiário precisa ser executado em um curto espaço de tempo, chamado de deadline. Para Gomes, Vizeu e Silva (2021), o trabalho na redação é influenciado por três fatores que exalam a cultura profissional presente no processo de fabricação do telejornal: 1) o jornalista – profissional composto por emoções subjetivas; 2) a organização – que possui uma rotina produtiva nas empresas jornalísticas e 3) o da comunidade profissional - os valores e mitologias da categoria, independente da organização em que se trabalha. “As rotinas produtivas e as práticas profissionais permitem uma visualização do movimento do fazer telejornalismo, mas também condicionam o processo.” (GOMES, VIZEU E SILVA, 2021, p. 9)

Para Belém (2017), a principal função do telejornal é informar, mas é também uma forma de se entreter, e o que difere os noticiários das produções do entretenimento é o emprego das normas do jornalismo para contar histórias reais na televisão.

E esse modo mais informal e de maior aproximação com o público que vem se delineando ao longo dos anos é chamado por Martins, Negrini e Piccinin (2018, p. 2) de novos modos de endereçamento no telejornalismo. “Mesmo nos telejornais que são compreendidos como de referência, como o Jornal Nacional, as ressignificações podem ser visualizadas e reportagens em formatos mais “leves” e informais se fazem presentes”.

Assumindo essa característica distinta que Belém (2017) nomeia de “Conteúdo leve”, a notícia do telejornal se reconfigura com o aumento da preocupação em satisfazer os interesses do público, o que representa novas formas de mediar os acontecimentos e transmiti-los para a sociedade. “Para entender a função do conteúdo leve no telejornal, parte-se da premissa que as pautas são definidas pensando na forma em como agradar o telespectador.” (BELÉM, 2017, p. 133)

O autor explica que esse entendimento está diretamente relacionado à adoção da estratégia do infotainment.

Para chamar a atenção da audiência com um tipo de conteúdo que possa informar e distrair, os telejornais têm diversificado os tipos de pautas, com notícias que vão além dos assuntos factuais, de editoriais como política, saúde e segurança; que estimula a curiosidade do público e nutre a imaginação. (BELÉM, 2017, p. 131)

Tuchman (1978 apud Belém, 2017, p. 131) define dois conceitos sobre os perfis noticiosos. “A hard News é caracterizada pela estrutura objetiva de informações selecionadas de acordo com o interesse público. A soft News é diferenciada pela leveza do conteúdo, em

que os fatos não têm a mesma relevância pública da anterior, mas despertam a atenção do público.”

Assim, pode-se dizer que o telejornal é composto, de um lado, pela cobertura diária dos acontecimentos e, do outro, pelas notícias mais leves, que estimulam a distração. E esses dois tipos de conteúdo informativo, ao se misturarem, potencializam a hibridização de formatos e as alterações na linguagem televisiva que, tradicionalmente coloquial, experimenta novas maneiras ainda mais informais para transmitir informação. (BELÉM, 2017)

No caso dos veículos religiosos, Martino (2011) explica que a definição das notícias obedece a critérios específicos de cada instituição. E a pauta da mídia religiosa envolve temas gerais que são filtrados pela ótica institucional.

As relações internas à instituição e desta com outros agentes sociais tem, obviamente, preferência editorial. No entanto, temas, em princípio alheios à instituição, podem ser pautados, desde que contribuam para explicitar regras e dogmas da instituição. (MARTINO, 2011, p.89)

O telejornalismo tem se destacado nessa missão da Igreja de evangelizar nos meios de comunicação e se tornou um produto comum nas emissoras católicas, pois, buscam diversificar a grade de programação com diferentes gêneros, não restringindo à transmissão de ritos religiosos com a Santa Missa, a oração do Santo Terço ou meditações bíblicas. Nesta perspectiva, “o telejornalismo é um gênero a ser destacado, pois, nota-se o empenho da instituição de se manter cada vez mais presente na vida dos fiéis e até mesmo dos que possuem outra religião ou têm como escolha o ateísmo”. (ALBUQUERQUE *et al.*, 2017, p. 98)

Ao analisar os telejornais de 4 emissoras católicas, Rede Vida, Século 21, Canção Nova e TV Aparecida, Macedo e Melo (2014) concluíram que mesmo assumindo a postura de telejornais católicos, estes não noticiam apenas acontecimentos e temáticas ligadas à religião, pois, destacam também a existência de notícias de interesse social, acontecimentos do dia-a-dia no país e no mundo, e ainda problemáticas que afetam a vida de seu público.

Entre os resultados, foi apresentado o lugar do jornalismo nas emissoras em questão. Segundo os autores, a Rede Vida foi a emissora que reservou mais tempo para a exibição de programas ligados ao campo jornalístico, representando 17% da sua grade de programação diária. Em segundo veio a TV Canção Nova com 6%, seguida da Rede Século 21 e TV Aparecida, que dedicam 5% das horas de programação para o jornalismo.

Macedo e Melo (2014), também chegaram ao entendimento de que a maioria dos valores-notícias compartilhados pelos profissionais de jornalismo em geral também está

presente nos telejornais das emissoras católicas. Os autores avaliam também fatores como a captação das imagens e a produção de reportagens interferem no produto final.

A respeito da influência da religião na escolha das notícias, Limeira (2006), que desenvolveu uma das mais relevantes pesquisas na área de telejornalismo católico analisando os telejornais da Rede Vida, afirma que

programas jornalísticos servem à emissora e à Igreja, eis que, tanto a emissora, como empresa jornalística, quanto a Igreja, como elemento macrosocial, interferem na produção. As interações sociais entre jornalista (produtores dos programas), emissora e Igreja atuam sobre os critérios de noticiabilidade, redefinindo-os. (LIMEIRA, 2006, p. 364)

Para Furtado (2022), na divulgação de notícias de caráter religioso, os jornalistas agregam valores como humanização, amor, esperança, fé, misericórdia e paz, usando da técnica jornalística, dos gêneros e formatos jornalísticos.

No capítulo a seguir, será contextualizado o objeto de análise deste estudo.

7. COMUNIDADE CANÇÃO NOVA

Fundada pelo Monsenhor Jonas Abib com o propósito de evangelizar, a Comunidade Canção Nova, que é ligada ao Movimento da Renovação Carismática Católica (RCC), surgiu quando o fundador e mais alguns jovens decidiram começar a se reunir para rezar e deram início às atividades da então Associação Canção Nova em 30 de outubro de 1974, tendo como presidente Osvaldo Coelho Nunes. A respeito da primeira sede da Associação, Canuto (2017) relata que,

Em 1975, em razão da necessidade de um local de encontro para os jovens, que até então era realizado nas imediações da Faculdade Salesiana, surgiu a oportunidade de realizar um encontro na fazenda de Areias, local que contava com estrutura que se encaixava perfeitamente para as necessidades que os encontros solicitavam. (CANUTO, 2017, p. 63)

Abib (2012) conta que passaram dois anos na fazenda em Areias/São Paulo, até que ganharam um terreno em Queluz (SP), uma cidade vizinha. Com a ajuda de doações, em seis meses a casa ficou pronta e ganhou o nome de “Canção Nova, a Casa de Maria”.

Segundo o Estatuto Canônico da Comunidade Canção Nova, o então Padre Jonas Abib foi provocado por Dom Antônio, bispo de Lorena (SP) na época, a concretizar os ensinamentos da exortação apostólica *Evangelii Nuntiandi*, publicada em 8 de dezembro de 1975. Por meio dela, o Papa Paulo VI faz um apelo à Igreja para que se empenhe a anunciar o Evangelho ao mundo contemporâneo. Isso levou o Padre Jonas Abib a promover, entre os anos 1976 e 1977, diversas atividades formativas para jovens e adultos.

Foi então que Abib lançou um desafio aos jovens perguntando quem aceitaria deixar sua casa e família para viver com ele em comunidade. Doze dos jovens aceitaram viver essa experiência e no dia 2 de fevereiro de 1978 deram início à Comunidade Canção Nova.

Depois, a Canção Nova passou a caminhar com foco nos meios de comunicação, começando com um programa na Rádio Mantiqueira, em Cruzeiro, que acabou dois meses depois. Abib (2012) relata que mais tarde conseguiram três programas em rádios diferentes: na rádio Cultura de Lorena (SP), na Bandeirantes de Cachoeira Paulista (SP) e na Mineira do Sul, em Passa-Quatro (MG).

Em 1º de abril de 1980, com a ajuda de Dom Cipriano, do Rio de Janeiro, a Comunidade adquiriu a rádio Bandeirantes de Cachoeira Paulista (SP), que foi paga com ajudas e doações, por isso, o fundador atribui à “Providência de Deus” a realização daquilo que é pedido em oração. A rádio foi inaugurada em 25 de maio de 1980.

Nove anos depois da inauguração da Rádio, a Comunidade deu um passo maior na missão de evangelizar utilizando os meios de comunicação e inaugurou a TV Canção Nova no dia 8 de dezembro de 1989, assunto que será abordado com mais detalhes no próximo tópico.

Segundo Guimarães (2014), a Comunidade possui agora o Sistema Canção Nova de Comunicação que inclui a TV, rádios, portal na internet, revistas, gravadoras e um Departamento de Audio Visuais (DAVI) que, de acordo com informações do site⁴⁰ da instituição, produz mais de 7.000 produtos como livros, CDs e DVDs, peças de vestuário e acessórios. O setor também é responsável pela comercialização e distribuição dos produtos de evangelização, com iniciativas no varejo, atacado, vendas com catálogo porta-a-porta, *E-commerce* e central de atendimento telefônico.

Consta no Estatuto que a Canção Nova tem como missão:

Evangelizar, comunicar Jesus e a vida nova que Ele veio trazer, pelos Encontros e, de maneira preferencial, mas não exclusiva, através dos meios de comunicação social. A Comunidade Canção Nova atua nas áreas da educação, da saúde, das artes, da cultura e da promoção social, com o objetivo específico de contribuir concretamente na transformação do ser humano e das estruturas sociais. (ESTATUTO, p. 2)

Todo esse sistema é mantido pela Fundação João Paulo II, entidade sem fins lucrativos que tem como fonte de recursos as doações espontâneas de pessoas que aderem a esta missão, com sede na cidade de Cachoeira Paulista (SP).

Figura 2 – Marca da Canção Nova



Fonte: Canção Nova

Além dos meios de comunicação, a fundação também é responsável por manter o Instituto Canção Nova, que oferece ensino regular infantil, fundamental I e II e ensino médio. situada no município de Cachoeira Paulista (SP), e a Faculdade Canção Nova, localizada no mesmo município, que oferta, a nível de graduação, os cursos de Administração, Filosofia,

⁴⁰ <https://loja.cancaonova.com/quem-somos-cn/>

Jornalismo, Rádio e TV, Teologia e Filosofia Licenciatura e também Pós-Graduação em Bioética, Gestão de Pessoas, Gestão de pequenas e médias empresas e Gestão de Eventos.

A Comunidade desenvolve ainda uma Rede de Desenvolvimento Social tem uma atuação também na área da saúde, com o Posto Médico Padre Pio, que oferece atendimento gratuito em várias especialidades e distribui medicamentos.

Na esfera da Assistência Social, possui quatro unidades, o Centro de Atendimento Comunitário (CAC), o Projeto Geração Nova (PROGEN), a Casa do Bom Samaritano e a Cia. de Artes e Esportes, por meios dos quais visa perpetuar e compartilhar o amor, respeito e ajuda ao próximo, como exposto no site da Fundação João Paulo II⁴¹.

O CAC é a unidade que realiza atendimento à população em situação de vulnerabilidade e risco social através de ações voltadas para a transformação e desenvolvimento social, como atividades esportivas, recreativas, lúdicas, culturais, empreendedorismo e acesso a ferramentas de tecnologia da informação. Atividades e cursos como ginástica, violão, informática, robótica e manicure são promovidos e, em 2022, 517 pessoas foram atendidas e 9.172 serviços foram disponibilizados.

O PROGEN é uma unidade que realiza o atendimento integral de crianças, adolescentes, jovens e adultos, através de cursos e oficinas, como por exemplo: Artesanato, Auxiliar Administrativo e Informática. No total, foram 14.672 mil serviços oferecidos e 650 pessoas atendidas em 2022.

Já a Casa Bom Samaritano é o local onde pessoas em situação de rua recebem atendimentos, promovendo a restauração da pessoa humana, nos âmbitos biológico, psicológico e espiritual. A unidade oferece oficinas e realiza todos os meses a entrega de cestas básicas às famílias em situação de vulnerabilidade social. Dados de 2022 demonstram que foram atendidas 907 pessoas em situação de rua e 8.492 serviços foram ofertados naquele ano.

Por fim, a Cia. de Artes e Esportes tem a missão de acolher os jovens por meio da arte e do esporte, possibilitando o envolvimento dos alunos com a cultura e incentivando a formação da pessoa humana. A unidade oferece aulas gratuitas de atividades como Judô, Futsal, Ballet e Ginástica. Somente em 2022, 2.234 pessoas foram atendidas e 37.442 serviços foram oferecidos.

Em relação ao modo de viver em comunidade, o Estatuto da instituição explica que os Membros da Comunidade Canção Nova se distinguem em dois modos de compromisso:

⁴¹ <https://fp2.org/assistencia-social/>

1. Núcleo: são aqueles que se dedicam ao apostolado como atividade principal, empenhados em tempo integral na vida e nas atividades da Canção Nova, constituindo-se na garantia da manutenção do carisma.

2. Segundo Elo: são aqueles que constituem aliança em torno do Núcleo, não vivem em regime de dedicação integral, continuam a residir em suas próprias residências. São chamados a viver a identidade e missão da Comunidade Canção Nova nas condições ordinárias da própria família, profissão, vida social. (ESTATUTO, p. 4)

Gasparetto (2009) explica que para fazer parte da Comunidade Canção Nova, devem ser seguidas algumas regras, dentre elas o compartilhamento do que possuir com os demais membros. Os fieis que sentirem o desejo de participar devem abandonar a “vida antiga” e estarem disponíveis a ser fieis a Jesus e a ajudar a Comunidade. “Ela só é comunidade porque tem regras para serem seguidas. Os membros mais antigos da comunidade têm a obrigação de cuidar para que as normas tenham pleno cumprimento”. (GASPARETTO, 2009, p.157)

Estruturalmente, a Comunidade CN tem sede em Cachoeira Paulista, mas é composta por 26 casas de missão filiais espalhadas em 12 estados do Brasil e com bases também fora do território nacional, em países como: Itália, França, Israel, Paraguai e Portugal. (CANUTO, 2017). “Estas casas de missão atuam na evangelização através de eventos, de peregrinações e da mídia católica, aglomerando ao redor de si grupos de pessoas que participam de suas atividades e de seus grupos de oração”. (CANUTO, 2017, p. 38)

A Chácara Santa Cruz, onde está situada a sede da Comunidade Canção Nova, localizada em Cachoeira Paulista/São Paulo, tornou-se um local de turismo religioso. Nela existem doze pontos de peregrinação: Santuário do Pai das Misericórdias, Centro de Evangelização, Capela Santa Rita, Nicho de Nossa Senhora de Fátima, Praça do Cruzeiro, Praça Dom Bosco, Ermida da Mãe Rainha, Confessionários, Oratório Nossa Senhora das Graças, Casa de Maria, Rincão do Meu Senhor e Capela Sagrada Família.

O Centro de Evangelização Dom João Hipólito de Moraes, por exemplo, possui a capacidade para receber mais de 80 mil pessoas, de acordo com Canuto (2017), que ressalta que a infraestrutura da Chácara também é composta por: auditório, restaurante, padaria, lanchonete, postos bancários, lojas de artigos religiosos, pousada, área de *camping* e prédios administrativos, como também dos estúdios das emissoras de Rádio e TV. “Toda esta estrutura tem a finalidade de organizar burocraticamente a comunidade, institucionalizando-a, de modo a permitir maior alcance do propósito evangelizador para o qual foi criada”. (CANUTO, 2007, p. 44)

Fato confirmado pelo fundador Abib (2012), que explica que o propósito de todas as ações da Comunidade Canção Nova é a evangelização.

O objetivo fundamental de nossos encontros, e de tudo o que fazemos, é proporcionar o encontro pessoal das pessoas com Jesus, para que, em seguida, recebam a graça de seu Batismo no Espírito e passem pela experiência do derramamento do Espírito Santo, pela Experiência de serem pessoas plenas do Espírito. (ABIB, 2012, p. 65)

A seguir, a TV Canção Nova, por ser a emissora estudada nesta pesquisa, será descrita com maior riqueza de detalhes.

7.1. TV Canção Nova (TVCN)

Segundo Guimarães (2014), às 10h da manhã do dia 8 de dezembro de 1989, com a transmissão de uma Santa Missa, o sinal da TV Canção Nova foi ao ar pela primeira vez por meio do canal 35 da TVE, TV Educativa do Rio de Janeiro, e passou a ter duas horas e meia de programação local.

Gasparetto (2009, p. 153) conta que a emissora católica transmitia a programação para Cachoeira Paulista e cidades vizinhas. “Os primeiros programas eram: “Preparem seu coração”, “Vale vida”, “Som e canção” e “Estou no meio de vós”, que era apresentado pelo Monsenhor Jonas Abib.”

Depois, a TV Canção Nova passou a alugar horários na Rede Mulher e, à noite, na Rede Vida, durante duas horas. Foi então que procuraram a TV Executiva Embratel, que era transmitida pelas parabólicas e começaram a dividir horários durante o dia com corridas de cavalo e leilões de gado, contudo, a programação era inconstante, em diferentes horários, dias e até em diferentes canais.

Com o passar do tempo foram adquirindo todos os horários disponíveis naquele sinal de satélite, a maioria na madrugada.(...) Até que a Embratel percebeu que seria preciso disponibilizar um canal inteiro para a programação da Canção Nova. Em 1997, conseguimos nosso canal do satélite. De duas horas de programação passamos a ter que colocar no ar 24 horas. (GUIMARÃES, 2012, p. 54)

A maioria dos programas era ao vivo “porque não havia equipamentos profissionais, não havia estúdio, nem pessoal para fazer programas bem produzidos, editados e gravados. A única forma de cumprir a programação 24 horas era fazer ao vivo”. (GUIMARÃES, 2012, p. 54)

Em 1997, surgiu a oportunidade de adquirir a TV Jornal em Aracaju/Sergipe, a partir disso, formou-se a Rede Canção Nova de Televisão, gerando a programação para toda a Região Nordeste. Com isso, a TVCN pôde gerar a programação para todo o país por meio de repetidoras.

De acordo com Bertotto (2010, p. 94), a TV Canção Nova possui uma característica diferente, em sua programação não há intervalos comerciais, como se costuma ver nas demais emissoras. “Suas funções informativa e econômica estão comprometidas com o poder do modelo de “mercado” das doações dos sócios da emissora e da colaboração dos ouvintes”.

Por meio da programação televisiva, a TV Canção Nova busca a participação do seu público na arrecadação de recursos para manter a emissora no ar, foi aí que surgiu a campanha “Dai-me Almas”.

Com o *slogan* “nossa missão é evangelizar”, a Canção Nova passou a buscar meios para sua expansão. Trata-se de uma emissora católica que vive quase exclusivamente de doações espontâneas de quem acompanha sua programação. Todos os meses, realiza uma campanha chamada “Projeto Dai-Me Almas”, que movimenta e consegue arrecadar o maior valor em doações de todo o segmento católico. Assim, mantém sua programação e obras sociais. (JARDIM, 2018, p. 71)

Nos intervalos da programação, a emissora divulga a venda de seus próprios produtos de evangelização, bem como as campanhas para alcançar mais sócios evangelizadores. “Percebe-se que, mesmo não tendo propaganda comercial, a TV Canção Nova consegue trabalhar o *marketing* bem-sucedido”. (BERTOTTO, 2010, p. 94)

Para Gasparetto (2009),

A TV Canção Nova pode ser compreendida como um dispositivo estratégico que não só está a serviço da produção e transmissão de conteúdos religiosos, mas na estruturação de uma nova ambiência, que faz funcionar novas dinâmicas entre campos e atores sociais, por meio dos processos sociossimbólicos. (GASPARETTO, 2009, P. 149)

De acordo com Canuto (2017), atualmente a TV Canção Nova conta com seis geradoras no Brasil, instaladas nas cidades de Aracaju/Sergipe, Belo Horizonte/Minas Gerais, Brasília/Distrito Federal, Curitiba/Paraná, Florianópolis/Santa Catarina e Cachoeira Paulista/São Paulo e possui 9 produtoras no Brasil nas cidades de Aracaju, Belo Horizonte, Brasília, Curitiba, Florianópolis, Cuiabá/Mato Grosso do Sul, São Paulo/São Paulo, Rio de Janeiro/Rio de Janeiro e Cachoeira Paulista, e também 4 produtoras no exterior, nas cidades de Jerusalém em Israel, Fátima em Portugal, Toulon na França e Roma na Itália.

O alcance da transmissão cobre todo território brasileiro através das antenas parabólicas, 127 operadoras de TV a cabo e 500 retransmissoras com sinal aberto. Em sua sede, no município de Cachoeira Paulista, a emissora possui cinco estúdios e três espaços para eventos também são utilizados como cenário para a programação, além de contar com três unidades móveis de geração e produção via satélite. (BARBOSA, 2011, p. 53)

A programação da TV atualmente exhibe Missas, Terços, filmes, documentários, shows católicos, programas de cunho educativo, infanto-juvenil, cultural, musical e rural. Além disso, possui programas de informação e jornalísticos. E a programação ao vivo da TV

também é transmitida simultaneamente por meio do canal no Youtube⁴², que conta com 2,77 milhões de inscritos, com uma estatística de 461.689.555 visualizações.

De acordo com o site da emissora, dentro da programação jornalística da TV Canção Nova estão o BOLETIM DE NOTÍCIA, que são pequenos boletins apresentados ao longo da programação, exibindo notícias atuais sobre o cotidiano brasileiro; TERRA SANTA NEWS, que traz as principais notícias do Oriente Médio, com destaque para as ações da Igreja Católica; ALÉM DA NOTÍCIA, programa apresentado direto de Brasília que possui uma linha editorial voltada para a prestação de serviço à população por meio da informação, abordando temáticas como saúde, educação, religião, política, entre outras; REPÓRTER CANÇÃO NOVA, que exhibe reportagens especiais e uma retrospectiva dos principais acontecimentos da semana no Brasil e no mundo e CANÇÃO NOVA NOTÍCIAS, que é o principal telejornal da emissora e apresenta as notícias do dia e reportagens especiais, sendo este o objeto de estudo do presente trabalho.

A seguir, será apresentada a tabela dos programas de jornalismo exibidos durante a programação da TV Canção Nova na semana entre os dias 22 e 28 de outubro de 2023, período em que foi realizada a pesquisa de campo deste trabalho. Por meio dessa análise, conclui-se que, no intervalo de 7 dias, os conteúdos jornalísticos ocuparam o equivalente a 8.81% da programação semanal da emissora.

A grade de programação completa pode ser observada no Apêndice A desta dissertação.

Tabela 3 – Programas jornalísticos exibidos na TV Canção Nova

Data	Programa	Horário	Duração
Domingo (22/10/2024)	01h	Além da Notícia	90 minutos
	04h10	Terra Santa News	20 minutos
	08h13	Boletim do Jornalismo	07 minutos
	22h	Repórter Canção Nova	60 minutos
Segunda (23/10/24)	04h	Repórter Canção Nova	60 minutos
	09h33	Boletim de Notícia	12 minutos
	14h35	Boletim de Notícia	07 minutos
Terça (24/10/24)	18h45	Canção Nova Notícias	45 minutos
	04h	Canção Nova Notícias	45 minutos
	09h33	Boletim de Notícia	12 minutos
	14h35	Boletim de Notícia	07 minutos
	16h30	Terra Santa News	19 minutos

⁴² <https://www.youtube.com/@tvcancaonova>

	17h28	Boletim de Notícia	02 minutos
	18h45	Canção Nova Notícias	45 minutos
Quarta (25/10/24)	04h	Canção Nova Notícias	45 minutos
	09h33	Boletim de Notícia	12 minutos
	14h35	Boletim de Notícia	03 minutos
	17h28	Boletim de Notícia	02 minutos
	18h45	Canção Nova Notícias	45 minutos
Quinta (26/10/24)	04h	Canção Nova Notícias	45 minutos
	09h33	Boletim de Notícia	12 minutos
	17h28	Boletim de Notícia	02 minutos
	18h45	Canção Nova Notícias	45 minutos
	22h	Além da notícia	90 minutos
Sexta (27/10/24)	04h	Canção Nova Notícias	45 minutos
	09h33	Boletim de Notícia	12 minutos
	14h35	Boletim do jornalismo	07 minutos
	17h28	Boletim de Notícia	02 minutos
	18h45	Canção Nova Notícias	45 minutos
Sábado (28/10/24)	04h	Canção Nova Notícias	45 minutos
TOTAL			888 minutos

Fonte: Produzido pela autora

7.2. Canção Nova Notícias (CN Notícias)

Conforme explica Santos (2015), o Jornalismo está presente na Canção Nova desde o início por meio de documentários e matérias de utilidade pública. Em 1996, a emissora realizou, pela primeira vez, debates eleitorais com candidatos a prefeito de cidades vizinhas à sua sede, Cachoeira Paulista.

“O telejornal da TVCN nasceu como quadro de um programa para divulgação de eventos religiosos chamado Agenda Canção Nova até se tornar o Informativo Canção Nova transmitido no momento do almoço sob a apresentação de Cristina Bastos e Ricardo Sá.” (SANTOS, 2015, p. 18)

Em 1997 foi ao ar o programa ‘Realidades’ que futuramente se transformaria no ‘Em Pauta’. No ano seguinte, foi transmitida a primeira edição do telejornal “CN Notícias”, que é apresentado ao vivo e atualmente possui uma única edição, à noite, de 18h45 às 19h30.

A emissora dispõe de equipes de reportagem em quatro capitais – São Paulo, Belo Horizonte, Distrito Federal e Aracaju — e também no exterior — Roma e Terra Santa, contando com a parceria do Centro Televisivo do Vaticano (CTV) e com o *Christian Media*

Center, respectivamente. E o telejornal exibe matérias com temas atuais de editorias variadas e divulga notícias e eventos da Igreja Católica no Brasil e no mundo.

SANTOS (2015, p. 51) explica que “a emissora noticia todos os assuntos que têm impacto no dia a dia das pessoas. A forma como trata o assunto é seu diferencial. O jornalista pode abordar assuntos trágicos sem causar desespero ou se desesperar”.

Em 2015, Rodrigo Luiz dos Santos publicou o Guia de Redação Canção Nova Notícias, com orientações a respeito das práticas jornalísticas, tanto sobre a linha editorial proposta pela emissora “A serviço da vida e da esperança”, com as condutas norteadas pelos valores cristãos da Igreja Católica, quanto normas técnicas do telejornalismo, relacionadas à estrutura do texto, linguagem e entrevistas.

Figura 3 – Marca do Canção Nova Notícias



Fonte: Canção Nova

O telejornal tem aproximadamente 45 minutos de duração, e, no período analisado, era apresentado em uma bancada pelos titulares Reinaldo César e Elaine Santos, jornalista que faleceu um mês após a realização desta pesquisa. O jornal conta com reportagens das localidades onde possui equipes de cobertura, além de notas cobertas, notas simples, previsão do tempo e a participação de correspondentes em outros locais atuando como co-apresentadores. O telejornal possui um perfil no Instagram⁴³ com 157 mil seguidores, uma página no Facebook⁴⁴ com 397 mil seguidores, um perfil no Twitter⁴⁵ com 129,5 mil seguidores e um portal de notícias⁴⁶.

⁴³ <https://www.instagram.com/cnnoticias/>

⁴⁴ <https://www.facebook.com/noticias.cancaonova>

⁴⁵ <https://twitter.com/cnnoticias>

⁴⁶ <https://noticias.cancaonova.com/>

8. ABORDAGEM METODOLÓGICA

Esta pesquisa foi realizada seguindo um percurso metodológico formado por 6 etapas que serão detalhadas a seguir e consiste em: revisão bibliográfica, análise documental, análise de conteúdo audiovisual televisivo, observação participante, entrevista e interpretação dos resultados alcançados.

Como método de investigação, esta pesquisa é um estudo de caso, que segundo Duarte (2009, p. 234) é o método que contribui para a compreensão dos fenômenos sociais complexos, sejam individuais, organizacionais. “É o estudo das peculiaridades, das diferenças daquilo que o torna único e por essa mesma razão o distingue ou a aproxima dos demais fenômenos”.

A metodologia é classificada como aplicada, adotando uma revisão bibliográfica a respeito dos temas Religião, *Newsmaking*, critérios de noticiabilidade, Igreja e Comunicação, Imprensa Católica, Telejornalismo, além de análise documental de materiais que auxiliam na caracterização do objeto de estudo, como o guia de redação do Canção Nova Notícias e de documentos da Igreja Católica.

Às luzes da Teoria do *Newsmaking* e do paradigma construcionista de notícia foi analisado o processo de construção de notícias exibidas no telejornal apresentado, por meio de abordagem qualitativa possibilitada pela análise de conteúdo, com natureza básica e objetivo exploratório. “O paradigma construcionista toma a notícia como o resultado complexo de interação social entre jornalistas, fontes, sociedade e membros da comunidade profissional.” (LIMEIRA, 2006, p. 171).

Vizeu (2007) entende a notícia como uma representação social da realidade cotidiana, considerando-a um bem público, que é produzido dentro do âmbito da instituição e submetida às práticas jornalísticas, tudo isso para possibilitar às pessoas o acesso ao mundo dos acontecimentos do dia a dia.

Na etapa de pesquisa de campo (observação participante), foram utilizados como instrumentos de coleta: um celular com gravador e câmera, caderno para registro das anotações e planilha com protocolo para análise, seguindo as seguintes etapas que serão detalhadas a seguir:

1ª fase: Observação participante no período de uma semana dentro da redação do Canção Nova Notícias em Cachoeira Paulista/São Paulo, (que ocorreu entre os dias 23 e 27 de outubro de 2023);

2ª fase: Realização de entrevistas com profissionais envolvidos no processo de produção do telejornal no mesmo período da 1ª fase (Apêndice B);

3ª fase: Preenchimento do protocolo de análise das edições do telejornal no mesmo intervalo de tempo das 1ª e 2ª fase (Apêndice C);

4ª fase: Análise dos materiais coletados;

5ª fase: Contextualização, interpretação e redação dos resultados.

Para entender o objeto empírico estudado, a observação participante foi um dos métodos escolhidos, pois, segundo Wolf (1999), é uma técnica comum entre as pesquisas de Newsmaking. “Desta forma, é possível reunir e obter, sistematicamente, as informações e os dados fundamentais sobre as rotinas produtivas que operam na indústria dos mass media”. (WOLF, 1999, p. 81). Por meio dessa metodologia o pesquisador se insere no grupo pesquisado e participa das atividades, sem se confundir ou se deixar passar por um membro, apenas com o papel de observador. No trabalho de campo, foi possível acompanhar reuniões de pauta e o desenvolvimento das atividades dos produtores, jornalistas e editores durante uma semana para compreender como era feita a seleção das notícias e quais são os critérios para tal.

Analisar o movimento dentro das rotinas de trabalho da redação do telejornal ajudou na compreensão sobre a forma como as notícias são relatadas para a audiência. Segundo Gomes, Vizeu e Silva (2021, p. 4) é na redação jornalística onde são sedimentadas as rotinas e não há como desassociar o jornalismo deste espaço das práticas profissionais e da cultura ocupacional que permeia qualquer ambiente de produção jornalística. “É no ambiente das redações em constante transformações que há uma necessidade de compreensão do que é o espaço da redação e como os sujeitos atuam nela, com a vivência de um tempo mais agitado e veloz, que condiz com a atualidade.”

Os pontos analisados por meio da observação participante foram: a estrutura de organização profissional do telejornal; o funcionamento das reuniões de pauta; Os critérios aplicados para a escolha das pautas; Se e como são sugeridas as abordagens das pautas por parte dos responsáveis pela direção do telejornal; Como é feita a sugestão/escolha das fontes; De que forma ocorre o desenvolvimento do trabalho das equipes nas Casas de Missões regionais; Se há e quais são as principais dificuldades encontradas pelos profissionais; Quais notícias foram escolhidas e porquê.

Foram realizadas também entrevistas semi-estruturadas com profissionais da emissora durante a observação participante, visando conhecer os perfis de alguns desses jornalistas, bem como suas ideologias, e colher relatos sobre suas rotinas produtivas nas etapas do

processo de construção do Canção Nova Notícias. Esta fase ocorreu no próprio ambiente de trabalho, com um roteiro previamente elaborado (conforme o Apêndice B), com a pretensão de identificar observações pessoais que os profissionais possuem a respeito dos critérios de seleção.

Como corpus da pesquisa, foram analisadas também as reportagens exibidas no telejornal Canção Nova Notícias, no período de uma semana, mesmo intervalo de tempo da observação participante e das entrevistas, com o propósito de apontar especialmente uma análise de conteúdo relacionada a identificação dos elementos visuais e de construção da notícia, categorizando a cada edição: manchetes, temas das pautas, editoriais, cabeça, valor-notícia, gênero, formato, fontes, locais das imagens e da passagem do repórter, duração, repórter e localidade, conforme protocolo disponível no Apêndice C. Para a classificação da noticiabilidade das matérias veiculadas será utilizada como referência a tabela de valores-notícia elaborada por Silva (2005) para operacionalizar análises de acontecimentos noticiáveis. Já a classificação dos gêneros e formatos do telejornal, será realizada com base na classificação de Belém (2017).

Essa etapa permitirá um cruzamento das informações coletadas durante as entrevistas e avaliadas na observação participante com o que de fato é veiculado no telejornal em questão. Além disso, as notícias também foram classificadas de acordo com as tendências de comunicação definidas por Alvarenga (2021, p. 159) como “um conjunto de direcionamentos, ideias e abordagens que norteiam a forma como uma determinada instituição compreende e age sobre a comunicação, item detalhado na análise dos resultados.

Na análise dos dados coletados nessa fase foram observadas a dinâmica do telejornal, com o propósito de compreender os pontos já levantados.

Bardin (2011, p. 44) descreve a análise de conteúdo “como um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens.

De acordo com a autora, a *descrição*, entendida como a enumeração das características do texto, é resumida após tratamento do material coletado e esta é a primeira etapa necessária para a análise, a *inferência*, ou seja, dedução de maneira lógica, é o procedimento intermediário e a *interpretação*, que é a significação concedida a estas características é a última fase. As consequências da análise de um determinado enunciado permitem conhecer os possíveis efeitos das mensagens.

O analista possui a sua disposição (ou cria) todo um jogo de operações analíticas, mais ou menos adaptadas à natureza do material e à questão que procura resolver. Pode utilizar uma ou várias operações, em complementaridade, de modo a

enriquecer os resultados, ou aumentar a sua validade, aspirando assim a uma interpretação final fundamentada. (BARDIN, 2011, p. 48)

Herscovitz (2007) explica que a análise de conteúdo é um importante método na pesquisa jornalística e pode ser utilizada para analisar modelos de critérios de noticiabilidade, como é o nosso objetivo.

9. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentadas as atividades desenvolvidas durante a execução da pesquisa de campo, realizada entre os dias 23 e 27 de outubro de 2023, na sede da Central de Jornalismo da TV Canção Nova, localizada no município de Cachoeira Paulista, estado de São Paulo, com o propósito de coletar dados a respeito do processo de produção das notícias do telejornal Canção Nova Notícias.

De maneira geral, participei de toda a rotina produtiva da redação do telejornal Canção Nova Notícias durante uma semana, incluindo a participação de reuniões de fechamento do jornal, acompanhamento das atividades de diferentes profissionais que fazem parte da construção do noticiário, bem como a coleta de entrevistas durante o período. Além disso, observei, de dentro do estúdio, a transmissão ao vivo do jornal e realizei a classificação das notícias veiculadas durante a semana em questão.

9.1. Pesquisa de Campo – Observação Participante

Durante a execução desta pesquisa de campo, 3 importantes etapas propostas no percurso metodológico desta dissertação foram desenvolvidas: observação participante, entrevistas e análise de conteúdo das notícias.

Todos os dias, nos turnos da manhã, tarde e noite, estive dentro da redação a fim de conhecer e compreender o dia a dia dos profissionais envolvidos na rotina produtiva do telejornal. Para isso, foi necessário acompanhar os profissionais das funções de gestão e de construção da notícia, como gerente de jornalismo, editor, apresentadores, coordenadora de pauta, diretor do jornal, chefe de reportagem e repórter para, de acordo com o que foi relatado e visto, construir minha observação sobre como o jornal é planejado e executado.

O telejornal possui uma redação na sede da emissora, em Cachoeira Paulista, dentro da Central de Jornalismo, onde também ficam as equipes do Webjornalismo e do Radiojornalismo, que, de maneira conjunta, atuam com o compartilhamento das notícias a respeito dos acontecimentos.

Figuras 4 e 5 – Central de Jornalismo e Redação do Canção Nova Notícias



Fonte: Produzido pela autora

Na construção do CN Notícias, dentro da redação em Cachoeira Paulista, atuam a equipe de reportagem que cobre as notícias de Cachoeira Paulista e Região, composta por uma chefe de reportagem, 4 jornalistas e 3 estagiários, a jornalista que cuida da previsão do tempo, a coordenadora de pautas, responsável pelo contato com as equipes de reportagem que estão nas casas de missão da Comunidade Canção Nova em São Paulo, Brasília, Belo Horizonte, Aracaju, o diretor do telejornal, dois apresentadores, o editor-chefe, a editora de texto, a profissional responsável pelas transmissões da agenda do Papa, o gerente de jornalismo e o coordenador operacional, que chefia a ilha de edição com 4 editores de vídeo.

Alguns pontos que foram analisados por meio dessa pesquisa de campo foram: Composição da estrutura de organização profissional do telejornal; como são sugeridas as abordagens das pautas por parte dos responsáveis pela direção do telejornal; escolha das fontes; o desenvolvimento do trabalho das equipes nas Casas de Missões regionais; Quais fatores influenciam a edição do telejornal; Abordagem e escolha das pautas, entre outros.

A rotina diária pode ser resumida da seguinte forma:

Durante o turno da manhã, a chefe de reportagem segue a agenda para fazer a checagem e a ronda geral das pautas definidas às quartas-feiras em reunião com a equipe de Cachoeira Paulista, além dos factuais que surgem diariamente. Em paralelo a isso, a coordenadora de pautas, responsável pelo contato com as equipes dos outros estados, faz o acompanhamento das pautas definidas em uma reunião mensal e alinhada diariamente de acordo com os factuais de cada localidade. Ou seja, não há reunião de pauta todos os dias e sim um contato diário das responsáveis com as equipes.

Nesse período da manhã, o espelho já vai sendo preenchido pelo diretor do jornal de acordo com as pautas previamente aprovadas e que estão sendo executadas pelas equipes de reportagem. Os apresentadores vão verificando as informações do espelho, como créditos e tempo de duração, elaborando as cabeças e ajudando nas edições de texto (na semana em que a pesquisa foi feita, a editora de texto estava de férias), à tarde, a apresentadora também dá suporte à chefia de reportagem no acompanhamento da equipe de Cachoeira Paulista.

Diariamente, às 14h, há a reunião de fechamento do jornal com o gerente de jornalismo, o editor-chefe, a chefia de reportagem, representada nesse momento pela apresentadora, representantes dos outros estados onde há ancoragem (Brasília e São Paulo), a coordenadora de pautas e o diretor do jornal. Autorizaram-me participar das reuniões, que são sempre conduzidas pelo editor-chefe. Durante esse momento, ele repassa todas as pautas para a definição das que se mantém, tempo de duração de cada notícia, divisão dos blocos e demais detalhes para o fechamento do noticiário.

Enquanto isso, os repórteres trabalham para enviar seus materiais no prazo, os gestores vão adequando o tempo para não “estourar” a duração do jornal e o espelho vai sendo finalizado com as cabeças. Além disso, nesse intervalo de tempo antes do jornal, os apresentadores vão para o estúdio com a finalidade de gravar *flashs* com as principais manchetes, que são exibidos antes do telejornal iniciar como um convite para os telespectadores.

O jornal vai ao ar das 18h45 às 19h30, com 4 blocos, sem publicidade externa, seguindo o padrão da emissora, apenas com divulgações dos eventos e materiais comercializados pela própria Comunidade Canção Nova nos intervalos.

Figura 6 – Estúdio do Canção Nova Notícias



Fonte: Produzida pela autora

No momento em que o jornal vai ao ar, alguns profissionais ficam no controle dentro do *switcher*, são eles: operador de áudio, operador de TP, diretor de imagens, operador de VT, diretor do jornal, operador de vídeo, operador de JC. Acompanhei a atuação de todos eles de dentro do estúdio enquanto o jornal era transmitido.

Figura 7 – *Switcher* no momento da transmissão do jornal (27/10/2023)



Fonte: Produzida pela autora

No período analisado, o jornal era apresentado por dois jornalistas, Reinaldo César e Elaine Santos, que, infelizmente, faleceu um mês após a realização desta pesquisa.

Figura 8 – Apresentadores durante transmissão do Canção Nova Notícias (27/10/2023)

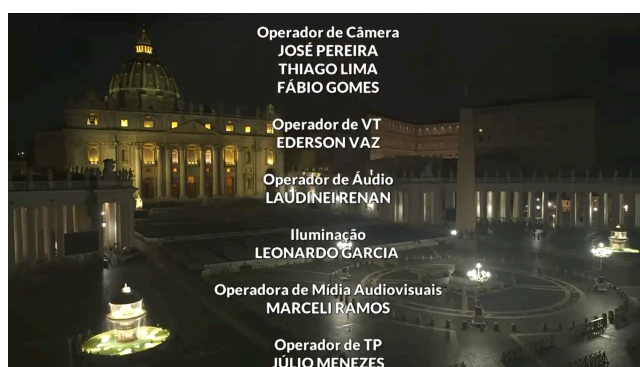


Fonte: Produzida pela autora

Em relação às Casas de Missão, não há uma quantidade específica de matérias originadas nos estados onde a Canção Nova possui equipes. Aquelas localidades que possuem apresentação, Cachoeira Paulista/SP, São Paulo/SP e Brasília/DF, o fluxo é diário, contudo, as notícias cobertas por Sergipe e Belo Horizonte aparecem de acordo com as demandas de cada estado e são incluídas no planejamento pela coordenadora de pautas.

Abaixo, seguem os créditos com a composição da estrutura de profissionais que fazem parte da construção do noticiário:

Figuras 9 a 16 – *Prints* dos créditos do Canção Nova Notícias (27/10/2023)





Fonte: prints produzidos pela autora

9.2. Entrevistas e análise das notícias

Durante a semana de observação, foram realizadas 5 entrevistas presenciais, sendo que 4 delas seguiram o questionário com perguntas semi-estruturadas, que foram com o gerente de jornalismo, Marcelo Moura; o editor-chefe, Wallace Andrade; a chefe de reportagem, Adelita Stoebel; e o repórter, Emerson Tersigni; enquanto a entrevista com a coordenadora de pautas, Núbia Freire, foi conduzida com perguntas abertas, de acordo com o que era compartilhado sobre suas atividades. Além disso, ao longo do período da pesquisa de campo, acompanhei e conversei também com os apresentadores, um repórter e o coordenador de operações, não gerando a gravação de registros, apenas anotações para compreensão da atuação de cada profissional e a elaboração do panorama geral sobre a construção do noticiário. Durante as entrevistas, foi unânime a resposta de que o principal objetivo do telejornal é evangelizar por meio das notícias e, segundo relatado pelos profissionais, isso ocorre por meio do direcionamento dado às notícias, afirmando ser esse o diferencial do noticiário.

Também como parte do corpus da pesquisa, foi realizada uma análise das 79 notícias exibidas no telejornal Canção Nova Notícias entre os dias 23 e 27 de outubro de 2023, mesmo intervalo de tempo da observação participante e das entrevistas, com o propósito de apontar uma análise de conteúdo relacionada à identificação dos elementos visuais e de construção da notícia, categorizando cada edição meio do preenchimento da tabela demonstrada a seguir:

Tabela 4 - Protocolo de análise das notícias

CANÇÃO NOVA NOTÍCIAS DATA: ____/____/____	
MANCHETES DA ESCALADA	
APRESENTAÇÃO	
NOTÍCIA 1	
PAUTA	
EDITORIA	
CABEÇA	
VALOR-NOTÍCIA	
GÊNERO	
FORMATO	
FONTES	
IMAGENS	
PASSAGEM DO REPÓRTER	
DURAÇÃO	
REPÓRTER	
LOCALIDADE	
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	

Fonte: Elaborada pela autora

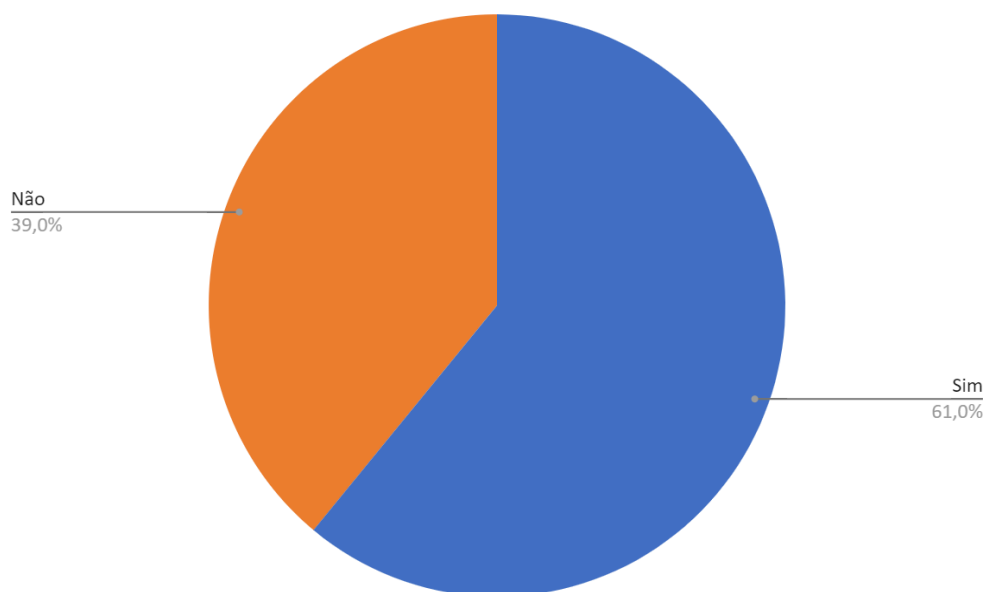
A seguir, serão apresentados os principais elementos avaliados e os resultados dessa análise.

9.2.1. Escalada

A escalada é o início do jornal, o momento em que os apresentadores anunciam as manchetes das principais notícias do dia. Segundo Paternostro (1987, p. 31), “Uma escalada bem elaborada deve prender a atenção do telespectador do começo ao fim do telejornal.”

Nas 5 edições estudadas, a escalada foi composta por uma média diária de 8 manchetes. Das 41 notícias que tiveram destaque no início dos jornais, 25 foram relacionadas à religião e 16 de outras editorias, como será explicado mais a seguir.

Gráfico 2 - Manchetes de cunho religioso



Fonte: Elaborado pela autora

9.2.2. Pauta

As pautas são os assuntos a que se referem as notícias. Das 79 notícias veiculadas nos 5 dias de análise, 40 foram sobre assuntos relacionados à Religião Católica e 39 de outras editorias, que serão detalhadas mais adiante.

Como explica o editor-chefe, Wallace Andrade, o jornalismo praticado pela Canção Nova também considera importantes as pautas que não são sobre religião.

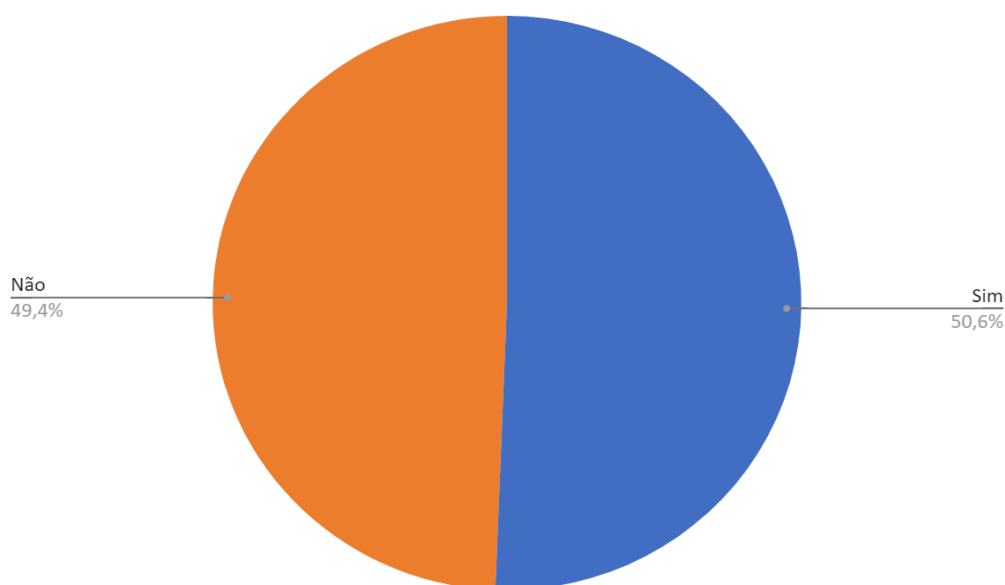
Porque o mundo existe, a vida é normal para qualquer pessoa, para católica e para não católico. Um jornal católico também tem que estar antenado e estar dentro da realidade, não é um mundo à parte. Então, os problemas de Economia, os problemas de política, essas coisas elas vêm, a gente precisa fazer. Os acidentes, as tragédias, a gente faz, mas, como eu disse, a gente precisa sempre ter um olhar diferenciado, a forma de conduzir diferente. (ANDRADE, 2023)

Como exemplo desse olhar diferenciado que os profissionais afirmam ter, dando a notícia sob a ótica da vida e da esperança, foram identificadas algumas notícias com essas características, conforme sinalização.

- Ajuda humanitária na Guerra em Israel (solidariedade) – (Notícia 2, 23/10/2023)
- Reestreia do documentário Human Life (esperança) – (Notícia 12, 23/10/2023)

- Dentistas do bem: projeto que oferece atendimento para pessoas em situação de rua (solidariedade) – (Notícia 4, 24/10/2023)
- Impacto da estiagem prolongada na região do Amazonas (solidariedade) – (Notícia 7, 24/10/2023)
- Violinista brasileiro toca em hotel em Israel durante guerra para acalmar as pessoas (esperança) – (Notícia 15, 24/10/2023)
- 2º Fórum Nacional das Comunidades Terapêuticas (vida) – (Notícia 7, 25/10/2023)
- Projeto de arte: Meu pequeno artista (solidariedade) – (Notícia 12, 27/10/2023)

Gráfico 3 - Notícias de cunho religioso



Fonte: Elaborado pela autora

9.2.3. Editoria

A divisão por editorias é a classificação geral das notícias de acordo com o assunto das pautas, determinadas por grupos temáticos.

Segundo o editor-chefe, Wallace Andrade, no jornal os acontecimentos são abordados “sempre com esse viés de que a informação precisa chegar na casa do telespectador sem apavoramento, sem provocar uma insegurança”. (ANDRADE, 2023)

Informação também dita pelo repórter Emerson Tersigni,

(...) a Canção Nova, embora tenha um carro chefe Igreja, todas as outras pautas são bem-vindas, no que se diz respeito à política, economia, às curiosidades de

determinada cidade, determinado grupo, determinada situação. Sempre, obviamente, comungando com a linha editorial que é a comunicação da vida e da esperança. Então, por exemplo, eu já fiz pautas de várias editorias aqui. (TERSIGNI, 2023)

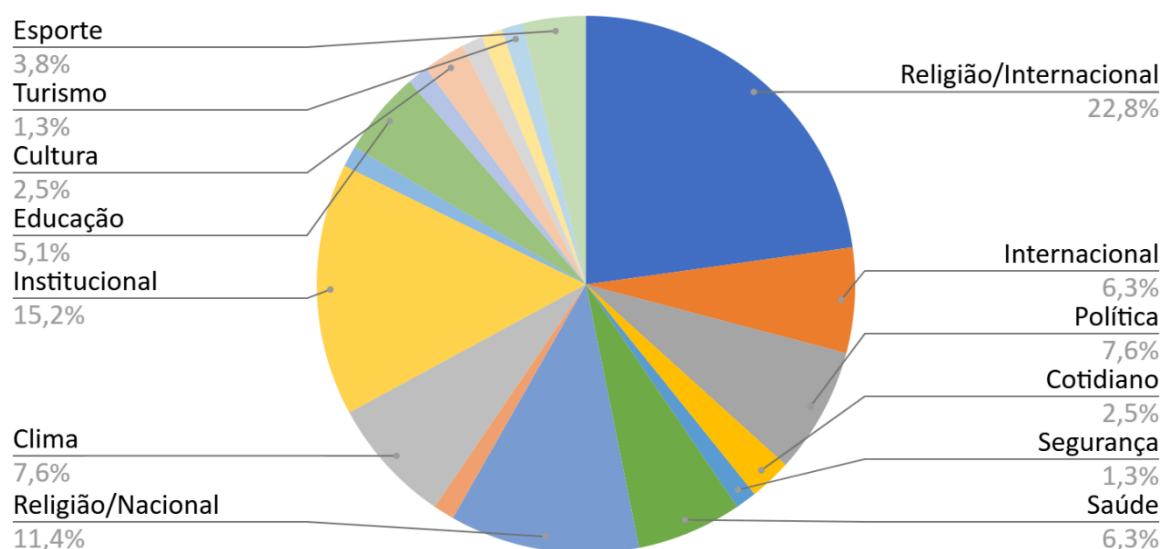
Nesta análise, foram identificadas notícias a respeito de editorias variadas, a que apresentou um maior volume foi Religião/Internacional, com 22,8%, conforme dito pelo gerente de Jornalismo, Marcelo Moura, as notícias sobre o Papa são prioridade e, nesse período, dois assuntos relacionados ao Vaticano estavam em alta, o Sínodo dos Bispos e o Dia de jejum e oração pela paz, ambas as pautas eram geradas internacionalmente, mas eram abordadas com o encaminhamento e a repercussão delas aqui no Brasil.

Em seguida, está a editoria Institucional, com notícias relacionadas à Comunidade Canção Nova, que apresentou 15,2%. Na sequência, vem Religião/Nacional, que engloba as que tratam sobre a Religião Católica no Brasil, com 11,4%. Esses dados demonstram que a TV tem uma forte característica de TV Institucional, atuando como uma assessoria, dando voz à própria Canção Nova e à Igreja Católica.

A coordenadora de pautas, Núbia Freire, explica que a editoria que fala sobre a Igreja é muito forte, “ela sempre vai permear todo o jornal de alguma forma, às vezes numa linguagem direta, às vezes numa linguagem indireta”. (FREIRE, 2023)

As editorias Política e Clima, tiveram um empate, ambas com 7,6%, e assim sucessivamente, como apresentado no gráfico abaixo. As notícias de Esporte concentraram-se na sexta, dia 27 de outubro, dentro do quadro semanal “CN Esportes”. Foram 3 notas cobertas, apresentadas por Alan Toledo, entre elas, nacionais e internacionais. As editorias com menos notícias foram Economia, Meio Ambiente, Tecnologia, Justiça e Cultura.

Gráfico 4 - Classificação das editorias



Fonte: Elaborado pela autora

9.2.4. Cabeça

A cabeça é definida por Bistane e Bacellar (2022, p. 132) como o “texto lido pelo apresentador para chamar a matéria. Geralmente, contém informações mais relevantes da reportagem que será mostrada a seguir”.

Nas apresentações das matérias produzidas em São Paulo e Brasília, quem anuncia as cabeças são os jornalistas que estão nos estúdios dessas localidades, que executam a função de co-apresentadores. Eles anunciam as matérias produzidas em seus estados e depois devolvem a apresentação para o estúdio de Cachoeira Paulista.

A partir deste estudo, foi possível analisar que as cabeças das matérias vinculadas à religião apresentavam elementos textuais que faziam referência à Igreja Católica, fosse para falar sobre algo sobre o Papa, a Canção Nova ou a respeito de festas de padroeiro, por exemplo. Já no caso das demais notícias, que não possuem teor cristão, foi notado que não apresentavam expressões religiosas no texto das cabeças.

Exemplos de cabeças de matérias religiosas:

“O Papa Francisco convocou os cristãos do mundo todo para um dia de oração pela paz. Preocupado com a situação na Terra Santa, o Papa pediu aos fiéis que assumam o lado da Paz.” (Notícia 16, 23/10/2023)

“Hoje é dia de São Frei Galvão, filho de Guaratinguetá, no interior paulista. O primeiro Santo brasileiro foi homenageado no santuário por fiéis e peregrinos durante esta quarta-feira.” (Notícia 14, 25/10/2023)

“Neste fim de semana, a Comunidade Canção Nova realiza o acampamento “A libertação da mente ansiosa”. É uma oportunidade, pela fé, de encontrar meios para superar angústias, preocupações e dificuldades.” (Notícia 18, 27/10/2023)

Exemplos de cabeças de matérias sem identificação de elementos religiosos:

“Os sergipanos comemoram hoje o dia da Sergipanidade. O menor estado do Brasil possui belezas peculiares, gente acolhedora e um dos maiores cânions navegáveis do mundo”. (Notícia 11, 24/10/2023)

“O Governo entregou ao Congresso o Projeto de Lei que estabelece uma reestruturação na Política Nacional do Ensino Médio. A proposta foi elaborada a partir de uma consulta pública

feita entre março e julho e também em diálogo com setores da Educação”. (Notícia 11, 25/10/2023)

“Você sabia que pessoas aposentadas afetadas pelo câncer têm direito à isenção do Imposto de Renda? Pois é, o não pagamento de tributos está previsto em lei desde 1988. Vamos ver a reportagem”. (Notícia 6, 26/10/2023)

9.2.5. Valor-notícia

Segundo Marcelo Moura, gerente de Jornalismo da TV Canção Nova, a orientação dada para os profissionais na escolha das notícias é que sejam pautas baseadas no interesse público e na prestação de serviço para a sociedade, mesmo não sendo diretamente ligadas à religião, precisam obedecer a linha editorial “a serviço da vida e da esperança” que, segundo ele, é muito bem definida.

A gente não simplesmente noticia, a gente faz todo um trabalho de apuração porque tudo isso vai ser formação para quem está assistindo. O que importa para nós, claro, é o interesse público, mas a gente precisa formar nosso telespectador a partir da notícia. (MOURA, 2023)

Assim como ele, todos os entrevistados mencionam a linha editorial como sendo o principal critério norteador da escolha das notícias.

Todo assunto é importante, ele precisa levar as pessoas a refletirem e a pensarem com um olhar de esperança e de vida. Se você pega uma matéria de Economia, em que se fala de super inflação, dos preços altos, você tem que pegar dessa matéria e tem que terminar de um jeito positivo. (...) Mostrando alternativas para as pessoas. Então, nunca parar no problema, mas mostrar que existem outros caminhos. (ANDRADE, 2023)

“O nosso critério sempre vai partir pela linha editorial do jornalismo Canção Nova. Então, na linha editorial do jornalismo Canção Nova precisam estar presentes duas realidades: a vida e a esperança.(...) Então, todas as construções, as nossas pautas, a linguagem que vai ser usada nessa matéria, nessa produção desse conteúdo jornalístico que vai ser exposto, que vai ser exibido no telejornal, parte por esse princípio sempre (...) De todo o contexto, por mais ruim que ele seja, se nós tivermos ali algo que leve esperança dentro daquele contexto, vai ser o nosso ponto de partida”. (FREIRE, 2023)

Se isso comunica vida, comunica esperança, se comunica o Cristo, isso é uma informação de utilidade pública, vai contribuir para a vida das pessoas, vai agregar mais que informação, conhecimento também, porque tem essa premissa educacional do jornalismo. Então, tudo isso a gente leva em conta, tem assuntos que chegam de assessorias de imprensa que a gente fala “não vai encaixar”, outros assuntos “sim”, seja de igreja ou de outros segmentos editoriais, outros assuntos. Mas, é bem análise,

valor-notícia e a preocupação com a linha e se nada infringe essa linha que a gente acredita e que a gente executa aqui dentro. (TERSIGNI, 2023)

Adelita Stoebel, coordenadora de reportagem, cita também a factualidade como um dos principais valores-notícia aplicado na escolha das pautas, para exemplificar:

- Funcionários de fábricas da General Motors entram em greve (Notícia 5, 23/10/2023)
- Notícias sobre atualizações da guerra em Israel (Notícia 2, 23/10/2023;
- Aprovação do STF para garantir transporte público gratuito nas eleições 2024 (Notícia 4, 23/10/2023)
- Mais um grupo de brasileiros repatriados chega ao Brasil (Notícia 3, 23/10/2023)
- Reforço da segurança em escolas de São Paulo (Notícia 5, 26/10/2023)
- Senado aprova prorrogação da desoneração de folha salarial (Notícia 10, 26/10/2023)
- PEC da Reforma Tributária sofre alterações no Senado (Notícia 10, 27/10/2023)

Para a classificação das notícias analisadas, este estudo utilizou como referência os valores-notícias propostos por Silva (2005), conforme tabela abaixo:

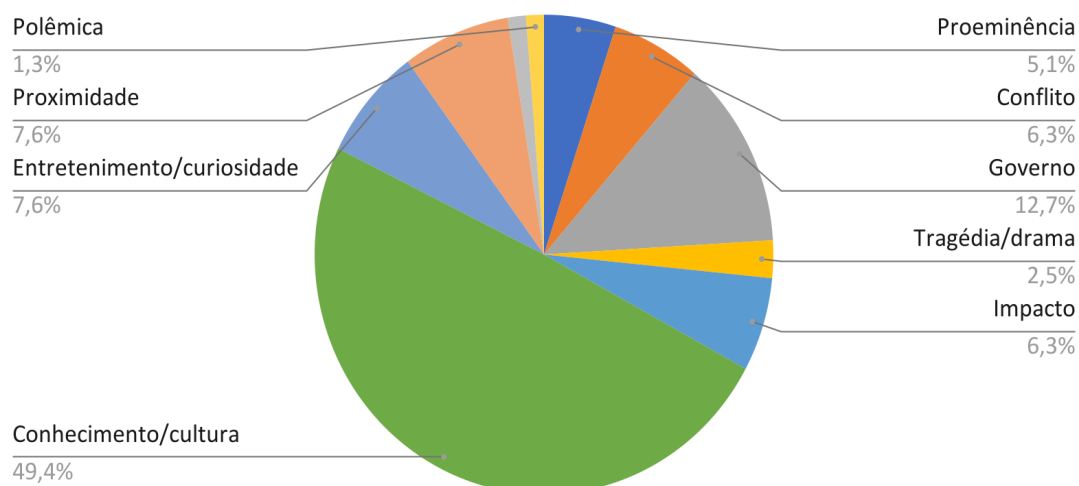
Tabela 5 – Valores-notícia propostos por Silva (2005)

Impacto Número de pessoas envolvidas (no fato) Número de pessoas afetadas (pelo fato) Grandes quantias (dinheiro)	Proeminência Notoriedade Celebridade Posição hierárquica Elite (indivíduo, instituição, país) Sucesso / Herói
Conflito Guerra Rivalidade Disputa Briga Greve Reivindicação	Entretenimento/Curiosidade Aventura Divertimento Esporte Comemoração
Polêmica Controvérsia Escândalo	Conhecimento/Cultura Descobertas Invenções Pesquisas Progresso Atividades e valores culturais Religião

Raridade Incomum Original Inusitado	Proximidade Geográfica Cultural
Surpresa Inesperado	Governo Interesse nacional Decisões e medidas Inaugurações Eleições Viagens Pronunciamentos
Tragédia/Drama Catástrofe Acidente Risco de morte e Morte Violência / Crime Suspense Emoção Interesse humano	Justiça Julgamentos Denúncias Investigações Apreensões Decisões judiciais Crimes

Fonte: Silva (2005)

Gráfico 5 - Classificação dos valores-notícias



Fonte: Elaborado pela autora

O valor notícia mais identificado foi Conhecimento/cultura, que foi observado nas notícias vinculadas à religião, com 49,4%. Em seguida, tiveram destaque os acontecimentos relacionados a Governo, com 12,7%, e Entretenimento/curiosidade, com 7,6%.

É importante destacar que a ampla cobertura de informações sobre o Governo, deve-se ao fato de em Brasília haver uma equipe na Casa de Missão que acompanha votações de projetos, sanções de Leis e debates sobre assuntos considerados relevantes pela emissora.

9.2.6. Gênero e Formato

Segundo Belém (2017), as notícias assumem particularidades segundo as características do suporte midiático. Conforme o autor, os gêneros definem as intencionalidades do conteúdo, já o formato, é a estratégia discursiva estabelecida entre o meio e o público.

Para categorizar as notícias quanto ao gênero e formato, esta análise utilizou como referência a tabela de classificação abaixo, elaborada pelo autor.

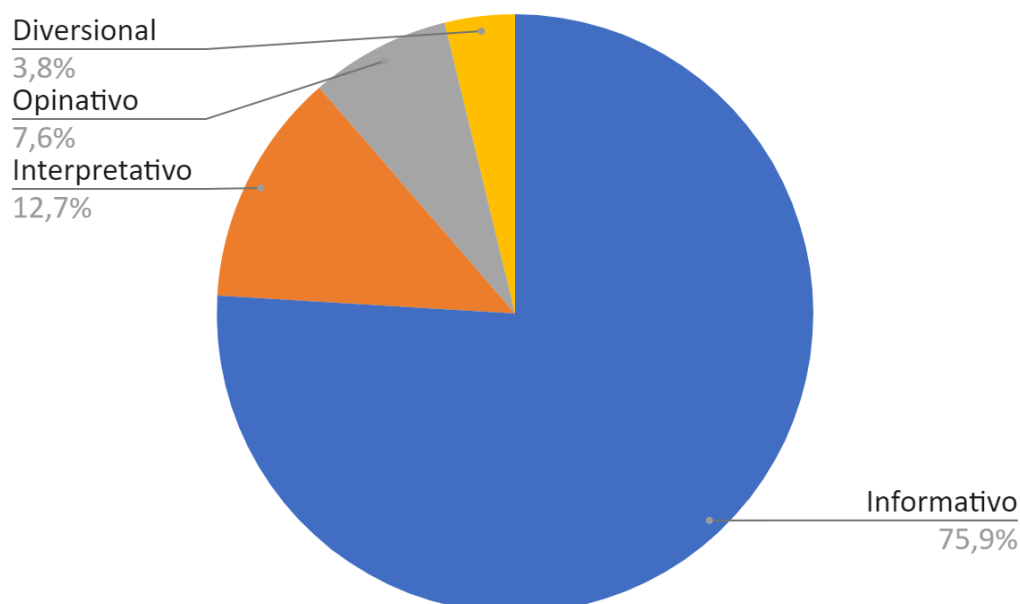
Tabela 6 – Gêneros e formatos no telejornal segundo Belém (2017)

GÊNEROS E FORMATOS NO TELEJORNAL		
GÊNERO	FORMATO	
INFORMATIVO	Nota	Simple
		Coberta
		Pé
	Entrevista	Externa
		Estúdio
	Reportagem	
	Boletim	
	Áudio-tape	
	Faixa jornalística	
OPINATIVO	Comentário	
	Coluna	
	Conteúdo participativo	
	Crônica	
	Charge	
	Editorial	
INTERPRETATIVO	Informe gráfico	
	Reportagem em série	
	Perfil	
	Cronologia	
UTILITÁRIO	Híbrido	
DIVERSIONAL	Híbrido	

Fonte: Belém (2017)

Na análise, foi identificada a predominância do gênero Informativo, com 75,9%, que engloba grande parte das notícias transmitidas. Seguido pelo Interpretativo, 12,7%, com as reportagens em série sobre o Sínodo dos Bispos, que tinham o objetivo de formar os telespectadores sobre o que é essa Assembleia e os posicionamentos do Papa Francisco frente às discussões. O gênero Opinativo, por sua vez, foi reconhecido nos comentários de apelo dos apresentadores convidando as pessoas a participarem da campanha de doação “Dai-me almas” e se tornarem sócias da Comunidade Canção Nova, o que representou 7,6%. Por fim, características do gênero Diversional foram reconhecidas no quadro “CN Esportes”, o equivalente a 3,8% das notícias analisadas no período em questão.

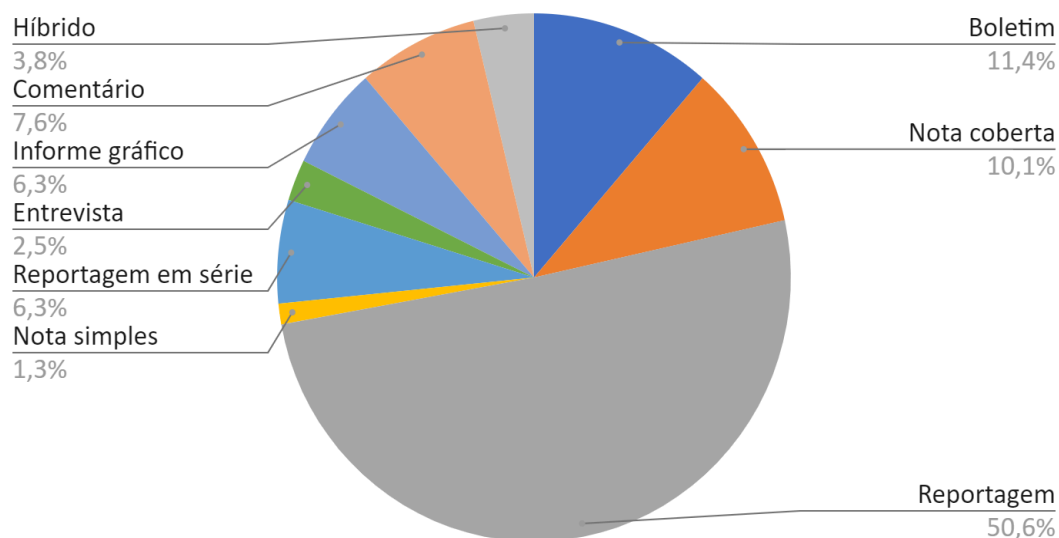
Gráfico 6 - Classificação do gênero



Fonte: Elaborado pela autora

Os formatos vinculados ao gênero Informativo tiveram os maiores percentuais. A Reportagem apresentou 50,6%, seguida pelo Boletim e pela Nota Coberta, com 11,4% e 10,1%, respectivamente. Comentário teve 6,3%, Reportagem em Série e Informe Gráfico ficaram empatados com 6,3%, e assim sucessivamente, conforme demonstrado no gráfico a seguir.

Gráfico 7 - Classificação do formato



Fonte: Elaborado pela autora

9.2.7. Fontes

A fonte de informação, conforme definição de Paternostro (1987, p. 92) é uma “pessoa, organismo, documento, instituição que transmite informações ao repórter para elaboração de uma notícia”.

Segundo a chefe de reportagem, Adelita Stoebel, a orientação para os profissionais que atuam no Canção Nova Notícias é “sempre procurar fontes que possam informar corretamente a notícia, (...) fontes que sejam bem instruídas, bem conceituadas, para que elas possam explicar bem o determinado assunto.”

No contexto das equipes que estão fora de Cachoeira Paulista, a coordenadora de pautas, Núbia Freire, afirma que as equipes das casas de Missão têm autonomia de encontrar as fontes para as reportagens, buscando sempre ser o mais neutro possível.

Neste item, foram identificadas as pessoas que apareceram nas sonoras⁴⁷ das notícias, fossem entrevistadas diretamente pelos repórteres ou aparecessem durante algum discurso ou pronunciamento, como o Papa Francisco ou Deputados e Senadores durante as sessões, neste caso, com a utilização de imagens das TV's parlamentares. O objetivo era verificar os perfis das fontes e a utilização das mesmas nas pautas.

⁴⁷ Falas do entrevistados.

Verificou-se a presença de fontes especializadas como Neuropsicóloga, Pedagoga, Professor, Historiador, Auditor Fiscal, Contadora, Urologista, Veterinária, Infectologista, Advogados, além de figuras políticas como o Presidente da República, o Presidente do Senado, Deputados e Senadores.

Vale destacar que não foi percebida a presença de autoridades vinculadas à Igreja Católica em pautas que não possuíam viés religioso.

Nas matérias vinculadas à religião, era frequente a utilização de líderes religiosos como o Papa, Bispos, Padres, além de Freiras e devotos. E, nas pautas factuais, as fontes eram pessoas relacionadas ao assunto em questão.

9.2.8. Imagens

Esse elemento de análise foi incluído para que fossem observadas as características das imagens utilizadas em matérias religiosas e em matérias que não são, tanto nos OFFs⁴⁸, quanto nas passagens dos repórteres. A seguir, serão apresentados alguns dados extraídos das notícias veiculadas no período estudado.

Exemplos de locais de imagens em matérias religiosas: Igrejas, Mosteiro, Comunidade Canção Nova, Sala de Coletiva de Imprensa da Santa Sé, Praça de São Pedro.

Demonstração de locais de imagens exibidas em matérias que não falam diretamente sobre religião: Oficina, ONG, Senado, Palácio do Planalto, Supremo Tribunal Federal, Congresso Nacional, Ministério da Educação, Universidade, Receita Federal, escritório, praça, consultório médico e odontológico, sala de aula, praia, rua.

Como no item anterior, também não foram detectadas matérias não-religiosas apresentando imagens de símbolos religiosos ou lugares que fossem fora do contexto da natureza da notícia. As imagens sugerem que há uma tentativa de neutralidade nas notícias que não são da editoria Religião e não se evidencia a intenção de falar diretamente no nome de Deus nestes casos.

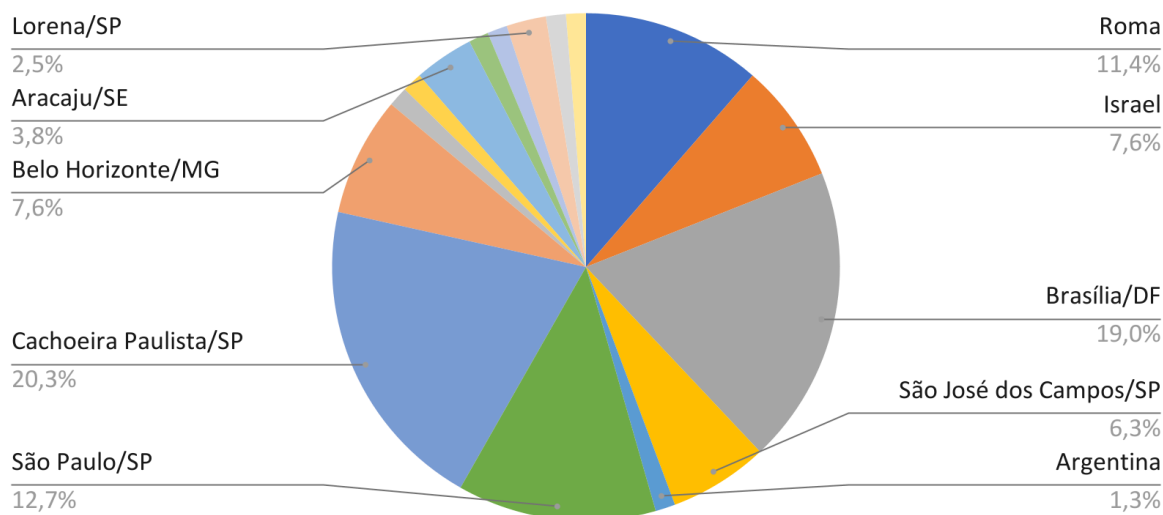
9.2.9. Localidade

⁴⁸ “Texto lido pelo apresentador, locutor ou repórter e coberto com imagens.” (Bistane e Bacelar, 2022)

As notícias se concentram, em sua maioria, nas localidades onde há equipes, nas chamadas Casas de Missão, em Cachoeira Paulista/SP, São Paulo/SP, Brasília/DF, Belo Horizonte/MG, Aracaju/SE e Roma. Cachoeira Paulista/SP, cidade onde está localizada a sede da emissora, é onde se originam 20,3% das notícias. Essa mesma equipe atua em São José dos Campos e Lorena, cidades da mesma região, de onde vem 6,3% e 2,5% das pautas, respectivamente. Brasília segue em 2ª lugar, concentrando 19% das notícias, em sua grande maioria envolvendo a editoria Política, acompanhada da capital paulista, com 12,7%. Vale ressaltar que essas duas cidades possuem estúdio e co-apresentadores, que diariamente anunciam as notícias dessas localidades.

Roma vem em seguida, com 11,4%, porcentagem relacionada à cobertura das pautas sobre o Papa Francisco. Na sequência estão Belo Horizonte/MG, com 7,6%, Israel, com 6,3%, por conta das atualizações da guerra, que teve início em 7 de outubro de 2023, e Aracaju/SE, com 3,8%. Os locais com menos cobertura foram Guarulhos/SP, Guaratinguetá/SP, Santo André/SP, Manaus/AM e Fortaleza/CE.

Gráfico 8 - Localidades



Fonte: Elaborado pela autora

9.2.10. Tendência Comunicacional

As tendências de comunicação são definidas por Alvarenga (2021, p. 159) como “um conjunto de direcionamentos, ideias e abordagens que norteiam a forma como uma determinada instituição compreende e age sobre a comunicação.”

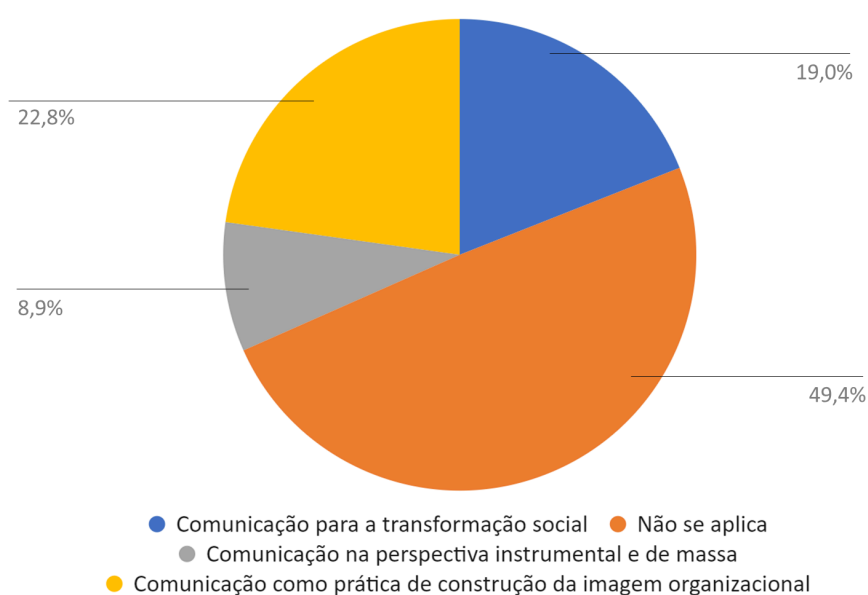
Segundo o autor, o catolicismo sempre manteve uma relação com a comunicação e, ao decorrer do tempo, a Instituição percebeu que precisava desses meios para exercer o seu trabalho de evangelização.

Alvarenga (2021), então, identificou três tendências comunicacionais da Igreja na América Latina, que foram utilizadas nesta pesquisa como referência para a classificação das notícias que possuíam viés religioso. São elas:

- Comunicação para a transformação social: notícias com foco no protagonismo e engajamento em questões sociais, como por exemplo, a campanha de oração pela paz contra a guerra em Israel.
- Comunicação na perspectiva instrumental e de massa: pautas a serviço das atividades de evangelização e promoção da doutrina católica. Ex.: Festas de Padroeiro, celebrações em mosteiros, congregações, eventos na Canção Nova.
- Comunicação como prática de construção da imagem organizacional: Ex.: Sínodo dos Bispos, eventos no Vaticano, posicionamentos do Papa Francisco.

É importante ressaltar que essa classificação somente foi aplicada às 40 notícias que são cunho religioso e os resultados podem ser conferidos no gráfico a seguir:

Gráfico 9 - Tendências comunicacionais



Fonte: Elaborado pela autora

9.3. Perfil dos profissionais

A equipe de profissionais que atua na Central de Jornalismo da Canção Nova é composta por funcionários e missionários consagrados à Comunidade. Dos 5 entrevistados, o repórter Emerson Tersigni é o único que não é missionário, mas se declara católico e praticante da religião, enquanto os demais são missionários consagrados. Todos os entrevistados possuem formação em comunicação e atuam há pelo menos 2 anos na Instituição, como é o caso de Emerson, outros já estão há mais tempo, como o gerente, Marcelo Moura, que está há quase 24 anos na TV e o editor-chefe, Wallace Andrade, que há 19 anos atua na comunicação da Comunidade.

A respeito da influência da religião no desenvolvimento de suas atividades, os entrevistados confirmaram que os princípios religiosos refletem na forma com a qual conduzem sua profissão.

Segundo o editor-chefe, o que ele faz, escreve e exibe em suas reportagens e nos telejornais que coordena, precisa ter importância na vida das pessoas.

As pessoas precisam ser modificadas na forma de pensar muitas vezes na violência, a forma de pensar muitas vezes na falta de respeito, então, a minha forma de escrever, a minha forma de editar, a minha forma de exibir o jornal precisa ser diferente, ela precisa ter um pouco de mim e esse pouco de mim é que faz a diferença. (ANDRADE, 2023)

O gerente de jornalismo, por sua vez, respondeu que muito do que ele vive é reflexo do seu trabalho e vice versa, “não se pode dissociar uma coisa da outra, senão estaria vivendo uma inverdade”. Para o repórter Emerson, exercer a fé no campo profissional e também no campo pessoal é algo que está interligado. “Obviamente, que a gente sabe controlar as emoções, é muito significativo nessa caminhada profissional”.

Assim como os colegas, a chefe de reportagem, Adelita Stoebel, afirma que seus valores religiosos norteiam a condução do seu trabalho. “Hoje eles refletem em tudo que eu vou fazer. Na escolha de uma pauta, na construção do texto, na conduta com que eu vou ter para com o repórter, como eu vou orientá-lo”.

Quando questionado sobre como descreve o jornalismo praticado pela Canção Nova, o editor-chefe considera o jornalismo Canção Nova como uma grande inspiração de Deus, a mão que sustenta, que suporta aquele que precisa de ajuda.

Fazer com que as pessoas experimentem Jesus Cristo em tudo que a gente fizer, na boa apresentação, no sorriso dos apresentadores, nas matérias, na música que se coloca na matéria, na imagem. Então, tudo precisa comunicar Jesus Cristo, da melhor forma possível. (ANDRADE, 2023)

O gerente de jornalismo descreve como “uma luz no fim do túnel” e afirma que não noticiam simplesmente, mas, fazem todo um trabalho de apuração para que o conteúdo seja formação para quem está assistindo. O repórter define como “Um jornalismo de propósito, um jornalismo diferenciado, um jornalismo alternativo. (...) ser essa luz que tanto é necessário, nesses tempos atuais”.

A coordenadora de pautas, também define o jornalismo da Canção Nova como um jornalismo alternativo e que vai sempre pensar na metodologia de evangelização, que é o bem ao próximo. “A evangelização está na aplicação desse evangelho, na prática desse evangelho, não é nas palavras. A aplicação na prática e no concreto das realidades que permeiam a sociedade”.

Por fim, a chefe de reportagem, ao ser questionada sobre a definição do jornalismo da Canção Nova respondeu:

Uma prestação de serviço, mas, além disso, evangelização. O nosso conteúdo hoje quer evangelizar, quer formar e quer fazer com que a pessoa se torne uma pessoa bem informada, mas não uma pessoa que fique com medo das realidades, mas que ela tenha esperança a partir do que ela vê dentro do nosso telejornal. (STOEBEL, 2023)

Dentre os exemplos de histórias contadas por eles que exemplificam a linha editorial “A serviço da vida e da esperança” e fizeram parte de suas experiências profissionais, os mais citados foram:

- A história do pai que perdoou o assassino das filhas;
- Destaque para um cenário de afeto, mesmo diante da falta de condições financeiras;
- Vizinhos que se ajudam em cenário de enchente, falta de água;
- Orientação financeira em pauta sobre salário mínimo;
- Alternativas e soluções como ensinar a fazer uma horta, em pautas sobre aumento da cesta básica.

Dentre as orientações éticas e técnicas que os profissionais da Canção Nova recebem para as coberturas jornalísticas, os entrevistados destacaram a escolha de fontes especializadas, imparcialidade, objetividade, linguagem leve, verdade dos fatos, humanização dos relatos e não ser tendencioso.

Enquanto gestor, Marcelo afirma que o principal direcionamento repassado para os profissionais, do qual não se pode fugir, é trabalhar a verdade dos fatos. Adelita respondeu que orienta sempre a busca por fontes que informem corretamente a notícia e tenham

conhecimento para detalhar o tema, além disso, reforça a instrução para que o repórter se inteire sobre o assunto antes de ir cobrir a pauta.

Núbia explica que a equipe precisa buscar humanizar o relato, “trazer essa realidade humana do sofrimento, mas também trazer a esperança”. Wallace, por sua vez, enumerou 4 pontos: não ser tendencioso, ser verdadeiro, ser honesto com as coisas que faz e, se errar, reconhecer o erro publicamente.

Emerson compartilhou algumas condutas que segue na sua rotina.

Dar a informação com serenidade, com objetividade, que é uma premissa jornalística, mas nós temos que ter a consciência plena de que nós somos profissionais do Reino. Parece que é impossível, mas não, é super possível, você com equilíbrio consegue trazer essa informação de uma maneira mais leve e informativa, cumprir com esse papel.

Pelas respostas coletadas, entende-se que os profissionais entrevistados possuem a compreensão do tipo de conteúdo que o público-alvo da emissora busca, sendo esse um importante direcionamento para que eles tenham a clareza do papel que desempenham por meio do telejornal e seu potencial transformador na vida daqueles que o consomem.

Adelita deixa claro que o noticiário quer construir uma realidade de mais esperança.

Mesmo diante do caos que está acontecendo existe uma motivação maior, existe Alguém que controla esse mundo maior e a gente não quer despertar ansiedade, a gente quer despertar esperança, despertar fé, despertar compromisso, generosidade, gentileza, um mundo de mais paz, mais união, mais cooperação, a gente quer despertar todos esses valores que a gente acredita que são importantes para uma vivência boa em sociedade.

Segundo a percepção de Wallace, “as pessoas quando nos assistem, estão buscando Jesus Cristo, mesmo sem perceber. Às vezes, ela coloca num jornal que é mais tranquilo, vamos dizer assim, mas, por que? Porque ela está querendo paz”, de forma complementar a isso, podemos citar também a resposta de Emerson “acho que essa palavra é leveza, ela tá na boca de todo mundo que dá um retorno para a gente e isso é o que fideliza, é uma audiência qualificada, as pessoas também têm esse olhar, um jornal diferente, que vale a pena assistir”.

9.4. Impressões pessoais da pesquisadora

- Os profissionais têm sólido entendimento sobre a linha editorial da emissora, compreendem a proposta do jornal e sabem como aplicá-la na prática. Todos os

entrevistados responderam as perguntas em momentos diferentes, de maneira individual e partilhavam da mesma opinião sobre as diretrizes do noticiário.

- O factual não é necessariamente a prioridade, as sugestões de pautas são analisadas a partir da linha editorial da emissora. Imediatismo e furo jornalístico também não são, pois existe uma compreensão de que existem algumas pautas que demandam mais tempo para apuração.
- O ato de evangelizar é definido por eles como a demonstração de boas ações e atitudes que condizem com o que é apresentado por Jesus e praticado por Ele de acordo com os ensinamentos bíblicos;
- Existe uma preocupação com a abordagem do conteúdo para não assustar ou gerar sensacionalismo desde a concepção da pauta até o seu desdobramento;
- No jornalismo praticado pela Canção Nova é possível perceber características de uma comunicação institucional muito presente, tanto da Igreja quanto da própria Comunidade.
- O jornal possui equipes de reportagem pequenas e nem sempre tem suporte para cobrir determinados assuntos por não dispor de equipe em todos os estados do país;
- Diariamente há uma reunião de fechamento do jornal, que o gerente de jornalismo também chama de reunião de pauta. Mensalmente há uma reunião de pautas geral, envolvendo todas as casas de missão para a organização de um calendário base com notícias mais frias. Os factuais vão sendo inseridos à medida que forem considerados relevantes e possuírem estrutura para enviar equipes.
- Apesar de ser uma equipe pequena, em se tratando de um jornal a nível nacional, o telejornal possui qualidade e estrutura. A equipe é composta por profissionais com formação na área e com experiência de mercado fora da emissora.
- Durante a observação participante fui bem recepcionada pelos profissionais, que responderam a todos os meus questionamentos, visto que me foi autorizado pela gestão conversar com todos eles, abrindo espaço para diálogos para a compreensão da função de cada um. Tive acesso a todos os ambientes da redação e do estúdio sem nenhum tipo de restrição. Todos estavam dispostos a contribuir de forma espontânea e pude notar que minha presença não interferiu e nem alterou o ritmo dos trabalhos, pois os diálogos ocorriam concomitantemente com a execução das atividades dos profissionais.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente investigação, a respeito do processo de produção de notícias do telejornal Canção Nova Notícias, revelou resultados importantes sobre a influência da religião na seleção e apresentação das informações. Ao longo deste estudo, constatou-se que a perspectiva católica direciona com muita intensidade o telejornal. Os temas das pautas são predominantemente relacionados à Igreja Católica e influenciados pelos valores cristãos, mesmo os assuntos que não são vinculados diretamente à religião, possuem recortes com origem na linha editorial da emissora ou nas crenças dos próprios jornalistas. Foi possível analisar também que o telejornal não apresenta somente reportagens relacionadas à Igreja, mas também abre espaço para notícias de outras editorias, buscando transmitir uma mensagem positiva para o público. Nestes casos, a orientação seguida pelos profissionais da emissora é de que a pauta seja trabalhada sob a ótica da esperança e com abordagem humanizada.

Por meio da análise das reportagens, foi possível verificar que o telejornal segue um padrão técnico na estruturação das matérias, obedecendo os princípios jornalísticos, observando a aplicação de práticas jornalísticas na construção das reportagens, respeitando formatos e condutas éticas como apuração, fontes especializadas e variedade de imagens. Além desses, apuração, veracidade dos fatos, pluralidade de fontes, a contextualização das informações, também foram elementos identificados nas notícias analisadas, mesmo naquelas que valorizam temas e eventos ligados à fé católica, seguindo a orientação editorial da emissora.

Além de informar, os jornalistas da CN se preocupam em formar e mostrar a prática do Evangelho e, apesar de deixarem claro seu objetivo de evangelizar por meio das notícias, essa evangelização nem sempre é explícita, podendo ocorrer também implicitamente na maneira que as matérias são conduzidas. Com essa conduta, a emissora obedece a orientação da Santa Sé disposta no documento *Communio et Progressio* (1971), que destaca o papel da Imprensa católica como sendo o de informar à luz dos princípios cristãos, além de comentar e, se necessário, corrigir notícias referentes à fé e vida da Igreja Católica.

Percebeu-se que os profissionais buscam equilibrar suas crenças religiosas com o compromisso e a aplicação dos princípios fundamentais do jornalismo. Mesmo as notícias que não possuíam ligação direta com a religião, buscavam refletir os valores propagados pela religião, isso ocorre pela maneira como os fatos são apresentados, por meio da escolha de

histórias que refletem os ensinamentos da Igreja Católica, destacando o impacto positivo da fé na vida das pessoas e na sociedade, como nas narrativas que enfatizam a caridade, a solidariedade e outras contribuições positivas do catolicismo para o bem comum.

Embora seja uma emissora com uma orientação religiosa específica e havendo uma predominância de pautas relacionadas à Igreja Católica, nota-se que existe um interesse por parte da Canção Nova em abordar pautas com temas variados, como política, educação, saúde, clima e esporte.

Em relação aos elementos utilizados na construção das notícias analisadas, percebe-se que, nas notícias que não possuíam cunho religioso, não foram incluídos representantes da Igreja Católica e nem fontes nas quais fosse notada explicitamente a qual religião faziam parte, como também as imagens não possuíam elementos vinculados ao catolicismo.

Seguindo a abordagem do *Newsmaking*, teoria que reconhece o processo noticioso como uma construção e ajuda na compreensão das variáveis que implicam direta ou indiretamente no fazer jornalístico, o jornalismo católico pode oferecer conteúdo que ajude os fiéis a compreender melhor a aplicação das crenças por meio das notícias. Isso ocorre pelo reconhecimento da influência da linha editorial e dos jornalistas na seleção de pautas, na construção de narrativas e na interpretação dos eventos.

Ao ser analisado às luzes da teoria do *Newsmaking*, no jornalismo da Canção Nova foi identificada uma transmissão de valores e de percepção de vida por parte dos profissionais na construção da notícia, seja pelo olhar do jornalista para emocionar ou comover ou pela temática abordada, ou seja, a maneira como as notícias são apresentadas podem moldar a compreensão e interpretação dos acontecimentos a partir dos valores e princípios católicos.

A emissora mantém transparência sobre sua orientação religiosa, permitindo que os telespectadores estejam conscientes ao consumir o conteúdo noticioso divulgado pelo veículo. Foi possível observar, por meio das entrevistas, que os profissionais reconhecem que seus trabalhos tem um significado maior do que simplesmente informar e existe uma forte compreensão de que atraem seu público justamente pela associação do conteúdo com os valores religiosos. Por isso, os critérios de noticiabilidade sofrem uma adequação à linha editorial da emissora e à conduta dos profissionais.

Portanto, nota-se que, no jornalismo praticado pela Canção Nova, os princípios religiosos e a fé influenciam na formação da narrativa jornalística. No desenvolvimento desta pesquisa, foi percebido que o telejornal Canção Nova Notícias não somente informa, mas também cumpre o papel de inspirar e formar seu público, oferecendo perspectivas à luz dos ensinamentos da Igreja Católica. Neste caso, a importância atribuída a este tipo de jornalismo

não está apenas na função de disseminar informações, mas também de orientar e transmitir princípios éticos.

Diante do que foi pesquisado e exposto, confirma-se a hipótese de que os valores religiosos das emissoras de inspiração católica influenciam nas rotinas produtivas e nas práticas profissionais no processo de construção da notícia e nas formas de organização desse veículo. Mesmo assim, ainda que estejam permeados de princípios cristãos, nota-se que o compromisso com a produção jornalística leva em consideração contextos amplos como o interesse público e a realidade, construindo narrativas factuais definidas como sendo mais positivas e leves.

Vale ressaltar que a pesquisa cumpriu os objetivos propostos e o estudo possibilitou uma compreensão aprofundada da influência e da relevância desse campo específico dentro do jornalismo. Por fim, é possível interpretar que o público busca esse tipo de imprensa especializada por identificação com os valores religiosos, como forma de pertencimento, e isso abre precedente para futuras pesquisas de audiência que possam vir a avaliar esse cenário.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIB, Mons. Jonas. Canção Nova, uma obra de Deus – nossa história, identidade e missão. Editora Canção Nova, Cachoeira Paulista, SP, 2012.

AGOSTINHO, Santo. A Verdadeira Religião. Tradução. de Nair de Assis de Oliveira. São Paulo: Paulinas, 1987.

ALBUQUERQUE, Renata Fernandes Oliveira de; DIAS, Robson; MUNIZ, Eliane; Lacerda, e DIEMER, Felipe. “Telejornalismo católico E Seus noticiários: O Caso Do CN Notícias (Canção Nova) E Do TJ Aparecida (TV Aparecida) Na Cobertura De Admissibilidade Do Impeachment (2016)”. Revista Extraprensa 10 (2):95-115. 2017

ALSINA, Miquel Rodrigo. La construcción de la noticia. Ediciones Paidós. 1993.

ALVARENGA, Ricardo. Novos rumos da comunicação católica brasileira: o processo de construção do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional, Ano 19 n.19, p. 155-170 jan/dez. 2015

ALVARENGA, Ricardo Costa. Igreja Católica e Comunicação: tempos de reflexão/ação mais crítica e estratégica. Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional, Ano 20 n.20, p. 121-136 jan/dez. 2016.

ALVARENGA, Ricardo Costa. A Comunicação da Igreja Católica na América Latina E Caribe a Partir dos Documentos Conclusivos do Celam: uma visão compreensiva de suas teorias e de suas práticas. 217 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo. 2021.

ALVARENGA, Ricardo Costa. Igreja Católica e os Meios de Comunicação Social: apontamentos sobre as fases da Relação Igreja-Comunicação a partir de Documentos Pontifícios. 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM, 2020. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-2222-1.pdf> . Acesso em: 05 de março de 2023.

ALVARENGA, Ricardo Costa. Jornais Católicos no Maranhão: o caso do Jornal do Maranhão da Arquidiocese de São Luís. 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2022. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0720202214495562d840438d802.pdf> f Acesso em: 05 de março de 2023.

ANDRADE, Wallace. Entrevista concedida a Regiane de Andrade Sá. Cachoeira Paulista, 27 de outubro. 2023.

BAECHLER, Jean. Religião. In: Tratado da Sociologia. BOUNDON, Raymond. Tradução de Teresa Curvelo – Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1995, p. 449-487.

BARBEIRO, Heródoto; Lima, Paulo Rodolfo de. Manual de telejornalismo: os segredos da notícia na TV Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

BARBOSA, Francirosy Campos. Islam. In: Cunha, Magali; Novaes, Allan. Dicionário Brasileiro de Comunicação e Religiões . Unaspress. Edição do Kindle. 2022

BARBOSA, Rita de Cássia Aguiari. Comunidade Canção Nova e Padre Fábio de Melo: o catolicismo reprogramado. Dissertação de mestrado em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2011.

BARDIN, Laurence Análise de conteúdo. Tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. -- São Paulo: Edições 70, 2011.

BARROS, Lucas Brito de. Canção na web: a instituição religiosa regulando-se na circulação em dispositivos midiáticos. In: GOMES, Pedro G.; FAUSTO NETO, Antônio; SBARDELOTTO, Moisés; SOUZA Thamiris M. de. Mídias e religiões; A comunicação e a fé em sociedades em midiatização. Casa Leiria. P. 374-390. Edição do Kindle. 2013

BECKER, B. Mídia, telejornalismo e educação. Matrizes (Online), v. 10, p. 149-164, 2016. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/119541>. Acesso em: 25 de junho de 2023.

BELÉM, Vitor Curvelo Fontes. Telejornalismo em transição: reconfigurações da informação e apelo popular na notícia. Teses (Doutorado em Comunicação e Semiótica) -Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017.

BERNARDI, Clacir José; CASTILHO, Maria Augusta de. A religiosidade como elemento do desenvolvimento humano. INTERAÇÕES, Campo Grande, MS, v. 17, n. 4, p. 745-756, out./dez. 2016.

BERGER, Peter Ludwig. O dossel sagrado: Elementos para uma teoria sociológica da religião. São Paulo: Paulus, 1985. Coleção Sociologia e Religião.

BERKENBROCK, Volney J.. O Mundo Religioso. Editora Vozes. Edição do Kindle. 2019

BERTOTTO, Cláudio. Mediações e recepções midiáticas da religião: movimento Canção Nova. Dissertação de mestrado em Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2010.

BIELO, James S. Antropologia da religião: fundamentos, conceitos e prática. Petrópolis, RJ: Vozes, 2022.

BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. Jornalismo de TV. São Paulo: Contexto, 2022.

BLANC, Claudio. As religiões no mundo. Barueri, SP: Camelot, 2021.

BORELLI, Viviane. Mídia e religião: entre o mundo da fé e o do fiel. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

BUDKE, SIDNEI. Mídia e Religião: Das peregrinações ao universo das telecomunicações. In: GOMES, Pedro G.; FAUSTO NETO, Antônio; SBARDELOTTO, Moisés; SOUZA Thamiris

M. de. Mídias e religiões; A comunicação e a fé em sociedades em midiatização. Casa Leiria. P. 374-390. Edição do Kindle. 2013

CÂMARA MONTE, Tânia Maria de Carvalho. A religião e sua função social. Revista Inter-Legere, [S. l.], n. 5, 2013.

CAMPOS, Leonildo Silveira. Organização religiosa. In: Cunha, Magali; Novaes, Allan. Dicionário Brasileiro de Comunicação e Religiões . Unaspress. Edição do Kindle. 2022

CANÇÃO NOVA, Estatuto. Disponível em:

https://img.cancaonova.com/cnimages/especiais/uploads/sites/11/2017/03/CancaoNova_Estatuto_Canonico_230614.pdf. Acesso em 10 de abril de 2023.

CANUTO, Romulo Augusto. A influência da expansão da Comunidade Católica Canção Nova no desenvolvimento de Cachoeira Paulista/SP e seus reflexos nos âmbitos social e econômico. Tese de Doutorado em Ciências da Religião. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017.

CARDOSO, Gláucia da Rocha; LACERDA, Elaine Muniz; DIAS, Robson. Valores-notícia da Igreja Católica no Brasil: Análise do Conteúdo de 44 notícias institucionais publicadas no site da CNBB. Revista Alterjor, Ano 11, volume 02, edição 24. p. 137 - 167. 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/186618> . Acesso em: 15 de março de 2023.

CARRANZA, Brenda Maribel. Movimentos do catolicismo brasileiro : cultura, mídia, Instituição. Campinas, SP. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. 2005.

CNBB, Conferência Nacional dos Bispos do Brasil. Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, Brasília: Edições CNBB, 2014.

CNBB, Conferência Nacional dos Bispos do Brasil. Orientações pastorais para as mídias católicas: imprensa, rádio, TV e novas mídias. Brasília: Edições CNBB, 2018.

COMISSÃO PONTIFÍCIA PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. Communio Et Progressio. Instrução pastoral sobre os meios de comunicação social. Vaticano: 1971. Disponível em https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio_po.html. Acesso em 06 de fevereiro de 2023.

COMISSÃO EPISCOPAL PASTORAL PARA A COMUNICAÇÃO. Guia de implantação da Pastoral da Comunicação. Brasília: Edições CNBB, 2018.

CUNHA, Magali do Nascimento; NOVAES, Allan; ALVARENGA, Ricardo. A pesquisa em comunicação e religiões: alicerces para as construções em curso a partir do Dicionário Brasileiro de Comunicação e Religiões. In: PRATA, Nair; JACONI, Sônia; GABRIOTI, Rodrigo; NASCIMENTO, Genio; ANDRÉ, Hendry; MATOS, Sílvia Simão de. (orgs). Comunicação e ciência: reflexões sobre a desinformação. São Paulo: INTERCOM, 2022, p. 80-96.

Cunha, Magali; Novaes, Allan. Dicionário Brasileiro de Comunicação e Religiões . Unaspress. Edição do Kindle. 2022.

CUSTÓDIO, Flávio Maia. Urbi et Orbi: Uma análise da programação televisual de duas emissoras de TV Católicas – Canção Nova e TV Aparecida. Orientação: José Amálio de Branco Pinheiro Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. 2013.

DALMOLIN, Aline Roes. Apontamentos para uma História da Imprensa Católica Brasileira. In: GOMES, Pedro G.; FAUSTO NETO, Antônio; SBARDELOTTO, Moisés; SOUZA, Thamiris M. de. Mídias e religiões: A comunicação e a fé em sociedades em midiatização. Casa Leiria. Edição do Kindle. 2013

DALMOLIN, Aline. Mediações e religiões. Cunha, Magali; Novaes, Allan (org). Dicionário Brasileiro de Comunicação e Religiões . Unaspress. Edição do Kindle. 2022.

DAMASIO, João. Midiatização e religião. In: CUNHA, Magali; NOVAES, Allan. Dicionário Brasileiro de Comunicação e Religiões . Unaspress. Edição do Kindle. 2022.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs). Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2009.

DURKHEIM, Émile. As formas elementares da vida religiosa. tradução Paulo Neves. – São Paulo: Martins Fontes, 1996. - (Coleção Tópicos).

ELIADE, Mircea. O Sagrado e o Profano. São Paulo. Martins Fontes. 1992

ELIADE, Mircea. História das Crenças e das Ideias Religiosas, Volume I: da Idade da Pedra aos mistérios de Elêusis. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

EMERIM, Cárilda. Telejornal, tecnologia e narrativa no Brasil para os próximos 65 anos. In: Alfredo Vizeu; Edna Mello; Flávio Porcello; Iluska Coutinho. (Org.). Telejornal e praça pública: 65 anos de telejornalismo. 4ed. Florianópolis (SC): Insular, 2015, v. 4, p. 207-228.

FAUSTO NETO, Antônio. Processos midiáticos e construção das novas religiosidades – Dimensões discursivas. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 7, p. 1-13, julho/dezembro 2001.

FAUSTO NETO, Antônio. A religião do contato: estratégias discursivas dos novos "templos midiáticos". Comun. Inf., v. 7, n. 1, p. 13-33, jan./jun. 2004

FERREIRA, Virgínia Diniz. Catolicismo midiático, juventude e testemunho: uma análise do programa PHN da TV Canção Nova. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Maria, RS: 2018a.

FERREIRA, Fernanda Vasques. O papel do factual nos processos de agendamento e de enquadramento no telejornalismo. Tese (doutorado). Universidade de Brasília – Faculdade de Comunicação. Brasília, 2018b.

FLORES, Ana Cássia Pandolfo. A lógica do desdobramento: processualidades da midiatização no portal cancaonova.com. In: GOMES, Pedro G.; FAUSTO NETO, Antônio; Mídias e religião: a comunicação e a fé em sociedades em-midiatização. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. – 2. ed. – São-Leopoldo: Ed.Unisinos: Casa Leiria, 2013.

FORT, Mônica Cristine. TELEVISÃO EDUCATIVA: a audiência como fator de construção de uma identidade pedagógico-cultural. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: 2004.

FRAZER, James George. The Golden Bough. 1922

FREIRE, Núbia. Entrevista concedida a Regiane de Andrade Sá. Cachoeira Paulista, 24 de outubro. 2023.

FURTADO, Kevin Willian Kossar. Jornalismo religioso. IN: Cunha, Magali; Novaes, Allan. Dicionário Brasileiro de Comunicação e Religiões. Unaspress. Edição do Kindle. 2022

GAARDER, Jostein; HELLERN, Victor; NOTAKER, Henry. O livro das religiões. Tradução: Isa Mara Lando. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

GASPARETTO, Paulo Roque. Midiatização da Religião: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento. Estudo sobre a recepção da TV Canção Nova. Tese (doutorado) — Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, 2009.

GEERTZ, Clifford. A interpretação das Culturas. Rio de Janeiro, LTC, 2008.

GIRALDI, Paulo. Comunicação midiática & religião: ensaios teóricos e metodológicos. Macapá: UNIFAP, 2018.

GOMES, Pedro Gilberto. Processos midiáticos e construção de novas religiosidades. Dimensões históricas. Caderno IH. São Leopoldo: Unisinos, nº8, 2004.

GOMES, Elane. VIZEU, Alfredo. O tempo no telejornalismo: uma breve discussão. 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM. Virtual, 2020.

GOMES, Elane. VIZEU, Alfredo. SILVA, Laerte. Os dispositivos de temporalidade no telejornalismo: os jornalistas e as práticas profissionais. 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM. Virtual, 2021.

GONÇALVES, Marcos. Fontes para a História da Imprensa Católica Popular no Brasil: A Revista Ave Maria. 2006. Disponível em: https://www.academia.edu/30355797/Fontes_para_a_Hist%C3%B3ria_da_Imprensa_Cat%C3%B3lica_Popular_no_Brasil_A_Revista_Ave_Maria?f_r=2585634 Acesso em: 15 de março de 2023

GONÇALVES, Marcos. Missionários da Boa Imprensa: a revista Ave Maria e os desafios da imprensa católica nos primeiros anos do século XX. Revista Brasileira de História. São Paulo, v 28, nº 55, p. 63-84 - 2008. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/rbh/a/4LJXsCFrPPMvXchnvNb6Qzk/> Acesso em: 15 de março de 2023.

GUIMARÃES, Ana Paula. TV Canção Nova – a vida por trás das câmeras. Editora Canção Nova, Cachoeira Paulista, SP, 2014.

GUTIÉRREZ, Luis Ignacio Sierra. A TELE-FÉ: Religião Midiatizada - Estratégias de reconhecimento de sentidos religiosos de telefiéis do canal REDEVIDA de Televisão em Porto Alegre, RS. Tese de Doutorado em Comunicação Social. Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS. 2006.

HALL, Stuart; CHRITCHER, Chas; JEFFERSON, Tony; CLARKE, John; ROBERTS, Brian. A produção social das notícias: O mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson. Jornalismo: Questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Veja, 1993. p.224-250.

HANEGRAAFF, Wouter J. Definindo religião, apesar da História. Tradução de Fábio L. Stern. Religare, v.14, n.1, agosto de 2017, p. 202-247.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007.

HOOVER, Stewart. Mídia e religião: premissas e implicações para os campos acadêmico e midiático. C&S – São Bernardo do Campo, v. 35, n. 2, p. 41-68, jan./jun. 2014.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia Estatística. Censo Demográfico 2010 - Características gerais da população, religião e pessoas com deficiência. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão.

JARDIM, Ana Paula Teixeira Guimarães. Redes transmidiáticas, diálogos e narrativas de esperança: uma cartografia do imaginário de um programa de TV religioso. 220 p. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Semiótica. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP. São Paulo, maio de 2018.

KILPP, Suzana . Apontamentos para uma história da televisão no Rio Grande do Sul. 1. ed. São Leopoldo: EdUnisinos, 2000.

LAGE, Nilson. Estrutura da Notícia. Editora Ática – São Paulo: 1987.

LANGER, Susanne. Philosophical Sketches (Baltimore, 1962).

LA PAZ, Nivia Ivette Núñez De. Evangelização que comunica e Comunicação que evangeliza: Comunidade Canção Nova, um novo jeito de ser igreja a partir do entrecruzamento evangelização-comunicação. Tese de Doutorado. São Leopoldo: Faculdades EST/PPG, 2008.

LIMEIRA, Michele Boff da Silva. Comunicação e diálogo na Rede Vida: Um olhar interacionista sobre o jornalismo. Tese (Doutorado) –Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. PUCRS, Porto Alegre: 2006

MACEDO, Marcos Carvalho; MELO Cristina Teixeira Vieira de. O telejornal nas emissoras de televisão católica do Brasil. XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – João Pessoa/PB, INTERCOM: 2014.

MARIN, Jérri Roberto. O Desenvolvimento da Imprensa Católica no Brasil. Fonseca, André Dione; Marin, Jérri Roberto. História, Imprensa e Religião. Editora Appris. Edição do Kindle. 2020.

FONSECA, André Dione; MARIN, Jérri Roberto. História, Imprensa e Religião (p. 6). Editora Appris. Edição do Kindle.

MARQUES DE MELO, José. Igreja e Comunicação. In: SOARES, Ismar de O.; PUNTEL, Joana T. (Orgs.). Comunicação Igreja e Estado na América Latina. São Paulo: Paulinas, 1985. p. 59 – 70

MARTÍN-BARBERO, J. Secularización, desencanto y reencantamiento massmediático. Dialogos de la Comunicación, (41), 71-81. 1995

MARTINO, Luís Mauro Sá. Mídia e Poder Simbólico. 3. ed. São Paulo: Paulus, 2011.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Midiatização da religião e Estudos Culturais: uma leitura de Stuart Hall. Matrizes, V. 10 – Nº 3. São Paulo-Brasil. P. 143-156. 2016.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Mídia, religião e sociedade – Das palavras às redes digitais. Paulus, 2017.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Metodologias da midiatização: um estudo exploratório da pesquisa em mídia e religião. REU, Sorocaba, SP, v. 47, n. 2, p. 229-253, dez/2021.

MARTINS, Maura Oliveira. NEGRINI, Michele. PICCININ, Fabiana. As Narrativas de Real no Telejornalismo e Seus Modos de Endereçamento: Reflexões Sobre o Bom Dia Brasil. 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM. Joinville-SC, 2018.

MIKLOS, Jorge. A Ciber-Religião: A midiatização do sagrado e a sacralização da mídia. In: GOMES, Pedro G.; FAUSTO NETO, Antônio; SBARDELOTTO, Moisés; SOUZA, Thamiris M. de. Mídias e religiões; A comunicação e a fé em sociedades em midiatização. Casa Leiria. Edição do Kindle. 2013

MORAES, Abimar Oliveira de. Cultura midiática e religião: Contribuições para uma hermenêutica prospectiva. Revista do Dpto. de Teologia da PUC-Rio - Atualidade Teológica. Ano XIV nº 34, janeiro a abril / 2010. P. 103-112.

MOURA, Marcelo. Entrevista concedida a Regiane de Andrade Sá. Cachoeira Paulista, 26 de outubro. 2023.

NOGUEIRA, Paulo Augusto de Souza (org). Religião e linguagem: abordagens teóricas interdisciplinares. São Paulo: Paulus, 2015. Coleção Sociologia e religião.

PAIM, A.; PROTA, L., e VELEZ. RODRIGUEZ. Religião. Londrina, EDUEL, 1997.

PAINE, Scott Randall. Filosofia e o Fato Obstinado da Religião: O Oriente Reorienta o Ocidente. Revista de Estudos da Religião. Setembro 2007. Pg 68-93. PUC São Paulo. São Paulo, 2007.

PAULO II, João. Carta Apostólica O rápido desenvolvimento. Vaticano: 2005. Disponível em: https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/apost_letters/2005/documents/hf_jp-ii_apl_20050124_il-rapido-sviluppo.html. Acesso em 17 de fevereiro de 2023.

PAULO VI. Decreto Inter Mirifica. Vaticano: 1963. Disponível em: https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_po.html. Acesso em 15 de fevereiro de 2023.

PARTERNOSTRO, Vera Iris. O texto na TV: Manual de Telejornalismo. Editora Brasiliense. 1987

PEIXOTO, Fabiana. PRIOLLI, Gabriel. Os Meios de Comunicação nas Instituições Universitárias da América Latina e Caribe . UNESCO, IESALC - International Institute for Higher Education in Latin America and the Caribbean e Associação Brasileira de Televisão Universitária. 2004. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000139903> . Acesso em: 05 de março de 2023.

PENA, Felipe. Teoria do Jornalismo. São Paulo: Editora Contexto, 2018.

PENHA ROCHA. Telejornalismo - Rede Família e Rede Vida. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Campo Grande 2001. Disponível em: <https://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP13ROCHA.PDF> . Acesso em: 10 de março de 2023.

PIO XI. Carta Encíclica Vigilanti cura. Vaticano: 1936, Disponível em: https://www.vatican.va/content/pius-xi/pt/encyclicals/documents/hf_p-xi_enc_29061936_vigilanti-cura.html. Acesso em 15 de fevereiro de 2023.

PIO XII. Carta Encíclica Miranda prorsus. Vaticano:1957. Disponível em: https://www.vatican.va/content/pius-xii/pt/encyclicals/documents/hf_p-xii_enc_08091957_miranda-prorsus.html. Acesso em 15 de fevereiro de 2023.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. Pornografia e Violência nas Comunicações Sociais - Uma Resposta Pastoral. Vaticano: 1989. Disponível em: https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_07051989_pornography_po.html. Acesso em: 17 de fevereiro de 2023.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. Instrução Pastoral Aetatis Novae. Vaticano: 1992. Disponível em: https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22021992_aetatis_po.html. Acesso em: 17 de fevereiro de 2023.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. Ética na Publicidade. Vaticano: 1997. Disponível em:

https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22_021997_ethics-in-ad_po.html#:~:text=A%20Igreja%20recorda%20tamb%C3%A9m%20a,%20justi%C3%A7a%20e%20na%20solidariedade%20%C2%BB. Acesso em: 18 de fevereiro de 2023.

PUNTEL, J. T. A Igreja a caminho na Comunicação. Teocomunicação: Revista do Programa de Pós-Graduação em Teologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, v. 41, n. 2, p. 221-242, 2011.

PUNTEL, Joana T. Inter Mirifica: texto e comentário. São Paulo: Paulinas, 2012.

PUNTEL, Joana T. Igreja e Sociedade: método de trabalho na Comunicação. São Paulo: Paulinas, 2015.

PUNTEL, Joana T. Jornalismo Católico. Cunha, Magali; Novaes, Allan. Dicionário Brasileiro de Comunicação e Religiões. Unaspress. Edição do Kindle. 2022.

RASLAN FILHO, Gilson S. Dai-me almas. O pastoreio midiaticado da TV Canção Nova. Tese de Doutorado. Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo: São Paulo, 2010.

RATZINGER, Joseph. Introdução ao Cristianismo, Preleções sobre o Símbolo Apostólico. São Paulo: Herder, 1970.

REGIANI, Herivelton; BORELLI, Viviane. A Natureza Midiática da Religião e o Processo de Midiatização da Sociedade. 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Joinville – SC. INTERCOM, 2018.

REZENDE, Guilherme Jorge de. Gêneros e formatos Jornalísticos na Televisão brasileira. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM. Curitiba-PR, 2009.

SÁ, Regiane de Andrade. Imprensa católica e estudos culturais: uma análise da TV Canção Nova e Rede Vida. 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM. João Pessoa/PB. 2022.

SANTOS, José L. O que é cultura. São Paulo: Brasiliense, 2006.

SANTOS, Rodrigo Luiz dos. Guia de Redação Canção Nova Notícias. Canção Nova. Cachoeira Paulista, São Paulo. Junho de 2015.

SANTOS, Abinoan Santiado dos; ROCHA, Paula Melani. O newsmaking em estudos de rotina de produção: interfaces conceituais e metodológicas para pesquisas em jornalismo. Revista Temática, julho de 2018.

SBARDELOTTO, Moisés. Entre o social e a técnica: os processos midiaticados do fenômeno religioso contemporâneo. Revista Ação Midiática – Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura, Universidade Federal do Paraná. Vol 2 nº 1. 2012.

SBARDELOTTO, Moisés; SOUZA Thamiris M. de. Mídias e religiões; A comunicação e a fé em sociedades em midiaticação. Casa Leiria. Edição do Kindle. 2013

SCHMIDT, Gerson. TV Brasileira: novo púlpito da Igreja Eletrônica - O verbo se faz imagem televisiva. Dissertação de mestrado em Comunicação Social. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2008.

SILVA, Eliane Moura; RENDERS, Helmut; CAMPOS, Leonildo Silveira. O Estudo das Religiões: Entre a História, a Cultura e a Comunicação. Editora Metodista e Unicamp. Edição do Kindle.

SILVA, Eliane Moura. Entre religião, cultura e história: a escola italiana das religiões. Revista de C. Humanas, Viçosa, v. 11, n. 2, p. 225-234, 2011.

SILVA, Eliane Moura. O fanatismo religioso: representações, conceitos e práticas contemporâneas in O Estudo das Religiões: Entre a História, a Cultura e a Comunicação. (p. 21-37). Editora Metodista e Unicamp. 2014

SILVA, Gislene. Para pensar os critérios de noticiabilidade. Estudos em Jornalismo e Mídia, Vol. II, Nº 1. P. 95-107, 2005.

SOUSA, Marco Túlio de. Igreja eletrônica, religiosidade midiática, religiosidade midiaticizada: Conceitos para pensar as relações entre mídia e religião. Matrizes, V.15 - Nº 1 jan./abr. São Paulo. p. 1-24. 2021.

SOUZA, Marcos Felipe Rodrigues De. Mensageiro da Amazônia: sobrevivência em meio às novas ferramentas de comunicação digital. Universidade Federal do Amazonas. 2021.

STASHEFF, Edward (et al). O programa de televisão: sua direção e produção. Tradução e adaptação de Luiz Antonio Simões de Carvalho. São Paulo: EPU: Ed. Da Universidade de São Paulo. 1978.

STOEBEL, Adelita. Entrevista concedida a Regiane de Andrade Sá. Cachoeira Paulista, 26 de outubro. 2023.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. 1999. Disponível em: http://jornalismoufma.xpg.uol.com.br/arquivos/mauro_wolf_teorias_da_comunicacao.pdf. Acesso em 10 de março de 2023.

TERSIGNI, Emerson. Entrevista concedida a Regiane de Andrade Sá. Cachoeira Paulista, 27 de outubro. 2023.

THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade. 15ª Edição. Rio de Janeiro: Vozes, 2014

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo: por que as notícias são como são. V. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transacional. V. 2. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Insular, 2016.

TUCHMAN, Gaye. *Making News: a study in the construction of reality*. Nova Iorque: The Free Press, 1978.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Insular, 2016.

VIEIRA, Beatriz Trezzi. *Jornalismo, Evangelização e Cidadania*. In: GOMES, Pedro G.; FAUSTO NETO, Antônio; SBARDELLOTTO, Moisés; SOUZA, Thamiris M. de. *Mídias e religiões: A comunicação e a fé em sociedades em midiatização*. Casa Leiria. Edição do Kindle. 2013

VIZEU, Alfredo. As rotinas produtivas dos editores de texto no telejornalismo : decidindo o que é notícia. In: XX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife. Intercom: 1998.

VIZEU, Alfredo. O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 40, dezembro de 2009.

VIZEU, Alfredo. *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

XAVIER, Natália Laís Almeida. *Bote Fé No Noticiário: A Construção da Notícia e o Imaginário no Telejornal Católico “Canção Nova Notícias”*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal da Paraíba. 2019

XAVIER, Natália Laís Almeida. Fé e jornalismo: uma revisão integrativa sobre as notícias produzidas pela imprensa católica no Brasil. 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2022. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0720202219232862d8806092f4d.pdf>. Acesso em: 17 de março de 2023.

Sites:

<https://midiadadosgmmp.com.br/>
<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/01/13/50percent-dos-brasileiros-sao-catolicos-31percent-evangelicos-e-10percent-nao-tem-religiao-diz-datafolha.ghtml>
<https://www.guinnessworldrecords.com.br/world-records/best-selling-book-of-non-fiction>
<https://www.cnbb.org.br/cnbb/>
<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade1989>
<https://www.cnbb.org.br/tvs-de-inspiracao-catolica/>
<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2904200712.htm>
https://portalcelinauta.com.br/institucional_tv
<https://www.rs21.com.br/site/padreeduardo/programa-anunciamos-jesus-celebra-34-anos-de-historia/>
<https://tvclaret.com.br/institucional>
<http://typuc.com.br/>
<https://www.redevida.com.br/>

<https://alvoradaparintins.com.br/>
<http://www.tvhorizonte.com.br/>
<https://www.youtube.com/watch?v=0vQQLmGWAk>
<https://www.facebook.com/tveducar>
<https://www.linkedin.com/company/rede-século-21>
<https://fundacaonazare.com.br/tv-nazare/historico-da-tv-nazare/>
<https://tvevangelizar.com.br/sobre/>
<https://www.miliciadaimaculada.org.br/tv-imaculada/programas/listagem>
<https://www.a12.com/tv/historia-tv-aparecida>
<https://www.arquidiocesedesaluis.org/tv-nazare-1>
https://pt.everybodywiki.com/TV_Nazaré_São_Luís
<http://www.arquidiocesedesantarem.org.br/tvencontro>
<https://tvevangelizar.com.br/>
<https://diocesevaladares.com.br/celebracoes-marcam-inauguracao-da-tv-kefas-em-valadares/>
<https://notisul.com.br/geral/tv-tuba-completa-3-anos-neste-sabado/>
<https://www.paieterno.com.br/tv-pai-eterno>
<https://www.paroquiasaomartinho.com.br/parcerias>
<https://loja.cancaonova.com/quem-somos-cn/>

APÊNDICES

APÊNDICE A – GRADE DE PROGRAMAÇÃO DA TV CANÇÃO NOVA

Domingo (22/10/24)	Segunda (23/10/24)	Terça (24/10/24)	Quarta (25/10/24)
00h - Nossa Missão é Evangelizar	00h - Nossa Missão é Evangelizar	00h - Reinflama	00h - Sorrindo pra vida
01h - Além da Notícia	01h - Parte de nós	01h30 - O Amor vencerá	01h30 - O Amor vencerá
02h30 - Sob o Manto de Maria	01h30 - Angelus (Papa Francisco)	02h50 - Terço da Misericórdia	02h50 - Terço da Misericórdia
03h - Terço da Misericórdia	01h48 - Procissão das luzes	03h30 - Ofício da Imaculada Conceição	03h30 - Ofício da Imaculada Conceição
03h40 - Ofício da Imaculada Conceição	02h50 - Terço da Misericórdia	04h - Canção Nova Notícias	04h - Canção Nova Notícias
04h10 - Terra Santa News	03h30 - Ofício da Imaculada Conceição	04h45 - Igreja em saída	04h45 - Igreja em saída
04h30 - Fazendo esperança	04h - Repórter Canção Nova	05h - Rosário de São José	05h - Nossa missão é evangelizar
05h - Nossa Missão é Evangelizar	05h - Nossa Missão é Evangelizar	06h - Terço Mariano	06h - Terço Mariano
06h - Santo terço	06h - Terço Mariano	06h30 - A Bíblia no meu dia a dia	06h30 - A Bíblia no meu dia a dia
06h30 - Igreja a caminho	06h30 - A Bíblia no meu dia a dia	06h47 - Caminhos de unidade	06h47 - Caminhos de unidade
06h37 - Discípulos e Missionários	06h47 - Caminhos de unidade	06h54 - Palavra de vida eterna	06h54 - Palavra de vida eterna
06h55 - Palavras de Vida Eterna	06h54 - Palavra de vida eterna	07h - Santa Missa	07h - Santa Missa
07h - Santa Missa	07h - Santa Missa	07h47 - Oração ao Pai das Misericórdias	07h47 - Oração ao Pai das Misericórdias
08h - Oração ao Pai das Misericórdias	07h47 - Oração ao Pai das Misericórdias	08h - Sorrindo pra vida	08h - Sorrindo pra vida
08h13 - Boletim de Notícia	08h - Sorrindo pra vida	09h33 - Boletim de Notícia	09h33 - Boletim de Notícia
08h20 - Nossa Missão é Evangelizar	09h33 - Boletim de Notícia	09h45 - Palavra de Deus	09h45 - Palavra de Deus
10h - Projeto Dai-me almas	09h45 - Palavra de Deus	10h - Cantinho da Criança	10h - Cantinho da Criança
10h30 - Nossa Missão é Evangelizar	10h - Cantinho da Criança	10h30 - O amor vencerá	10h30 - O amor vencerá
11h30 - Santa Missa Maronita	10h30 - O amor vencerá	11h48 - Mais Saúde	11h48 - Mais Saúde
12h30 - Angelus (Papa Francisco)	11h48 - Mais Saúde	12h - Santa Missa	12h - Santa Missa

12h50 - Discípulos e Missionários	12h - Santa Missa	13h - Nossa Missão é evangelizar	12h50 - Catequese com o Papa Francisco
13h - Gente de fé	12h50 - O tempo é breve	13h50 - Juntos somos mais	13h50 - Juntos somos mais
14h - Estúdio Canção Nova	13h50 - Juntos somos mais	14h35 - Boletim de Notícia	14h35 - Boletim de Notícia
14h30 - Preservação Ambiental	14h35 - Boletim de Notícia	14h42 - Florescer	14h42 - Florescer
15h - Terço da Misericórdia	14h42 - Florescer	14h50 - Terço da Misericórdia	14h50 - Terço da Misericórdia
15h30 - Filme Coração Ardente	14h50 - Terço da Misericórdia	15h30 - Som do monte	15h30 - Santa Missa
17h - Canção Nova Sertaneja	15h30 - Santa Missa das famílias	16h30 - Terra Santa News	17h - Cantinho da criança
18h - Terço Mariano	17h - Cantinho da criança	16h49 - Ajuda à Igreja que sofre	17h28 - Boletim de Notícia
18h30 - Leveza Feminina	17h28 - Boletim de Notícia	17h - Cantinho da criança	17h30 - A Bíblia no meu dia a dia
19h - Minha família é assim	17h30 - A Bíblia no meu dia a dia	17h28 - Boletim de Notícia	17h50 - Terço Mariano
20h - Pra ser feliz	17h50 - Terço Mariano	17h30 - A Bíblia no meu dia a dia	18h30 - Oração ao Pai das Misericórdias
21h30 - Pergunte e receberemos	18h30 - Oração ao Pai das Misericórdias	17h50 - Terço Mariano	18h45 - Canção Nova Notícias
22h - Repórter Canção Nova	18h45 - Canção Nova Notícias	18h30 - Oração ao Pai das Misericórdias	19h30 - Estúdio Canção Nova
23h - Celebrando Pentecostes	19h30 - Santa Missa	18h45 - Canção Nova Notícias	20h - Santa Missa
23h30 - Preservação Ambiental	21h - Buscai as coisas do alto	19h30 - Leveza feminina	22h - Som do Monte
	22h - Revolução Jesus	20h - Pra ser feliz	23h - Sorrindo pra vida
	23h - Sorrindo pra vida	21h30 - Gente de fé	
		22h30 - PHN	

Quinta (26/10/24)	Sexta (27/10/24)	Sábado (28/10/24)
00h30 - Nossa missão é evangelizar	01h - Nossa missão é evangelizar	01h - Nossa missão é evangelizar
01h30 - O Amor vencerá	02h - Som do Monte	02h - O Amor vencerá
02h50 - Terço da Misericórdia	03h - Terço da Misericórdia	02h50 - Terço da Misericórdia

03h30 - Ofício da Imaculada Conceição	03h30 - Ofício da Imaculada Conceição	03h30 - Ofício da Imaculada Conceição
04h - Canção Nova Notícias	04h - Canção Nova Notícias	04h - Canção Nova Notícias
04h45 - Igreja em saída	04h45 - Igreja em saída	04h45 - Igreja em saída
05h - Nossa missão é evangelizar	05h - Nossa missão é evangelizar	05h - Congresso Internacional Mariano
06h - Terço Mariano	06h - Terço Mariano	06h45 - A Bíblia no meu dia a dia
06h30 - A Bíblia no meu dia a dia	06h30 - A Bíblia no meu dia a dia	07h - Oração ao Pai das Misericórdias
06h47 - Parábolas de corações especiais	06h47 - Caminhos de unidade	07h12 - Circulando
06h54 - Palavra de vida eterna	06h54 - Palavra de vida eterna	07h30 - Congresso Internacional Mariano
07h - Santa Missa	07h - Santa Missa	08h30 - Projeto Dai-me almas
07h47 - Oração ao Pai das Misericórdias	07h47 - Oração ao Pai das Misericórdias	09h - Preservação ambiental
08h - Sorrindo pra vida	08h - Sorrindo pra vida	09h30 - Fazendo esperança
09h33 - Boletim de Notícia	09h33 - Boletim de Notícia	10h - Congresso Internacional Mariano
09h45 - Quinta-feira de Adoração	09h45 - Palavra de Deus	11h30 - Parte de nós
11h48 - Mais Saúde	10h - Cantinho da Criança	12h - Congresso Internacional Mariano
12h - Santa Missa	10h30 - O Amor vencerá	14h - Congresso Internacional Mariano
12h48 - Nossa missão é evangelizar	11h48 - Mais Saúde	15h30 - Ajuda à Igreja que sofre
13h30 - Quinta-feira de Adoração	12h - Santa Missa	16h - Congresso Internacional Mariano
15h - Terço da Misericórdia	13h - Oração do Papa Francisco	19h - Procissão das luzes
15h30 - Sob o manto de Maria	14h - Juntos somos mais	20h20 - Ajuda à Igreja que sofre
16h - Santa Missa	14h35 - Boletim de Notícia	20h30 - No colo da Mãe
17h28 - Boletim de Notícia	14h42 - Florescer	21h - Acampamento Fraternidade São João Paulo II
17h30 - A Bíblia no meu dia a dia	14h50 - Terço da Misericórdia	22h30 - PHN
17h50 - Terço Mariano	15h30 - Nossa missão é evangelizar	
18h30 - Oração ao Pai das Misericórdias	16h30 - Na escola dos apóstolos	
18h45 - Canção Nova Notícias	17h - Cantinho da criança	

19h30 - Santa Missa	17h28 - Boletim de Notícia	
21h - Escola da fé	17h30 - A Bíblia no meu dia a dia	
22h - Além da notícia	17h50 - Terço Mariano	
23h30 - Sorrindo pra vida	18h30 - Oração ao Pai das Misericórdias	
	18h45 - Canção Nova Notícias	
	19h30 - Circulando	
	19h50 - Parábolas de corações especiais	
	20h - Acampamento Fraternidade São João Paulo II	
	21h30 - O tempo é breve	
	22h30 - Jovens Sarados	
	23h30 - Sorrindo pra vida	

Fonte: Elaborado pela autora

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO PARA ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA COM PROFISSIONAIS DE COMUNICAÇÃO DO CANÇÃO NOVA NOTÍCIAS

1. Qual o seu nome completo e idade?
2. Qual o seu cargo na TV Canção Nova?
3. Há quanto tempo está na Canção Nova e quais são suas principais responsabilidades?
4. Qual o seu vínculo com a religião católica?
5. De que forma os seus valores pessoais e religiosos podem refletir nas suas atividades profissionais?
6. Em uma reunião de pauta, quais os critérios mais relevantes na escolha de uma notícia a ser veiculada pelo Canção Nova Notícias?
7. Como você descreveria o fluxo da produção da notícia deste telejornal?
8. Qual a orientação da área de jornalismo desta emissora para cobrir assuntos vinculados à religião?
9. De que forma são abordadas pautas que não são relacionadas à religião?
10. Como você descreveria o jornalismo praticado pela TV Canção Nova?
11. No seu ponto de vista, que tipo de impacto as notícias disseminadas pelo Canção Nova Notícias trazem para o seu público?
12. Qual o tipo de realidade que o conteúdo jornalístico transmitido pela TV Canção Nova ajuda a construir para os telespectadores?

APÊNDICE C – ANÁLISE DAS NOTÍCIAS

CANÇÃO NOVA NOTÍCIAS DATA: 23/10/2023	
MANCHETES DA ESCALADA	1- “A guerra é uma derrota, a destruição da fraternidade humana”, palavras do Papa ao renovar apelo para o fim dos conflitos na Terra Santa. 2- Ajuda humanitária chega, mas, confrontos continuam. 3- Ronaldo da Silva: Mais um grupo de brasileiros repatriados de Israel chega ao Brasil. 4- Em reta final do Sínodo, Bispos preparam mensagem ao povo. 5- CNBB lança a pesquisa para entender a realidade da catequese no país. 6- Após demissões por telegrama, metalúrgicos da GM entram em greve. 7- Eleições de 2024 terão transporte público gratuito. 8- Brasileiros se unem em dia de oração pela paz em ato convocado por Francisco.
APRESENTAÇÃO	Reinaldo César e Elaine Santos Co-apresentadores: Sidinei Fernandes (São Paulo) Ronaldo da Silva (Brasília)
Link	https://www.youtube.com/watch?v=DSzdkTOfPt0
NOTÍCIA 1	
PAUTA	Papa renova o seu pedido pelo fim da guerra
EDITORIA	Religião/Internacional
CABEÇA	O Papa Francisco afirmou nesse domingo, durante o Angelus, que não devemos ser escravos de nenhum poder mundano. O Santo Padre renovou o seu pedido pelo fim da guerra e recordou que a próxima sexta-feira, dia 27, será um dia de jejum, Oração e Penitência pela paz do mundo.
VALOR-NOTÍCIA	Proeminência
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Boletim
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Roma
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	02:03
REPÓRTER	Adilson Sabará
LOCALIDADE	Roma
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação para a transformação social
NOTÍCIA 2	

PAUTA	Atualização da Guerra em Israel
EDITORIA	Internacional
CABEÇA	Na Terra Santa, Israel bombardeou o enclave palestino na contra ofensiva ao grupo extremista Hamas. Ao sul da Faixa de Gaza, a chegada de ajuda humanitária sinaliza um alívio aos inocentes que sofrem os horrores da Guerra.
VALOR-NOTÍCIA	Conflito
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Nota coberta
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Israel
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	01:24
REPÓRTER	Alan Toledo
LOCALIDADE	Israel
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 3	
PAUTA	Mais um grupo de brasileiros repatriados chega ao Brasil
EDITORIA	Internacional
CABEÇA	Cabeça 1 (Cachoeira Paulista): mais um grupo de brasileiros repatriados chegou hoje ao país. Ronaldo Da Silva em Brasília traz mais informações pra gente. Boa noite, Ronaldo. Cabeça 2 (Brasília): Olá, Reinaldo, boa noite para você também e pra cada pessoa, pra toda audiência da Canção Nova nesse instante. Olha, passa de 1.400 o número de repatriados pela força aérea brasileira. No Egito, representantes de diversos países se reuniram em busca de soluções para o fim do conflito na Terra Santa.
VALOR-NOTÍCIA	Conflito
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Boletim
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Israel
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	01:20
REPÓRTER	Francisco Coelho
LOCALIDADE	Israel
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 4	

PAUTA	Eleições de 2024 terão transporte público gratuito
EDITORIA	Política
CABEÇA	O Supremo Tribunal Federal tornou obrigatório, por unanimidade, o transporte público gratuito nas eleições de 2024. A regra valerá para as eleições do próximo ano, quando candidatos aos cargos de prefeito, vice-prefeito e vereadores serão escolhidos para as casas legislativas dos Municípios do país.
VALOR-NOTÍCIA	Governo
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Luís Roberto Barroso (presidente do Supremo Tribunal Federal; Alexandre de Moraes (Ministro do STF)
LOCAIS DAS IMAGENS	Rodoviária, Supremo Tribunal Federal, Estação de Metrô, Estação Aquaviária, Congresso Nacional, Tribunal Superior Eleitoral
PASSAGEM DO REPÓRTER	Supremo Tribunal Federal
DURAÇÃO	02:06
REPÓRTER	Aline Campelo
LOCALIDADE	Brasília/DF
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 5	
PAUTA	Funcionários de 3 fábricas da General Motors entram em greve
EDITORIA	Cotidiano
CABEÇA	Funcionários de 3 fábricas da General Motors entraram em greve nesta segunda-feira após o anúncio de demissões pela empresa por meio de telegramas.
VALOR-NOTÍCIA	Conflito
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Nota coberta
FONTES	Descrição das fontes: Valmiro Mariano (vice-presidente do Sindicato dos metalúrgicos)
LOCAIS DAS IMAGENS	Greve
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	00:43
REPÓRTER	Alan Toledo
LOCALIDADE	São José dos Campos/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 6	
PAUTA	Eleições na Argentina
EDITORIA	Internacional
CABEÇA	Voltamos com notícia internacional com foco na eleição presidencial na Argentina, após o domingo de votações e o

	período de apuração, Sérgio Massa surpreendeu obtendo mais votos e disputou o segundo turno com Javier Milei.
VALOR-NOTÍCIA	Governo
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Nota coberta
FONTES	Sérgio Massa, Javier Milei.
LOCAIS DAS IMAGENS	Locais de votação na Argentina, Casa Rosada.
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	01:42
REPÓRTER	Rodrigo Fernandes
LOCALIDADE	Argentina
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 7	
PAUTA	Ataque à escola em São Paulo
EDITORIA	Segurança
CABEÇA	E um ataque a tiros aconteceu na manhã de hoje na escola estadual Sapopemba, zona leste da capital paulista, então nós vamos chamar o Sidnei Fernandes que traz as informações de mais um episódio de violência na escola.
VALOR-NOTÍCIA	Tragédia/drama
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Nota simples
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Não há
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	00:36
REPÓRTER	Sidinei Fernandes
LOCALIDADE	São Paulo/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 8	
PAUTA	Relatório traz panorama da hipertensão no Brasil
EDITORIA	Saúde
CABEÇA	Um relatório produzido por pesquisadores da Universidade Federal de Pelotas traz um panorama de uma enfermidade que atinge cerca de 30 milhões de brasileiros, a hipertensão. Cerca de 9 mil pessoas das cinco regiões do país responderam a um questionário por telefone. O que chama atenção no estudo é o número de brasileiros que mesmo com diagnóstico de pressão alta não seguem o tratamento adequado.
VALOR-NOTÍCIA	Impacto
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem

FONTES	Frida Plavnik (vice-presidente Soc. Brasileira de Hipertensão)
LOCAIS DAS IMAGENS	Consultório médico, Parque aberto.
PASSAGEM DO REPÓRTER	Na rua
DURAÇÃO	02:24
REPÓRTER	Aline Imercio
LOCALIDADE	São Paulo/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não aplica
NOTÍCIA 9	
PAUTA	CNBB lança uma pesquisa para conhecer melhor a realidade da catequese
EDITORIA	Religião/Nacional
CABEÇA	A comissão Episcopal para animação bíblico catequética da CNBB lançou uma pesquisa para conhecer melhor a realidade da catequese no Brasil. Em todo o país, milhares de catequistas testemunham e transmitem a fé professada pela igreja católica.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Magali Simões (pedagoga); Pe Wagner Carvalho (assessor de comunicação da Animação Bíblico-catequética - CNBB)
LOCAIS DAS IMAGENS	Igreja, CNBB, sala de catequese.
PASSAGEM DO REPÓRTER	Igreja
DURAÇÃO	02:07
REPÓRTER	Flávio Rogério
LOCALIDADE	São Paulo/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação na perspectiva instrumental e de massa
NOTÍCIA 10	
PAUTA	Atualização do Sínodo dos Bispos
EDITORIA	Religião/Internacional
CABEÇA	Os bispos que participam do Sínodo, em Roma, deverão concluir a discussão de alguns temas, pois o encontro do episcopado se encaminha para o encerramento no próximo domingo, dia 29, veja na reportagem as informações dos trabalhos realizados hoje na sala Paulo VI.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Cardeal Jean-Marc Aveline
LOCAIS DAS IMAGENS	Basílica de São Pedro, Sala Paulo VI, Sala da coletiva de imprensa da Santa Sé

PASSAGEM DO REPÓRTER	Sala da coletiva de imprensa da Santa Sé
DURAÇÃO	01:43
REPÓRTER	Danúbia Gleiser
LOCALIDADE	Roma
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação como prática de construção da imagem organizacional
NOTÍCIA 11	
PAUTA	Minuto Sínodo
EDITORIA	Religião/Internacional
CABEÇA	No Minuto Sínodo de hoje, Padre Guilherme Júnior destaca que por vezes a mídia distorce o verdadeiro sentido desse momento de comunhão tão importante para a Igreja. Segundo ele é hora de cessar vozes que confundem e causam divisão.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/cultura
GÊNERO	Interpretativo
FORMATO	Reportagem em série
FONTES	Padre Guilherme Maia Júnior (Com. Ministérios Ordenados e Vida Consagrada)
LOCAIS DAS IMAGENS	Sala
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	01:04
REPÓRTER	Não há
LOCALIDADE	Cachoeira Paulista/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação como prática de construção da imagem organizacional
NOTÍCIA 12	
PAUTA	Reestreia do documentário Human Life
EDITORIA	Entretenimento
CABEÇA	Cabeça 1 (Cachoeira Paulista): O documentário vida humana que será exibido em Brasília ilustra a verdadeira beleza e importância do Dom da vida mesmo diante de sofrimentos e dificuldades. Nós voltamos, então, à capital federal com Ronaldo da Silva que tem mais detalhes. Cabeça 2 (Brasília): Daqui a pouco vai começar aqui em Brasília uma roda de conversa com a reestreia do filme Human Life A vida sempre vale a pena. a obra traz inúmeras experiências de vida para resgatar o valor e o propósito da existência humana em qualquer circunstância o filme foi produzido na Itália Brasil Alemanha e Estados Unidos a repórter Aline Campelo conversou com o diretor da obra Gustavo Brinholi que veio de Roma para a estreia.
VALOR-NOTÍCIA	Entretenimento/curiosidade
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Entrevista
FONTES	Gustavo Brinholi (diretor do documentário)

LOCAIS DAS IMAGENS	Sala, trechos do documentário.
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	01:55
REPÓRTER	Aline Campelo
LOCALIDADE	Brasília/DF
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 13	
PAUTA	Previsão do tempo
EDITORIA	Clima
CABEÇA	O rio negro, que enfrenta a maior seca da História, Continua diminuindo. O nível das águas ficou abaixo dos 13 metros pela primeira vez em 121 anos, enquanto isso, no Sul do país tem novo alerta para temporais. A Mauriceia Silva traz os detalhes da previsão pra gente. Boa noite, Mauri.
VALOR-NOTÍCIA	Proximidade
GÊNERO	Interpretativo
FORMATO	Informe gráfico
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Estúdio
PASSAGEM DO REPÓRTER	Estúdio
DURAÇÃO	01:32
REPÓRTER	Mauriceia Silva
LOCALIDADE	Cachoeira Paulista/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 14	
PAUTA	Igreja Nossa Senhora de Fátima é elevada a Santuário em Belo Horizonte
EDITORIA	Religião/Nacional
CABEÇA	O fim de semana foi de festa para a Arquidiocese de Belo Horizonte, nesse fim de semana especial para a igreja lá na capital mineira. É que a Igreja Nossa Senhora de Fátima foi elevada a Santuário. E a Missa Solene contou com a participação dos Devotos da Virgem de Fátima.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Cormaria Dulce (vendedora); Elisa de Freitas (dona de casa); Solange Aparecida (secretária); Dom Nivaldo dos Santos Ferreira (Bispo Auxiliar da Arquidiocese de BH); Pe. Fernando Lopes (Reitor do Santuário Arquidiocesano Nossa Senhora de Fátima)

LOCAIS DAS IMAGENS	Santuário
PASSAGEM DO REPÓRTER	Santuário
DURAÇÃO	02:01
REPÓRTER	Gabriele Dutra
LOCALIDADE	Belo Horizonte/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação na perspectiva instrumental e de massa
NOTÍCIA 15	
PAUTA	Campanha de doação
EDITORIA	Institucional
CABEÇA	Olha, estamos a serviço da vida e da Esperança, essa é a missão que assumimos diariamente para evangelizar e só conseguimos primeiro, por graça de Deus, e porque unimos as nossas mãos a você, que permite que a Canção Nova se mantenha. Dia após dia seguimos confiantes naquele que não desampara. Neste 23 de outubro alcançamos 69% da nossa campanha do projeto Dai-me almas. Vamos juntos aos 100%? Contamos com a sua ajuda, a nossa chave pix é pix.doacao@cancaonova.com . Obrigada por ser família Canção Nova com a gente e, se ainda não faz parte, saiba mais em clube.cancaonova.com .
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/cultura
GÊNERO	Opinativo
FORMATO	Comentário
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Estúdio
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	00:44
REPÓRTER	Elaine Santos
LOCALIDADE	Cachoeira Paulista/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação como prática de construção da imagem organizacional
NOTÍCIA 16	
PAUTA	Papa convoca cristãos para um dia de oração pela paz
EDITORIA	Religião/Internacional
CABEÇA	O Papa Francisco convocou os cristãos do mundo todo para um dia de oração pela paz. Preocupado com a situação na Terra Santa, o Papa pediu aos fiéis que assumam o lado da Paz.
VALOR-NOTÍCIA	Proeminência
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Pe. Wagner Ferreira (presidente da Comunidade Canção Nova); Pe Marlon Múcio (Diocese de taubaté/SP); Pe. Marino Santos (pároco reitor em Presidente Olegário/MG); Pe. Vítor Posset (Olinda/PE); Pe. Alexandre Pinheiro (arquidiocese do Rio de Janeiro).

LOCAIS DAS IMAGENS	Vaticano, conflitos em Israel, Faixa de Gaza, Igrejas.
PASSAGEM DO REPÓRTER	Paisagem com Igreja ao fundo
DURAÇÃO	02:24
REPÓRTER	Matheus Alves
LOCALIDADE	Cachoeira Paulista/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação para a transformação social

CANÇÃO NOVA NOTÍCIAS DATA: 24/10/2023	
MANCHETES DA ESCALADA	1- Participantes do Sínodo dos bispos fazem relatório dos trabalhos. 2- Assembleia Sinodal: na primeira reportagem o espírito santo como protagonista do encontro que não é um Parlamento. 3- Igreja vive expectativa pelo dia de oração e jejum pela paz convocado pelo Papa. 4- Fieis se reúnem em Guarulhos para celebrar Santo Antônio Maria Claret, fundador dos claretianos. 5- Turismo na Amazônia é prejudicado pela seca. 6- Academia Brasileira de Letras é contra a adoção oficial da linguagem neutra no país. 7- Casa do Bom Samaritano na Canção Nova completa 21 anos. 8- 24 de Outubro Dia da Sergipanidade.
APRESENTAÇÃO	Reinaldo César e Elaine Santos Co-apresentadores: Aline Imercio (São Paulo) Liana Nunes (Brasília)
Link	https://www.youtube.com/watch?v=Hoa9IXAAuUo
NOTÍCIA 1	
PAUTA	Série sobre Assembleia Sinodal
EDITORIA	Religião/Internacional
CABEÇA	Iniciamos o Canção Nova notícias falando da Assembleia Sinodal o que acontece em Roma, ocasião de escuta e unidade entre os Bispos do mundo todo. Na série de quatro reportagens, vamos exibir dois posicionamentos fortes do papa Francisco à igreja. Veja a primeira reportagem com Emerson Tesigni e Ederaldo Paulino.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Interpretativo
FORMATO	Reportagem em série
FONTES	Dom César Teixeira (Bispo de São José dos Campos, SP); Papa Francisco; Pe. Edinei Evaldo Batista (Reitor do Seminário de Teologia)

LOCAIS DAS IMAGENS	Igrejas e Sala Paulo VI (Vaticano)
PASSAGEM DO REPÓRTER	Dentro de uma igreja
DURAÇÃO	2:26
REPÓRTER	Emerson Tersigni
LOCALIDADE	São José dos Campos/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação como prática de construção da imagem organizacional
NOTÍCIA 2	
PAUTA	Sínodo dos Bispos
EDITORIA	Religião/Internacional
CABEÇA	O secretário Geral do Sínodo dos Bispos, Cardeal Mário Grech, anunciou o calendário do encontro desta última semana de atividades no Vaticano.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Boletim
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Praça de São Pedro, Sala Paulo VI, Basílica de São Pedro.
PASSAGEM DO REPÓRTER	Praça de São Pedro
DURAÇÃO	00:53
REPÓRTER	Danúbia Gleisser
LOCALIDADE	Roma
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação como prática de construção da imagem organizacional
NOTÍCIA 3	
PAUTA	Festividade de Santo Antônio Maria Claret
EDITORIA	Religião/Nacional
CABEÇA	Cabeça 1 (Cachoeira Paulista): Neste 24 de outubro a Igreja celebra o dia de Santo Antônio Maria Claret, fundador da Congregação dos filhos do Imaculado Coração de Maria, os claretianos. E de São Paulo, Aline Imercio fala para a gente da festa que aconteceu por lá, não é isso, Aline? Boa noite pra você. Cabeça 2 (São Paulo): Boa noite, Elaine, Reinaldo e a todos. Santo Antônio Maria Claret é invocado pelas pessoas contra todo e qualquer tipo de violência. Aqui em São Paulo, a devoção ao santo reuniu hoje centenas de fiéis em uma paróquia em Guarulhos. Nossa equipe foi conferir um pouco desse dia festivo.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/cultura
GÊNERO	Informativo

FORMATO	Reportagem
FONTES	Fábio de Jesus (Auxiliar de Produção); Padre Fábio Lima (Pároco da Igreja de Santo Antônio Maria Claret); Djanira Silva (missionária da Comunidade Canção Nova).
LOCAIS DAS IMAGENS	Igreja de Santo Antônio Maria Claret
PASSAGEM DO REPÓRTER	Dentro da Igreja
DURAÇÃO	02:18
REPÓRTER	Flávio Rogério
LOCALIDADE	Guarulhos-SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação na Perspectiva Instrumental e de Massa
NOTÍCIA 4	
PAUTA	Dentistas do bem: projeto que oferece atendimento para pessoas em situação de rua
EDITORIA	Cotidiano
CABEÇA	Amanhã é comemorado o Dia Nacional do dentista por isso vamos exibir um projeto aqui da capital paulista que busca resgatar o sorriso de pessoas em situação de rua.
VALOR-NOTÍCIA	Impacto
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Alex Oliveira (eletricista em situação de rua); Tatiana Barrone (cirurgiã dentista e tenente da Marinha); Luciene Inácio (administradora do projeto Cisarte); Israel (Auxiliar de limpeza).
LOCAIS DAS IMAGENS	Ruas de São Paulo, sede do projeto Dentistas do Bem
PASSAGEM DO REPÓRTER	Consultório do projeto em São Paulo-SP
DURAÇÃO	02:46
REPÓRTER	Sidnei Fernandes
LOCALIDADE	São Paulo/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 5	
PAUTA	STF decide que pena por tráfico com quantidade reduzida de droga deve ser cumprida em regime aberto
EDITORIA	Justiça
CABEÇA	Cabeça 1 (estúdio Cachoeira Paulista): O Supremo Tribunal Federal decidiu por unanimidade que a pena por tráfico com quantidade reduzida de droga deve ser cumprida em regime aberto. Nós vamos chamar, então, Liana Nunes, em Brasília, que tem mais informações. Boa noite, Liana. Cabeça 2 (estúdio Brasília): Boa noite para você também, Reinaldo, e para todos que acompanham o Canção Nova Notícias. O Supremo Tribunal Federal decidiu por unanimidade que a pena por tráfico com quantidade reduzida de droga deve

	ser cumprida em regime aberto. Definido tecnicamente como tráfico privilegiado o crime nesta circunstância permite o regime aberto para acusados com bons antecedentes e sem ligação com facções criminosas.
VALOR-NOTÍCIA	Justiça
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Luís Roberto Barroso (Presidente do STF); Vitor Vaz Wolney de Mello (advogado)
LOCAIS DAS IMAGENS	STF
PASSAGEM DO REPÓRTER	Em frente ao STF, Brasília.
DURAÇÃO	02:16
REPÓRTER	Aline Campelo
LOCALIDADE	Brasília/DF
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 6	
PAUTA	Posicionamento da Academia Brasileira de Letras sobre o uso da linguagem neutra
EDITORIA	Educação
CABEÇA	E o presidente da Academia Brasileira de Letras, Merval Pereira, se posicionou contrário a adoção oficial da linguagem neutra no país durante a reunião do Conselho Nacional de Educação, o tema vem sendo amplamente discutido por se tratar de um fenômeno que impacta a norma culta da língua oficial brasileira.
VALOR-NOTÍCIA	Polêmica
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Francisco Garcia (esp. em políticas públicas para a primeira infância); Luciana Freitas (Neuropsicóloga).
LOCAIS DAS IMAGENS	Escola, biblioteca
PASSAGEM DO REPÓRTER	Biblioteca
DURAÇÃO	02:47
REPÓRTER	Liana Nunes
LOCALIDADE	Brasília/DF
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 7	
PAUTA	Impacto da estiagem prolongada na região do Amazonas
EDITORIA	Clima
CABEÇA	A estiagem prolongada na região do Amazonas causa os menores índices da história de baixa nos rios, a situação também impacta o turismo e interrompe atividades de pousadas ribeirinhas.

VALOR-NOTÍCIA	Impacto
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Adriana de Siqueira (gestora da Pousada Vista do Rio Negro); Sebastião Brito (líder na Comunidade Saracá/AM); Valcléia Solidade (superintendente de Desenvolvimento Sustentável).
LOCAIS DAS IMAGENS	Seca no Rio Negro, pousadas, Comunidade São Sebastião do Saracá-AM
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	01:35
REPÓRTER	Rodrigo Fernandes
LOCALIDADE	Amazonas
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 8	
PAUTA	Previsão do tempo
EDITORIA	Clima
CABEÇA	A quarta-feira deve ser de instabilidades pelo Brasil. vamos saber então dos detalhes com Mauricéia Silva na previsão do tempo.
VALOR-NOTÍCIA	Proximidade
GÊNERO	Interpretativo
FORMATO	Informe gráfico
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Estúdio de Cachoeira Paulista
PASSAGEM DO REPÓRTER	Estúdio
DURAÇÃO	01:09
REPÓRTER	Mauriceia Silva
LOCALIDADE	Cachoeira Paulista/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 9	
PAUTA	Estudantes aprendem sobre reciclagem
EDITORIA	Meio Ambiente
CABEÇA	Na exortação apostólica Laudato Si, o Papa Francisco chama a atenção para a cultura do descarte que gera milhões de toneladas de resíduos, que poderiam ser reciclados. Em Belo Horizonte estudantes aprendem na prática a importância desse cuidado com o meio ambiente.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Karine Lima (coordenadora do programa fiscalizar e educar); Adréa Assis (pedagoga); Mirian Blach (cooperada); Lara Alves

	Rodrigues (estudante - 10 anos); Sophia Neves Elias (estudante - 9 anos)
LOCAIS DAS IMAGENS	Cooperativa de material reciclável em Belo Horizonte
PASSAGEM DO REPÓRTER	Cooperativa
DURAÇÃO	02:28
REPÓRTER	Monizy Amorim
LOCALIDADE	Belo Horizonte/MG
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação para a transformação social
NOTÍCIA 10	
PAUTA	Projetos Sustentáveis da Canção Nova
EDITORIA	Institucional
CABEÇA	A canção nova desenvolve projetos sustentáveis que contribuem tanto para a preservação do meio ambiente quanto para a providência de recursos destinados aos membros da comunidade e aos colaboradores.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Ademar Ramos (missionário da Comunidade Canção Nova); Maurício Cataldo (missionário da Comunidade Canção Nova); Daniel Rodrigues da Silva (lavrador); Jean Marcel Capuzzi (microempreendedor individual)
LOCAIS DAS IMAGENS	Horta Orgânica, Chácara de Santa Cruz
PASSAGEM DO REPÓRTER	Horta
DURAÇÃO	02:09
REPÓRTER	Matheus Alves
LOCALIDADE	Cachoeira Paulista/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação para a transformação social
NOTÍCIA 11	
PAUTA	Dia da Sergipanidade
EDITORIA	Cultura
CABEÇA	Os sergipanos comemoram hoje o dia da Sergipanidade. O menor estado do Brasil possui belezas peculiares, gente acolhedora e um dos maiores cânions navegáveis do mundo.
VALOR-NOTÍCIA	Proximidade
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Luiz Cruz (professor e historiador); Maria Nelma dos Santos (empresária); Gilson de Souza (músico); Luis Americo Andrade (comerciante).

LOCAIS DAS IMAGENS	Imagens características do estado de Sergipe, São Cristóvão, Mercado Municipal, Ponte Construtor João Alves.
PASSAGEM DO REPÓRTER	Palácio Museu Olímpio Campos
DURAÇÃO	02:11
REPÓRTER	Silas Santos
LOCALIDADE	Aracaju/SE
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 12	
PAUTA	Casa do Bom Samaritano completa 21 anos
EDITORIA	Institucional
CABEÇA	A Casa do Bom Samaritano, uma das obras assistenciais da rede de Desenvolvimento Social da Canção Nova, está completando 21 anos de fundação. Hoje pela manhã, a data foi festejada com a celebração da Santa Missa.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Otacílio Martins (missionário da Canção Nova); Valdir Paschoal (auxiliar gráfico)
LOCAIS DAS IMAGENS	Casa do Bom Samaritano
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	00:58
REPÓRTER	Wallace Andrade
LOCALIDADE	Cachoeira Paulista/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação para a transformação Social
NOTÍCIA 13	
PAUTA	Campanha de Doação
EDITORIA	Institucional
CABEÇA	Reinaldo César: Uma experiência de Fé com o evangelho anunciado pela Canção Nova pode ajudar na transformação de sua vida e na de sua família. Esse espaço de convivência entre pessoas de todo o Brasil renova a esperança, propondo o desafio de mergulhar na Sagrada Escritura, nas orações, pregações e na adoração ao Santíssimo. Uma viagem na espiritualidade cristã para atravessar os desertos da vida. Elaine Santos: Olha, estamos com 73% na campanha de outubro, que só tem mais cinco dias úteis para terminar. Sua doação é bem-vinda e pode ajudar esta obra os alcançar 100%. Doe com a chave pix.doacao@cancaoonova.com. Nossa gratidão por seu comprometimento.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Opinativo
FORMATO	Comentário

FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Estúdio
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	00:47
REPÓRTER	Apresentadores no estúdio
LOCALIDADE	Cachoeira Paulista/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação como prática de construção da imagem organizacional
NOTÍCIA 14	
PAUTA	Dia de jejum e oração pela paz
EDITORIA	Religião/Internacional
CABEÇA	E, antes de encerrar a edição de hoje, nós vamos reforçar um convite do papa Francisco a toda a igreja. O Pontífice convoca os cristãos a prepararem momentos de jejum e oração que envolvam todo o povo e a suplicar a paz.
VALOR-NOTÍCIA	Proeminência
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Boletim
FONTES	Papa Francisco; Padre Wagner Ferreira (presidente da Canção Nova)
LOCAIS DAS IMAGENS	Vaticano, Canção Nova
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	01:38
REPÓRTER	Wallace Andrade
LOCALIDADE	Roma
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação para a transformação social
NOTÍCIA 15	
PAUTA	Violinista brasileiro toca em hotel em Israel durante guerra para acalmar as pessoas
EDITORIA	Internacional
CABEÇA	A gente ainda tem mais uma reportagem antes de encerrar. A música é chamada a infundir esperança no coração humano tão marcado e, por vezes, ferido pela condição terrena, palavras proferidas pelo então Papa Bento XVI em 2008. Quase 15 anos depois, ela merece ser lembrada por causa do gesto de um brasileiro que estava em viagem a Israel.
VALOR-NOTÍCIA	Conflito
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Nota coberta
FONTES	Alessandro Borgomanero (violinista)
LOCAIS DAS IMAGENS	Arquivo pessoal da fonte: Hotel em Israel, Aeroporto de Recife.

PASSAGEM DO REPÓRTER	Não tem
DURAÇÃO	01:41
REPÓRTER	Monizy Amorim
LOCALIDADE	Israel
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica

CANÇÃO NOVA NOTÍCIAS DATA: 25/10/2023	
MANCHETES DA ESCALADA	1- Papa renova apelo de Oração pela paz na terra santa. 2- Na ONU, Conselho de Segurança rejeita resoluções de russos e americanos. 3- Mosteiro de Belo Horizonte se prepara para atender pedido do Santo Padre. 4- Sinodo dos Bispos divulga carta ao povo de Deus. 5- Congregação das Irmãs Scalabrinianas completa 128 anos de fundação. 6- Governo pretende alterar a proposta do novo ensino médio. 7- Sancionada lei para compensar Estado e Municípios por perdas de arrecadação do ICMS. 8- Dia de São Frei Galvão: Fieis lotam Santuário na terra natal do primeiro Santo brasileiro.
APRESENTAÇÃO	Reinaldo César e Elaine Santos Co-apresentadores: Sidinei Fernandes (São Paulo) Ronaldo da Silva (Brasília)
Link	https://www.youtube.com/watch?v=Tqi22ObChTU
NOTÍCIA 1	
PAUTA	Papa Francisco renova apelo de oração e jejum pela Terra Santa
EDITORIA	Religião/Internacional
CABEÇA	Na catequese desta quarta-feira o Papa Francisco renovou seu apelo de orações e jejum diante da grave situação na Terra Santa. O Santo Padre prosseguiu com o ciclo de reflexões sobre o zelo apostólico e, desta vez, apresentou o exemplo dos Santos Cirilo e Metódio, Apóstolos dos eslavos.
VALOR-NOTÍCIA	Proeminência
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Boletim
FONTES	Papa Francisco
LOCAIS DAS IMAGENS	Roma
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	01:09
REPÓRTER	Luciane Marins

LOCALIDADE	Roma
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação como prática de construção da imagem organizacional
NOTÍCIA 2	
PAUTA	Dia de Jejum, oração e penitência
EDITORIA	Religião/Internacional
CABEÇA	Em muitos mosteiros pelo mundo, rezar pelas intenções da Igreja e do Papa faz parte da missão daqueles que assumiram a vida consagrada. Nesta sexta-feira, 27 de outubro, o dia de jejum, orações e penitência vai atender ao pedido do Papa Francisco pela paz na Terra Santa e no restante do mundo.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Irmã Maria Caroline de Jesus Crucificado (Madre Mosteiro Santa Clara); Padre Samuel Fidelis (pró-reitor do Santuário Basílica N. S. da Piedade)
LOCAIS DAS IMAGENS	Mosteiro, Igreja
PASSAGEM DO REPÓRTER	Dentro de uma Igreja
DURAÇÃO	2:29
REPÓRTER	Monizy Amorim
LOCALIDADE	Belo Horizonte/MG
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação para a transformação social
NOTÍCIA 3	
PAUTA	Sínodo: Carta ao Povo de Deus
EDITORIA	Religião/Internacional
CABEÇA	A Assembleia Sinodal em Roma divulgou hoje a carta o povo de Deus. No texto os bispos ressaltam a experiência vivida com comunhão e sustentada pela oração de católicos do mundo todo.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Sheila Leocádia (representante da África); Paulo Rufini (prefeito do Depto. para a Comunicação da Santa Sé; Card. Dieudonné Nzapalainga (Arcebispo de Bangui, Rep. Centro-Africana); Dom Timothy Broglio (Arcebispo do Ordinariato Militar dos Estados Unidos).
LOCAIS DAS IMAGENS	Sala da coletiva de imprensa da Santa Sé
PASSAGEM DO REPÓRTER	Sala da coletiva de imprensa da Santa Sé
DURAÇÃO	02:00
REPÓRTER	Danúbia Gleiser
LOCALIDADE	Roma

TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação como prática de Construção da Imagem Organizacional
NOTÍCIA 4	
PAUTA	Imposto de renda
EDITORIA	Economia
CABEÇA	Nessa época do ano, muita gente nem lembra mais do Imposto de Renda. O prazo de entrega da declaração foi no fim de maio mas, atenção, contribuinte, é preciso checar se não há pendência com a Receita Federal. Entenda porque na reportagem.
VALOR-NOTÍCIA	Impacto
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Adelino Filho (empreiteiro de obras); Murilo Cerqueira Xavier (auditor fiscal da Receita Federal MG); Nayara Sabino (contadora)
LOCAIS DAS IMAGENS	Praça, Receita Federal, escritório
PASSAGEM DO REPÓRTER	Praça
DURAÇÃO	2:14
REPÓRTER	Monizy Amorim
LOCALIDADE	Belo Horizonte/MG
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 5	
PAUTA	Sancionada lei para compensar estados e municípios por perdas do ICMS
EDITORIA	Política
CABEÇA	Cabeça 1 (estúdio Cachoeira Paulista): Sancionada a lei aprovada no congresso nacional para compensar estados e municípios por perdas de arrecadação do ICMS. Vamos chamar, então, Ronaldo Da Silva, em Brasília, que tem mais detalhes. Boa noite, Ronaldo Cabeça 2 (estúdio Brasília): Para você também, Reinaldo, muito boa noite e boa noite a toda nossa audiência da Canção Nova. Em 2022, o Governo determinou a redução da cobrança do imposto como forma de baratear o preço dos combustíveis. Os chefes dos executivos locais entraram com uma ação no Supremo Tribunal Federal para reverter a mudança.
VALOR-NOTÍCIA	Governo
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Luiz Inácio Lula da Silva (Presidente da República); Alexandre Padilha (Secretaria de Relações Internacionais); Paulo Ziulkoski (presidente da CNM).
LOCAIS DAS IMAGENS	Palácio do Planalto, Supremo Tribunal Federal,

PASSAGEM DO REPÓRTER	Fonte da Torre de TV - Brasília
DURAÇÃO	1:46
REPÓRTER	Francisco Coelho
LOCALIDADE	Brasília/DF
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 6	
PAUTA	Governo propõe reestruturação do Ensino Médio
EDITORIA	Educação
CABEÇA	O Governo entregou ao Congresso o Projeto de Lei que estabelece uma reestruturação na Política Nacional do Ensino Médio. A proposta foi elaborada a partir de uma consulta pública feita entre Março e Julho e também em diálogo com setores da Educação.
VALOR-NOTÍCIA	Governo
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Boletim
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Sala de aula, Congresso.
PASSAGEM DO REPÓRTER	Ministério da Educação
DURAÇÃO	00:51
REPÓRTER	Liana Nunes
LOCALIDADE	Brasília/DF
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 7	
PAUTA	2º Fórum Nacional das Comunidades Terapêuticas
EDITORIA	Saúde
CABEÇA	O 2º Fórum Nacional das Comunidades Terapêuticas, promovido pela frente parlamentar em defesa das Comunidades terapêuticas, lançou no senado o documentário “Além da Fumaça”, a produção audiovisual aborda a problemática do consumo da maconha no mundo.
VALOR-NOTÍCIA	Governo
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Adalberto Calmon Barbosa (dir. Rel. Institucionais da Fazenda da Esperança); Eduardo Girão (senador/CE); Eros Biondini (Deputado Federal/MG); Érika Vaze (Superintendente de Políticas sobre Drogas MG).
LOCAIS DAS IMAGENS	Congresso Nacional, rua.
PASSAGEM DO REPÓRTER	Congresso Nacional

DURAÇÃO	01:53
REPÓRTER	Aline Campelo
LOCALIDADE	Brasília/DF
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 8	
PAUTA	Danos do calor no aparelho urinário
EDITORIA	Saúde
CABEÇA	As altas temperaturas que atingem boa parte do Brasil podem comprometer o bom funcionamento do organismo, principalmente os rins. Alguns cuidados como a hidratação são indispensáveis para manter o bem-estar e saúde do aparelho urinário.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Renato Romão (contabilista); Lúcia da Graça (aposentada); Rodrigo Tonin (médico urologista); Boniak Clemente (Prof. de Educação Física).
LOCAIS DAS IMAGENS	Praia, consultório
PASSAGEM DO REPÓRTER	Praia
DURAÇÃO	02:04
REPÓRTER	Silas Santos
LOCALIDADE	Aracaju/SE
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 9	
PAUTA	Previsão do tempo
EDITORIA	Clima
CABEÇA	Vamos saber agora, então, como vai ficar o tempo amanhã em todo o Brasil. Mauricéia Silva, boa noite.
VALOR-NOTÍCIA	Proximidade
GÊNERO	Interpretativo
FORMATO	Informe gráfico
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Estúdio
PASSAGEM DO REPÓRTER	Estúdio
DURAÇÃO	01:26
REPÓRTER	Mauricéia Silva
LOCALIDADE	Cachoeira Paulista/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 10	
PAUTA	Crescimento dos casos de esporotricose no Brasil

EDITORIA	Saúde
CABEÇA	Cabeça 1 (estúdio Cachoeira Paulista): Agora, nós vamos para São Paulo conversar com Sidinei Fernandes que tem informações sobre a esporotricose, doença que atinge gatos e pode comprometer a saúde dos humanos. Boa noite, Sidinei. Cabeça 2 (estúdio São Paulo): Boa noite, Elaine, Reinaldo e boa noite a tanta gente que agora nos acompanha. Essa doença é uma espécie de micose transmitida por fungos, que se espalhou por vários estados. Além de gatos, a enfermidade infecta cachorros e humanos e, sem os devidos cuidados, pode trazer consequências graves.
VALOR-NOTÍCIA	Impacto
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Beatriz Mattes (médica veterinária); Sandra Gomes (infectologista).
LOCAIS DAS IMAGENS	ONG
PASSAGEM DO REPÓRTER	ONG
DURAÇÃO	02:09
REPÓRTER	Flávio Rogério
LOCALIDADE	São Paulo/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 11	
PAUTA	Congregação Scalabrinianas completam 128 anos
EDITORIA	Religião/Nacional
CABEÇA	Mudamos de assunto para falar da Congregação das Irmãs Scalabrinianas, que completa hoje 128 anos de fundação. Presentes em 27 países, incluindo o Brasil, as missionárias têm no DNA o cuidado com os migrantes e refugiados.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Ir. Leocádia Mezzomo (postuladora de Causa da Cononização de Assunta Marchetti); Ir. Celina Lessa Nazário (dir. Casa Madre Assunta).
LOCAIS DAS IMAGENS	Casa Madre Assunta, Igreja.
PASSAGEM DO REPÓRTER	Casa Madre Assunta
DURAÇÃO	02:28
REPÓRTER	Aline Imercio
LOCALIDADE	São Paulo/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação na perspectiva instrumental e de massa
NOTÍCIA 12	
PAUTA	Série sobre Assembleia Sinodal

EDITORIA	Religião/Internacional
CABEÇA	As reflexões feitas pelo Papa Francisco durante o Sínodo são assunto da segunda reportagem da série sobre a assembleia Episcopal o que acontece em Roma. Inspirado na Sagrada Escritura, o Santo Padre ressalta a missão de salvar o povo a partir da evangelização e da hospitalidade da Igreja.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Interpretativo
FORMATO	Reportagem em série
FONTES	Dom Cesar Teixeira (Bispo de São José dos Campos/SP); Pe. Edinei Evaldo Batista (Reitor do Seminário de Teologia)
LOCAIS DAS IMAGENS	Sala Paulo VI (Vaticano)
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	02:51
REPÓRTER	Emerson Tersigni
LOCALIDADE	São José dos Campos/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação como prática de construção da imagem organizacional
NOTÍCIA 13	
PAUTA	Campanha de Doação
EDITORIA	Institucional
CABEÇA	O Papa Bento XVI afirmou que o maior ato de caridade que se pode fazer por alguém é lhe dar Deus. Você, que contribui com a Canção Nova, faz exatamente isso, leva a Deus para inúmeras pessoas. Salvar almas, como sempre quis o fundador da Comunidade Canção Nova, Monsenhor Jonas Abib, é um ato de amor. Seja salva-vidas com a gente, vamos evangelizar juntos. Nosso projeto Dai-me almas, que faz a missão acontecer, depende da sua ajuda. Nós alcançamos os 76% neste mês. Você pode doar com a chave pix.doação@cancaonova.com. Obrigada por sua generosidade.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Opinativo
FORMATO	Comentário
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Estúdio
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	00:45
REPÓRTER	Apresentadores no estúdio
LOCALIDADE	Cachoeira Paulista/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação como prática de construção da imagem organizacional
NOTÍCIA 14	
PAUTA	Dia de São Frei Galvão

EDITORIA	Religião
CABEÇA	Hoje é dia de São Frei Galvão, filho de Guaratinguetá, no interior paulista. O primeiro Santo brasileiro foi homenageado no santuário por fiéis e peregrinos durante esta quarta-feira.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Karina Pereira Carneiro (devota de Guaratinguetá/SP); Frei Gabriel Dellandrea (Ordem dos Frades Menores); Dom Orlando Brandes (Arcebispo de Aparecida/SP); Frei Diego Atalino de Melo (OFM) (reitor do Santuário de Frei Galvão); Pedro Henrique dos Santos Lima (devoto de Guaratinguetá/SP); Beatriz Costa de Toledo (devota de Guaratinguetá/SP); Luciano Leite Garcia (devoto de Lorena/SP); Maria Sales Alves (devota de Salvador/BA); Neide Aparecida de Jesus Santos (devota de Guaratinguetá/SP).
LOCAIS DAS IMAGENS	Igreja
PASSAGEM DO REPÓRTER	Porta da Igreja
DURAÇÃO	03:06
REPÓRTER	Matheus Alves
LOCALIDADE	Guaratinguetá/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação na perspectiva instrumental e de massa

CANÇÃO NOVA NOTÍCIAS DATA: 26/10/2023	
MANCHETES DA ESCALADA	1- Israel entra em casa por terra e alega ter destruído bases do Hamas. 2- Cristãos se preparam para o dia de oração pela paz do mundo. 3- Em Roma, participantes do Sínodo dos Bispos votam Carta ao povo de Deus. 4- Senado desonera até 2027 folha salarial para setores da economia que mais empregam no país. 5- Escolas de São Paulo ganham reforço na segurança. 6- Pessoas aposentadas com câncer estão isentas de cobrança de Imposto de Renda. 7- Contagem regressiva para o Canção Nova Abraça Minas. 8- Homenagem a Monsenhor Jonas Abib 9- Inscrições para a primeira volta da Faculdade Canção Nova estão terminando.
APRESENTAÇÃO	Reinaldo César e Elaine Santos Co-apresentadores: Sidinei Fernandes (São Paulo) Ronaldo da Silva (Brasília)
Link	https://www.youtube.com/watch?v=Gg62sPYYhnl

NOTÍCIA 1	
PAUTA	Atualização sobre o Sínodo dos Bispos
EDITORIA	Religião/Internacional
CABEÇA	Realizada hoje, durante o Sínodo dos Bispos, em Roma, a votação da Carta ao povo de Deus, foram 336 votos a favor do texto. A pluralidade do evento foi destaque no encontro com jornalistas.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Paulo Rufini (prefeito do Depto. para a Comunicação da Santa Sé); Dom Iosif (Metropolita Ortodoxo Romeno da Europa Ocidental e Meridional).
LOCAIS DAS IMAGENS	Sala da coletiva de imprensa da Santa Sé, Sala Paulo VI.
PASSAGEM DO REPÓRTER	Sala da coletiva de imprensa da Santa Sé.
DURAÇÃO	2:19
REPÓRTER	Danúbia Gleiser
LOCALIDADE	Roma
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação como prática de Construção da Imagem Organizacional
NOTÍCIA 2	
PAUTA	Exposição denuncia atrocidades da guerra
EDITORIA	Internacional
CABEÇA	O exército de Israel entrou em Gaza e alegou ter destruído bases do Hamas. Mesmo com os bombardeios, o trabalho de resgate continua. Em Tel Aviv, uma exposição denuncia as atrocidades da Guerra, enquanto o Mundo Cristão se une em oração e jejum pela paz.
VALOR-NOTÍCIA	Conflito
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Roni Kahn (militar americana residente em Israel); António Guterres (Secretário-geral da ONU); Papa Francisco; Pierbattista Pizzaballa (patriarca Latino de Jerusalém).
LOCAIS DAS IMAGENS	Israel
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	2:02
REPÓRTER	Adilson Sabará
LOCALIDADE	Israel
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação para a transformação social
NOTÍCIA 3	
PAUTA	Dia de oração para a paz no mundo

EDITORIA	Religião/Internacional
CABEÇA	Cabeça 1 (Cachoeira Paulista): Acolhendo o pedido do Papa Francisco, os cristãos se preparam para vivenciarem nesta sexta-feira um dia especial de oração voltado para a paz no mundo. De São Paulo, Sidinei Fernandes traz as informações pra gente. Boa noite, Sidinei. Cabeça 2 (São Paulo): Boa noite, Elaine, Reinaldo e a você que sintoniza a Canção Nova. Amanhã será um dia de oração, jejum e penitência pela paz e reconciliação no mundo, principalmente na região da Terra Santa, que sofre por causa dos conflitos. O convite, feito pelo Papa Francisco, se estende a todas as igrejas particulares.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Boletim
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Israel
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	1:47
REPÓRTER	Sidinei Fernandes
LOCALIDADE	Israel
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação para a transformação social
NOTÍCIA 4	
PAUTA	Projeto de Lei para instituição do Dia Nacional do Rosário
EDITORIA	Política
CABEÇA	Cabeça 1 (Cachoeira Paulista): A Câmara dos Deputados aprovou um Projeto de Lei que institui o Dia Nacional do Rosário da Virgem Maria. Vamos chamar, então, Ronaldo Da Silva, em Brasília, que tem os detalhes pra gente. Ronaldo, boa noite. Cabeça 2 (Brasília):Olá, Reinaldo, boa noite também para você, boa noite para todos aqueles que agora assistem aqui a Canção Nova. E essa é uma boa notícia, a data prevista para comemoração é o dia 7 de outubro, quando também é celebrada a festa de Nossa Senhora do Rosário. O texto foi aprovado por unanimidade na Câmara e agora segue para o Senado.
VALOR-NOTÍCIA	Governo
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Simone Marquette (Deputada Federal/SP); Luiz Gastão (Deputado Federal/CE)
LOCAIS DAS IMAGENS	Câmara Federal

PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	1:29
REPÓRTER	Francisco Coelho
LOCALIDADE	Brasília/DF
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 5	
PAUTA	Segurança nas escolas de São Paulo
EDITORIA	Educação
CABEÇA	Cabeça 1 (Cachoeira Paulista): Nós estamos de volta, vamos direto para São Paulo porque lá as unidades de ensino ganharam reforço na segurança, não é isso, Sidinei? Cabeça 2 (São Paulo): Sim, a medida foi tomada pelo governo Paulista em razão dos recentes ataques às escolas. 700 agentes privados já estão trabalhando em algumas unidades escolares. O repórter Flávio Rogério tem mais informações.
VALOR-NOTÍCIA	Tragédia/drama
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Boletim
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Fachada de escola e sala de aula.
PASSAGEM DO REPÓRTER	Corredor de uma escola
DURAÇÃO	01:03
REPÓRTER	Flávio Rogério
LOCALIDADE	Santo André/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 6	
PAUTA	Isenção de Imposto de Renda para pessoas com câncer
EDITORIA	Saúde
CABEÇA	Mudamos de assunto para falar de saúde e bem-estar. Você sabia que pessoas aposentadas afetadas pelo câncer têm direito à isenção do Imposto de Renda? Pois é, o não pagamento de tributos está previsto em lei desde 1988. Vamos ver a reportagem.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Fernanda Aguiar (advogada); José Carlos Fernandes (supervisor nacional do Imposto de renda); Luiz Almeida (advogado previdenciário)
LOCAIS DAS IMAGENS	Receita Federal, ONG Mamas do Amor
PASSAGEM DO REPÓRTER	ONG Mamas do Amor

DURAÇÃO	02:36
REPÓRTER	Aline Imercio
LOCALIDADE	São Paulo/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 7	
PAUTA	Previsão do tempo
EDITORIA	Clima
CABEÇA	Vamos saber agora, então, a previsão do tempo para essa sexta-feira com Mauricéia Silva.
VALOR-NOTÍCIA	Proximidade
GÊNERO	Interpretativo
FORMATO	Informe gráfico
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	No estúdio
PASSAGEM DO REPÓRTER	Estúdio
DURAÇÃO	01:15
REPÓRTER	Mauriceia Silva
LOCALIDADE	Cachoeira Paulista/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 8	
PAUTA	Criação de kit que converte carro a combustão em elétrico
EDITORIA	Tecnologia
CABEÇA	Um kit de baixo custo que converte o carro a combustão em carro elétrico. A inovação tecnológica foi desenvolvida pela turma de um curso técnico em mecânica automotiva em Aracaju.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Dagoberto Albuquerque (instrutor de mecânica automotiva); Márcio de Jesus Santos (técnico em mecânica de automóveis); Mateus Góes (técnico em mecânica automotiva);
LOCAIS DAS IMAGENS	Oficina do Senai Sergipe
PASSAGEM DO REPÓRTER	Oficina do Senai Sergipe
DURAÇÃO	02:12
REPÓRTER	Silas Santos
LOCALIDADE	Aracaju/SE
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 9	
PAUTA	Alunos do Instituto Canção Nova conquistaram medalha na 17ª Mostra Brasileira de foguetes
EDITORIA	Institucional

CABEÇA	Com estratégias e espírito de equipe, os alunos do sétimo e oitavo ano do Instituto Canção Nova, em Cachoeira Paulista, conquistaram a medalha de prata na competição da 17ª Mostra Brasileira de Foguetes. A competição ocorreu em Barra do Piraí, no Rio de Janeiro. Os estudantes estavam em treinamento desde o mês de maio, sendo orientados pelo professor Felipe Nascimento. O evento faz parte da chamada Jornada de Foguetes, que o Instituto já havia participado no mês de agosto. Agora, a próxima competição acontecerá apenas no ano que vem.
VALOR-NOTÍCIA	Entretenimento/curiosidade
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Nota coberta
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Premiação
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	00:34
REPÓRTER	Reinaldo César
LOCALIDADE	Cachoeira Paulista/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação na perspectiva instrumental e de massa
NOTÍCIA 10	
PAUTA	Senado aprova prorrogação da desoneração de folha salarial
EDITORIA	Política
CABEÇA	Cabeça 1 (Cachoeira Paulista): O Senado aprovou a prorrogação da desoneração da folha salarial para setores da economia que mais empregam no país. Ronaldo, é contigo. Cabeça 2 (Brasília): É verdade e agora segue para sansão presidencial. Ao todo, são 17 setores que movimentam a economia e serão beneficiados com essa desoneração. Acompanhe os detalhes na matéria de Liana Nunes.
VALOR-NOTÍCIA	Governo
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Paulo Siqueira (advogado tributário); Senador Angelo Coronel (relator); Senador Rodrigo Pacheco (presidente do Senado)
LOCAIS DAS IMAGENS	Shopping, loja, construção, ônibus, Congresso Nacional.
PASSAGEM DO REPÓRTER	Em frente ao Palácio do Planalto
DURAÇÃO	02:05
REPÓRTER	Liana Nunes
LOCALIDADE	Brasília/DF
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 11	

PAUTA	Senado aprova proposta que reformula sistema de cotas
EDITORIA	Educação
CABEÇA	E os senadores aprovaram também a proposta que reformula e amplia o sistema de cotas no ensino federal. Entre outras mudanças, os candidatos cotistas passarão a concorrer também nas vagas gerais e apenas se não conseguirem nota para ingresso, concorreram às vagas reservadas.
VALOR-NOTÍCIA	Governo
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Humberto Borges Gonçalves (coord. ações afirmativas da UFJ); Kelly Quirino (professora e pesquisadora de Relações Raciais); Paulo Paim (senador/RS)
LOCAIS DAS IMAGENS	Universidade, Ministério da Educação, Congresso Nacional.
PASSAGEM DO REPÓRTER	Em frente ao Congresso
DURAÇÃO	01:58
REPÓRTER	Aline Campelo
LOCALIDADE	Brasília/DF
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 12	
PAUTA	Chamada para o programa Além da Notícia
EDITORIA	Institucional
CABEÇA	A Igreja Católica tem um olhar e um cuidado particular voltado para o matrimônio. O programa Além da notícia da noite de hoje vai falar sobre esse cuidado, o cuidado da Igreja com o Sacramento do Matrimônio e receberá a honrosa presença de Dom Fernando Guimarães, presidente do Tribunal Eclesiástico da Arquidiocese de Brasília e um dos peritos das questões matrimoniais. O programa começa às 10 horas da noite, aqui na TV Canção Nova, e eu espero por você.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/cultura
GÊNERO	Opinativo
FORMATO	Comentário
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Estúdio de Brasília
PASSAGEM DO REPÓRTER	Estúdio de Brasília
DURAÇÃO	00:29
REPÓRTER	Reinaldo da Silva
LOCALIDADE	Brasília
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação como prática de construção da imagem organizacional
NOTÍCIA 13	
PAUTA	Série sobre Assembleia Sinodal
EDITORIA	Religião/Internacional

CABEÇA	A série especial do Sínodo prossegue, desta vez, refletindo uma das colocações mais relevantes do Papa Francisco, o discurso para os presentes na Assembleia no Vaticano.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Interpretativo
FORMATO	Reportagem em série
FONTES	Padre Thales Maciel (Diocese de Lorena/SP); Padre Marcial Maçaneiro (teólogo Depto. para a Unidade dos Cristãos - Vaticano); Papa Francisco.
LOCAIS DAS IMAGENS	Igrejas, Sala Paulo VI (Vaticano) e Praça de São Pedro
PASSAGEM DO REPÓRTER	Dentro de uma igreja
DURAÇÃO	02:31
REPÓRTER	Emerson Tersigni
LOCALIDADE	São José dos Campos/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação como prática de construção da imagem organizacional
NOTÍCIA 14	
PAUTA	Contagem regressiva para o Canção Nova Abraça Minas
EDITORIA	Institucional
CABEÇA	Um dia para a Canção Nova dar um afetuoso abraço no povo Mineiro. A comunidade já está em contagem regressiva para a segunda edição do Canção Nova Abraça Minas, que acontecerá no mês que vem.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Daniely Thaís (responsável pelo evento); Alexon Souza (responsável pela Missão Canção Nova BH)
LOCAIS DAS IMAGENS	Evento do ano anterior, Canção Nova BH
PASSAGEM DO REPÓRTER	Canção Nova BH
DURAÇÃO	02:33
REPÓRTER	Monizy Amorim
LOCALIDADE	Belo Horizonte/MG
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação como prática de construção da imagem organizacional
NOTÍCIA 15	
PAUTA	Campanha de doação
EDITORIA	Institucional
CABEÇA	A pregação de Monsenhor Jonas Abib e de tantos missionários é canal de transformação para a vida de muita gente, marca na história de quem semeou e viu a obra florescer e dar frutos de esperança e vida. Tudo isso graças a você sócio e benfeitor. Nós estamos com 80% de nossa meta da campanha do projeto Dai-me almas de outubro, que só tem mais três dias úteis para

	terminar. E quem faz a diferença na evangelização é você. Doe pelo pix com a chave pix.doacao@cancaonova.com . Obrigada por sua fidelidade.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Opinativo
FORMATO	Comentário
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Estúdio
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	00:40
REPÓRTER	Elaine Santos
LOCALIDADE	Cachoeira Paulista/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação como prática de construção da imagem organizacional
NOTÍCIA 16	
PAUTA	Corrida da Faculdade Canção Nova
EDITORIA	Institucional
CABEÇA	Termina na próxima segunda-feira, o período de inscrições para a primeira volta da Faculdade Canção Nova, que ocorrerá no mês de dezembro em Cachoeira Paulista, interior de São Paulo. Os corredores já se preparam para o evento.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Rafael Caetano Diniz (empreendedor); Vera Lucia Fonseca (aposentada); Ivana Malerba (empreendedora); Johannes Araújo (profissional de Educação Física); Marcílio Farias da Silva (professor doutor Faculdade Canção Nova); Wilson Martins da Silva (vice-diretor da Faculdade Canção Nova)
LOCAIS DAS IMAGENS	Grupo treinando na rua, Canção Nova, Faculdade Canção Nova.
PASSAGEM DO REPÓRTER	Rua
DURAÇÃO	02:28
REPÓRTER	Matheus Alves
LOCALIDADE	Lorena/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação para a transformação social

CANÇÃO NOVA NOTÍCIAS DATA: 27/10/2023	
MANCHETES DA ESCALADA	1- Papa Francisco preside no Vaticano a oração pela paz e clama ao mundo que repudie a loucura da guerra que semeia a morte.

	3- Dia de oração pela paz é realizado pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil. 4- Paróquias de São Paulo se mobilizam pelo dia de oração pela paz mundial. 5- Assembleia do Sínodo publica amanhã o documento síntese do encontro dos bispos. 6-Turismo segue em alta com índices superiores aos registrados antes da pandemia. 7- Aprovado pela câmara, em Brasília, Projeto de lei que prevê a taxaçoão sobre investimentos no exterior; 8- Igreja recorda amanhã São Judas Tadeu; 9- Missa abre hoje na Canção Nova o Acampamento A libertação da mente ansiosa.
APRESENTAÇÃO	Reinaldo César e Elaine Santos Co-apresentadores: Sidinei Fernandes (São Paulo) Ronaldo da Silva (Brasília)
Link	https://www.youtube.com/watch?v=IS_K0NZHRog
NOTÍCIA 1	
PAUTA	Apelo do papa no dia de jejum e oração pela paz
EDITORIA	Religião/Internacional
CABEÇA	Quem estava na Basílica São Pedro hoje, dia de jejum e oração pela paz, ouviu o apelo do Papa: que o mundo repudie a loucura da Guerra, pois ela semeia a morte e apaga o futuro. O Santo Padre meditou o Santo Rosário e conduziu a adoração Eucarística para implorar a paz no mundo.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Boletim
FONTES	Papa Francisco
LOCAIS DAS IMAGENS	Basílica São Pedro
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	01:35
REPÓRTER	Adilson Sabará
LOCALIDADE	Roma
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação para a transformação social
NOTÍCIA 2	
PAUTA	Via Sacra em Jerusalém
EDITORIA	Religião/Internacional
CABEÇA	A Custódia da Terra Santa, em comunhão com o Papa Francisco, realizou a Via Sacra em Jerusalém rezando pela paz.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Nota coberta
FONTES	Pe. Francesco Patton (Custódio da Terra Santa);

LOCAIS DAS IMAGENS	Edícula do Santo Sepulcro, Jerusalém
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	01:10
REPÓRTER	Lurdinha Nunes
LOCALIDADE	Jerusalém
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação para a transformação social
NOTÍCIA 3	
PAUTA	Dia de Oração pela paz no Brasil
EDITORIA	Religião/Nacional
CABEÇA	Cabeça 1 (Cachoeira Paulista): Vamos saber, então, como foi o dia de oração pela paz aqui no Brasil. Sidinei Fernandes traz as informações para gente da maior cidade do país. Boa noite para você, Sidinei. Cabeça 2 (São Paulo): Dioceses da Grande São Paulo responderam ao pedido do Papa Francisco e rezaram pela paz. Boa noite, Elaine, Reinaldo e a você que nos assiste. Na Arquidiocese de São Paulo, a sexta-feira foi marcada por momentos de oração e adoração ao Santíssimo Sacramento na intenção da paz mundial.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Padre Reuberson Ferreira (pároco e reitor do Santuário N. Senhora do Sagrado Coração); Vilma Pereira (aposentada); Sueli Aparecida Estrelato Farias (Apostolado da Oração e Liturgia);
LOCAIS DAS IMAGENS	Igrejas
PASSAGEM DO REPÓRTER	Santuário Nossa Senhora do Sagrado Coração
DURAÇÃO	02:10
REPÓRTER	Aline Imercio
LOCALIDADE	São Paulo/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação para a transformação social
NOTÍCIA 4	
PAUTA	CNBB realiza Dia de Oração pela paz
EDITORIA	Religião/Nacional
CABEÇA	Cabeça 1 (Cachoeira Paulista): A CNBB também realizou um dia de oração pela paz. Nós vamos chamar Ronaldo Da Silva, em Brasília, que tem os detalhes. Ronaldo, boa noite. Cabeça 2 (Brasília): Olá, Reinaldo, para você também desejo uma boa noite, assim como para toda a nossa audiência.

	O momento contou com adoração ao Santíssimo Sacramento e, em seguida, o Secretário Geral da Conferência, Dom Ricardo Hoepers, presidiu a celebração pela paz. Participaram da manhã de oração, assessores, colaboradores da instituição e convidados. A iniciativa foi uma resposta ao pedido do Papa Francisco para que continuemos rezando pela paz.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Nota coberta
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	CNBB
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	00:19
REPÓRTER	Ronaldo da Silva
LOCALIDADE	Brasília/DF
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação para a transformação social
NOTÍCIA 5	
PAUTA	Alta no setor do Turismo
EDITORIA	Turismo
CABEÇA	O setor de turismo segue em alta no país, com índices superiores aos registrados antes da pandemia de covid-19. Os dados são do Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE) e mostram o maior fluxo no aluguel de veículos e nos restaurantes. As empresas aéreas também investem em alternativas para impulsionar o setor.
VALOR-NOTÍCIA	Entretenimento/Curiosidade
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Vinícius; Luiz Roberto Camara (consultor de Turismo)
LOCAIS DAS IMAGENS	Aeroporto, praia
PASSAGEM DO REPÓRTER	Aeroporto
DURAÇÃO	01:29
REPÓRTER	Francisco Coelho
LOCALIDADE	Brasília/DF
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 6	
PAUTA	Previsão do tempo
EDITORIA	Clima
CABEÇA	É hora da previsão do tempo com Mauriceia Silva. Como que será o fim de semana, hein? Conta pra gente, Mauri, boa noite.
VALOR-NOTÍCIA	Proximidade
GÊNERO	Interpretativo

FORMATO	Informe gráfico
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	No estúdio
PASSAGEM DO REPÓRTER	Estúdio
DURAÇÃO	01:05
REPÓRTER	Mauriceia Silva
LOCALIDADE	Cachoeira Paulista/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 7	
PAUTA	Série: Assembleia Sinodal
EDITORIA	Religião/Internacional
CABEÇA	Não há
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Interpretativo
FORMATO	Reportagem em série
FONTES	Padre Thales Maciel (Diocese de Lorena/SP); Padre Marcial Maçaneiro (teólogo Depto. para a Unidade dos Cristãos - Vaticano); Papa Francisco.
LOCAIS DAS IMAGENS	Igrejas, Sala Paulo VI (Vaticano) e Praça de São Pedro
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	02:34
REPÓRTER	Emerson Tersigni
LOCALIDADE	São José dos Campos/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação como prática de construção da imagem organizacional
NOTÍCIA 8	
PAUTA	Ao Vivo sobre a Assembleia Sinodal
EDITORIA	Religião/Internacional
CABEÇA	E a gente continua falando sobre a Assembleia Sinodal, que será encerrada neste domingo. Hoje, os bispos trabalharam o texto do documento síntese do encontro, que será publicado amanhã. Vamos a Roma chamar a nossa repórter Danúbia Gleisser, que traz outras informações.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Entrevista
FONTES	Silvonei José (Rádio Vaticano)
LOCAIS DAS IMAGENS	Praça de São Pedro
PASSAGEM DO REPÓRTER	Praça de São Pedro
DURAÇÃO	02:52
REPÓRTER	Danúbia Gleisser

LOCALIDADE	Roma
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação como prática de construção da imagem organizacional
NOTÍCIA 9	
PAUTA	Câmara aprova Projeto de Lei que prevê taxaço dos super ricos
EDITORIA	Política
CABEÇA	Cabeça 1 (Cachoeira Paulista): A Câmara dos deputados aprovou o Projeto de Lei que prevê a taxaço dos super ricos que investem no exterior. Ronaldo da Silva tá de volta para falar desse assunto para a gente Ronaldo. Cabeça 2 (Brasília): É sim, e o texto agora tramita em regime de urgência constitucional. O documento estava trancando a pauta do Plenário da Câmara desde 14 de outubro, com isso, nenhum outro Projeto de Lei poderia ser votado até que a proposta em urgência fosse analisada pelo plenário. O texto agora segue para o Senado.
VALOR-NOTÍCIA	Governo
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Maria Ferreira (advogada tributarista); Paloma de Lavor Lopes (economista); Pedro Paulo (deputador federal RJ)
LOCAIS DAS IMAGENS	Plenário da Câmara dos Deputados
PASSAGEM DO REPÓRTER	Plenário da Câmara dos Deputados
DURAÇÃO	02:13
REPÓRTER	Aline Campelo
LOCALIDADE	Brasília/DF
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 10	
PAUTA	PEC da Reforma tributária sofre alterações no Senado
EDITORIA	Política
CABEÇA	E, depois de passar de forma apressada na Câmara, a reforma tributária sofreu alterações importantes no senado. O relator decidiu moldar o texto a partir de reclamações de setores da sociedade. Com as mudanças, a proposta de emenda à constituição vai voltar para análise dos deputados. A PEC deve ser votada na comissão de constituição e justiça do Senado em sete de novembro.
VALOR-NOTÍCIA	Governo
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Eduardo Braga (Senador AM); Rodrigo Simões (economista); Luis Claudio Yukio Vaturi (advogado tributarista);
LOCAIS DAS IMAGENS	Entrevista coletiva, supermercado, Plenário do Senado,

PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	03:02
REPÓRTER	Francisco Coelho
LOCALIDADE	Brasília/DF
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 11	
PAUTA	Encontro Mundial de Jovens ocorre em São Paulo
EDITORIA	Religião/Nacional
CABEÇA	Cabeça 1 (Cachoeira Paulista): Canção Nova notícias volta com Sidinei Fernandes, que traz informações do encontro mundial de jovens que acontece na capital paulista, Sidinei. Cabeça 2 (Brasília): O Vaticano divulgou mensagem do Papa Francisco por ocasião do encerramento do sexto encontro mundial de jovens, organizado pela Fundação Pontifícia Scholas Occurrentes que aconteceu esta semana aqui em São Paulo.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Nota coberta
FONTES	Papa Francisco
LOCAIS DAS IMAGENS	Fotos do encontro, Roma
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	01:00
REPÓRTER	Sidinei Fernandes
LOCALIDADE	São Paulo/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação na perspectiva instrumental e de massa
NOTÍCIA 12	
PAUTA	Projeto de arte: Meu pequeno artista
EDITORIA	Cultura
CABEÇA	E agora, vamos falar de cultura e solidariedade. Na periferia de São Paulo, um jovem grafiteiro tem levado crianças para o universo da arte.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Dinas Miguel (artista); Adriana Fontanelli da Costa (professora); Debora Santana Mikaro (psicóloga e mãe da Ayumi); Ayumi Santana Mikaro (estudante)
LOCAIS DAS IMAGENS	Ateliê de pintura
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	02:03
REPÓRTER	Sidinei Fernandes e Malu Sousa

LOCALIDADE	São Paulo/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 13	
PAUTA	Quadro: CN Esportes / Futebol
EDITORIA	Esporte
CABEÇA	Reinaldo César: Vamos falar agora de esporte porque o Alan Toledo está por aqui. Seja bem-vindo, Alan, para falar um pouquinho de futebol. Tem decisão não tem? Alan Toledo: Tem decisão amanhã. Fortaleza e LDU se enfrentam no Uruguai pela final da Sul-Americana e o Fortaleza busca um feito inédito, que é vencer um campeonato internacional, e a gente vai conferir como foi a preparação do Fortaleza para essa partida.
VALOR-NOTÍCIA	Entretenimento/Curiosidade
GÊNERO	Diversional
FORMATO	Híbrido
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Treino do Fortaleza
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	00:25
REPÓRTER	Alan Toledo
LOCALIDADE	Fortaleza/CE
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 14	
PAUTA	Quadro: CN Esportes / Natação
EDITORIA	Esporte
CABEÇA	Reinaldo César: E agora tem outro destaque, não tem? Alan Toledo: Tem sim, Reinaldo. Quem já fez história é a equipe Brasileira de Natação que encerrou sua participação nos jogos pan-americanos e brilhou novamente. Foi um recorde aí de medalhas e a gente também preparou um VT dessa participação, vamos ver.
VALOR-NOTÍCIA	Entretenimento/Curiosidade
GÊNERO	Diversional
FORMATO	Híbrido
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Jogos Pan-Americanos
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	00:24
REPÓRTER	Alan Toledo
LOCALIDADE	Santiago/Chile

TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 15	
PAUTA	Quadro: CN Esportes / Corrida
EDITORIA	Esporte
CABEÇA	Reinaldo César: Pois é, agora a gente vai falar da corrida porque tem corrida para acontecer aqui em Cachoeira Paulista no interior de São Paulo, é isso mesmo? Alan Toledo: Exatamente, Reinaldo. Tem a corrida que vai acontecer aqui em Cachoeira e é uma homenagem ao Padre Jonas Abib e a gente também preparou um material para que os participantes e quem ainda não fez a sua inscrição possam participar deste momento com a gente.
VALOR-NOTÍCIA	Entretenimento/Curiosidade
GÊNERO	Diversional
FORMATO	Híbrido
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Treino em Lorena, site das inscrições
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	01:02
REPÓRTER	Alan Toledo
LOCALIDADE	Lorena/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Não se aplica
NOTÍCIA 16	
PAUTA	Festa de São Judas Tadeu
EDITORIA	Religião/Nacional
CABEÇA	Amanhã, 28 de outubro, a igreja celebra São Judas Tadeu. Você conhece a história do Santo das causas impossíveis? Nossa equipe em Belo Horizonte conta pra gente.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Pe. Mauro Reis Santos (vigário paroquial do Santuário São Judas Tadeu); Célia Regina (devota);
LOCAIS DAS IMAGENS	Santuário São Judas Tadeu
PASSAGEM DO REPÓRTER	Santuário São Judas Tadeu
DURAÇÃO	02:40
REPÓRTER	Monizy Amorim
LOCALIDADE	Belo Horizonte/MG
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação na perspectiva instrumental e de massa
NOTÍCIA 17	
PAUTA	Campanha de doação

EDITORIA	Institucional
CABEÇA	A obra Canção Nova é mantida por pessoas que acreditam na vida e semeiam a esperança. As doações de sócios, amigos, benfeitores mantêm este sistema de comunicação que evangeliza 24 horas por dia. Nós estamos com 83% de nossa meta da campanha de outubro, que só tem mais dois dias úteis para terminar. Conheça mais, acesse club.cancaonova.com , escolha melhor forma de ajudar ou doe pelo pix com a chave pix.doacao@cancaonova.com . obrigada por seu comprometimento com a obra evangelizadora Canção Nova.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Opinativo
FORMATO	Comentário
FONTES	Não há
LOCAIS DAS IMAGENS	Estúdio
PASSAGEM DO REPÓRTER	Não há
DURAÇÃO	00:39
REPÓRTER	Elaine Santos e Reinaldo César
LOCALIDADE	Cachoeira Paulista/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação como prática de construção da imagem organizacional
NOTÍCIA 18	
PAUTA	Acampamento “A libertação da mente ansiosa”
EDITORIA	Institucional
CABEÇA	Neste fim de semana a Comunidade Canção Nova realiza o acampamento “A libertação da mente ansiosa”. É uma oportunidade, pela fé, de encontrar meios para superar angústias, preocupações e dificuldades.
VALOR-NOTÍCIA	Conhecimento/Cultura
GÊNERO	Informativo
FORMATO	Reportagem
FONTES	Daniel Machado (psicólogo); Pe. Adriano Zandoná (Canção Nova)
LOCAIS DAS IMAGENS	Pessoas na rua, Chácara de Santa Cruz
PASSAGEM DO REPÓRTER	Santuário do Pai das Misericórdias
DURAÇÃO	01:39
REPÓRTER	Emerson Tersigni
LOCALIDADE	Cachoeira Paulista/SP
TENDÊNCIA COMUNICACIONAL	Comunicação para transformação social

Fonte: Elaborado pela autora

APÊNDICE D – ENTREVISTAS

Entrevista com: Núbia Freire - coordenadora de pautas do Canção Nova Notícias

Data: 23/10/2023

REGIANE SÁ: Quais são os critérios de noticiabilidade aplicados nas escolhas das notícias?

NÚBIA FREIRE: Então, o nosso critério sempre vai partir pela linha editorial do jornalismo Canção Nova. Na linha editorial do jornalismo Canção Nova precisam estar presentes duas realidades: a vida e a esperança, porque dissemos que estamos a serviço da vida e da esperança, então, todas as construções, as nossas pautas, a linguagem que vai ser usada nessa matéria, na produção desse conteúdo jornalístico que vai ser exposto, que vai ser exibido no telejornal, ele parte por esse princípio sempre.

Então, quando nós vamos fechar todos os dias, por exemplo, eu aqui fecho todos os dias as pautas das casas, aquilo que é factual, que vai ser produzido no dia, aquilo que vai ser produzido ao longo da semana, que são as pautas frias, sejam pautas personagens, seja pauta de prestação de serviço, as comunidades, prestação de serviço social, sejam pautas com a editoria religiosa, que é uma editoria que nós trabalhamos muito, porque nós estamos dentro de uma instituição religiosa, uma associação privada internacional de fiéis, uma Fundação João Paulo II, que é a mantenedora do sistema Canção Nova, mas nós somos ligados ao Vaticano, reconhecido pelo Vaticano como Associação privada de fiéis, que é a Comunidade Canção Nova. Então, também isso diz da nossa linha editorial, nossa editoria de igreja é muito forte, ela sempre vai permear todo o jornal de alguma forma, às vezes numa linguagem direta, às vezes numa linguagem indireta. Então, quando nós vamos pensar em fazer uma pauta para mostrar aquela realidade social que uma comunidade está vivendo, vamos fazer até mesmo uma denúncia dentro dessa realidade social, um sofrimento ali “Ah, tá faltando água naquela região, naquela comunidade”, nós vamos falar sobre isso, nós vamos abordar isso, essa realidade social, mas nós vamos mostrar também o que está por trás, o que tem por trás? Os vizinhos que se ajudam, um que às vezes só tem um balde de água, o outro tá com tambor de água lá, ele vai pegar um balde e dar para o outro vizinho. Então, de todo o contexto, por mais ruim que ele seja, se nós tivermos ali algo que leve esperança, dentro daquele contexto, vai ser o nosso ponto de partida, até mesmo para cobrar à realidade pública, à esfera pública, para cuidar daquela comunidade, a comunidade está sofrendo, está faltando água mas, nós vamos mostrar o que tem dentro daquela comunidade, entendeu? Essa ajuda mútua entre os vizinhos e N fatores, por exemplo, uma tragédia. Nós vamos cobrir ali, um exemplo que aconteceu no Rio de Janeiro, no interior do Rio de Janeiro, ali em Petrópolis, é muito claro isso. Aconteceram as chuvas, vieram as inundações, tudo esbarrancou lá e nós vamos cobrir, é uma tragédia. E onde nós vamos encontrar o viés de esperança e vida numa tragédia como essa, que milhares de pessoas perderam a vida e que é um sofrimento, um caos muito grande, numa região daquela, que sofreu com essa catástrofe ambiental. Nós vamos mostrar o que está por trás que ninguém mostrou, então, por exemplo, quando esbarrancou aquele morro ali em Petrópolis, todas as casas e as pessoas, algumas conseguiram sair de suas casas correndo, para onde que elas foram se abrigar, qual foi o lugar em que elas se abrigaram? Foi dentro de uma igreja que ficava no morro, ficava no alto, e a igreja abriu as portas, as pessoas chegaram correndo e a igreja abriu as portas para acolher todas as pessoas que estavam chegando. Então, as pessoas dormiram dentro da igreja, o padre foi atrás de alimento para alimentar essas pessoas que estavam ali, para socorrer. Então, nós, como Canção Nova Notícias, a serviço da vida e da esperança, nós vamos mostrar isso, que as pessoas foram acolhidas, que

as pessoas tiveram histórias de superação, de sofrimento, sim, mas tiveram uma história de superação ali porque quando o padre acolhe, naquele sofrimento que eles estavam vivendo, também é o que as pessoas precisavam naquele momento, serem acolhidas em meio ao sofrimento, em meio ao caos. Isso faz toda a diferença pra recomeçar. No desespero foram ouvidas. Essa Diocese foi atrás de recursos, mobilizando todo o estado, mobilizando todo o Brasil para poder chegar donativos para aquele lugar. Chegaram muitos caminhões de donativo, de alimento, de higiene pessoal. Montou muitas equipes de trabalho dentro das paróquias, ao redor, ali de Petrópolis, que foram ajudar. Nós vamos mostrar, falar quantas vítimas teve na situação, o que aconteceu, que choveu tanto, por que inundou... Tudo isso nós vamos mostrar, que é o fato, mas, nós vamos contar sempre com um olhar de esperança, que são as histórias, e o bem que as pessoas fazem numa situação tão caótica como foi, por exemplo, a de Petrópolis.

REGIANE SÁ: Como vocês se inserem dentro dessa linha editorial, para quem é missionário já tem a vivência, mas para profissionais de fora que chegam aqui existe algum critério? Como funciona esse processo inicial quando chega na redação?

NÚBIA FREIRE: O profissional que vem trabalhar conosco, quando abre uma seleção, uma vaga, ele vai passar por toda uma seleção normal, recrutamento normal do RH, que é quem faz essa gestão, quem faz essa primeira entrevista, quem faz esse primeiro contato com o profissional que manda esse currículo para nós, claro que o profissional, quando manda esse currículo, muitos deles, não são todos, mas muitos, já conhecem um pouco como é o trabalho do Jornalismo da Canção Nova. Claro, tem muitas pessoas que nos assistem que não são cristãos e se identificam com essa linha a serviço da vida e da esperança. Mas, quando esse profissional chega, mesmo que ele não tenha conhecido, ainda não tenha contato com o tipo de jornalismo que nós fazemos e buscamos fazer, que é um jornalismo alternativo, acho que isso é muito importante, nós nos colocamos na contramão. É um jornalismo alternativo para aqueles que não querem assistir o que todo mundo faz, o fato pelo fato. Então, esse profissional chega no RH, passa pela triagem normal de RH, entrevista, aquele primeiro contato e todo recrutamento que um RH faz. E aí ele vem para as entrevistas, ali a gente expõe o que é ser jornalista na Canção Nova, como é feito o nosso trabalho, o que nós pretendemos com o nosso trabalho e ali as pessoas elas vão, de certa forma, se identificar ou não. Então, esse profissional, às vezes, não tem essa bagagem, por exemplo, de conhecimento de igreja, porque a Igreja está permeada em todas as realidades, se preocupa com essa realidade do mundo, por exemplo, o Papa Francisco agora preocupado com a guerra que está acontecendo entre Israel e Palestina. Então, ele tem que entender um pouco sobre isso e, às vezes, chega aqui e não sabe ainda, não tem esse conhecimento todo. Nós vamos conversando, vamos trabalhando com esse profissional a pauta, a linguagem, como é feito, como nós vamos abordar, qual é o olhar que nós precisamos ter quando vamos fechar uma matéria sobre determinados assuntos, colocando a nossa linha editorial e esse profissional, esse comunicador vai se formando aqui dentro, a ter um olhar humanizado. Porque o que a gente busca é humanizar o relato, por mais que seja difícil, às vezes, mas, nós precisamos humanizar esse relato, trazer essa realidade humana do sofrimento, mas também trazer a esperança, que as pessoas possam assistir o nosso jornal e quando terminar não ficar com aquela sensação “Nossa, só teve morte”, então, a gente vai noticiar as situações de trágicas, situações difíceis, o aumento da cesta básica, a gasolina que tá alta, tudo isso, a seca lá na Amazônia que tá acontecendo agora, que situação muito triste, nós vamos falar de tudo isso, mas o nosso especial vai ser trazer essa humanização do relato, do fato, da notícia, para que as pessoas, quando terminarem de assistir o jornal da Canção Nova, possam terminar assim “Tem muito sofrimento, sim, no mundo, mas tem esperança”.

REGIANE SÁ: Como é o relacionamento com as casas de missão?

NÚBIA FREIRE: O meu fechamento com as casas de missão é diário, todos os dias.

REGIANE SÁ: O seu dia começa em contato com as casas de missão para entender o que eles têm para o dia?

NÚBIA FREIRE: Isso, geralmente, eles me mandam. “Núbia, nós temos essa e essa e essa sugestão de pauta”, e eu vou aprovar as pautas que eles enviam. Existe esse movimento diário, todos os dias eles mandam, todos os dias eles enviam as sugestões e a proposta que eles querem trabalhar naquelas sugestões e eu vou aprovar ou não. Ou, às vezes, eu aprovo e eu falo “olha, precisa aprofundar nessa situação”, um direcionamento, ou seja, a abordagem e o encaminhamento daquela matéria. Às vezes quando está ok, que eles me mandam como vão fazer e é isso mesmo, eu vejo se está dentro dos nossos critérios, está dentro da nossa linguagem, eu já aprovo ou não, às vezes eu falo “olha, vamos aprofundar esse olhar, precisa pegar um especialista para falar sobre isso, não ficar só nessa realidade, porque ela é mais ampla, aí eu sempre falo “olha, tem que ter personagem, porque personagem é humanização do relato, o personagem é quem o público identifica, então, tem que contar a história da pessoa diante daquela realidade ali que nós estamos trabalhando”. E todos os dias está acontecendo isso, todos os dias eu fecho. Aí, além de diariamente, eles me enviam semanalmente ou mensalmente, que é uma planilha que nós temos de pautas mais frias, que vão ser trabalhadas, porque, geralmente, diariamente são as faltas factuais e as pautas frias, que nós dizemos que não são pautas urgentes, podem ser trabalhadas em qualquer momento, geralmente tem as planilhas e eles vão colocando lá a abordagem, encaminhamento que eles pensam para aquela matéria, quem eles vão ouvir e o resumo daquilo e eu vou ler, aprofundar, se eu tenho dúvida entro na matéria, olho a matéria com olhar mais criterioso e vou tendo esse cuidado mesmo e vou aprovando.

REGIANE SÁ: Você tem autonomia para aprovar junto às casas de missão, não precisa submeter aos chefes superiores?

NÚBIA FREIRE: Isso, por isso que eu faço hoje a coordenação das pautas das Casas, então a autonomia da aprovação passa por mim, que diretamente aprovo com eles. Até porque a nossa equipe também é compacta, claro, tem muita gente que trabalha na redação, mas, de certa forma, nós não trabalhamos só com o Canção Nova Notícias, temos outros produtos jornalísticos, o Repórter Canção Nova, o site de notícias, tem a Rádio, o Boletim, a gente precisa trabalhar cada vez mais integrados.

REGIANE SÁ: Em relação às pautas, você já tem que ter se olhar para saber o que que se encaixa para esses outros programas?

NÚBIA FREIRE: Exatamente, “olha, será que vocês podem mandar um áudio, um vídeo, você já vão gravar com tal pessoa é interessante para o site de notícias, para a Rádio, grava para mim por favor assim, encaminha para o responsável”, já fazemos esse direcionamento. Ainda tem o CN Notícia primeira edição, que é de São Paulo, então, mandamos muito conteúdo para eles. Então, já tem que ter essa dinâmica, esse olhar, por isso que vou fechando com ele todos os dias e ali nós vamos conversando todos os dias. Eu converso todos os dias com cada uma das frente de Missão em São Paulo, BH, Sergipe, Brasília, e tem as internacionais Estados Unidos, Portugal, Roma, tem Paraguai de vez em quando, mas é mais

esporádico, e a França, que também é esporádico, não é todos os dias de conteúdo, são mais conteúdos especiais, que eles enviam.

REGIANE SÁ: Nessa sugestão de pautas, existe a participação de pessoas? Por exemplo, alguém liga para sugerir?

NÚBIA FREIRE: Sim, as pessoas mandam mensagem no WhatsApp, eu recebo muito release, muitas agências e muitas assessorias que enviam matérias e aí a gente vai analisar. Muitas demandas do público que está lá numa Paróquia que assiste, “Ah, tem a festa aqui de Santo Antônio em tal lugar assim assim” ou não, não é ligado à editoria de igreja, mas a pessoa vê uma questão social, ali uma realidade social, um personagem. As pessoas mandam muita coisa, sugerem muito, eles têm essa liberdade, eu acho que por conta até da Canção Nova, da linguagem Canção Nova.

REGIANE SÁ: E chega por diversos meios? Chega por WhatsApp, missionários...?

NÚBIA FREIRE: Chega email, WhatsApp, missionários que mandam, público comum, que você teve algum contato, ou, às vezes, você nem teve contato e esse público acha o seu telefone, ele acha meu telefone o telefone da Adelita, o telefone da redação e manda.

REGIANE SÁ: O jornal assume também o papel de evangelizar e de que forma que você considera que a religião perpassa? Você falou assim “direta ou indiretamente a religião está ali de alguma forma, seja na formação do profissional, seja no assunto”. De que forma a religião perpassa?

NÚBIA FREIRE: Quando nós pensamos na Igreja, nós pensamos no Evangelho de Nosso Senhor Jesus Cristo, o Evangelho tem um caminho, verdade e a vida. Então, o Evangelho todo ele vai nos ensinar o que? O bem comum, o amor ao próximo, a prestação de doação, de serviço, de voluntariado, para que esse próximo possa ser amado, ele possa ser acolhido. Não é isso que o Nosso Senhor faz? Ele acolhe aquelas pessoas que buscavam a Ele em determinada situação de sofrimento, então, o Evangelho está nesse bem comum, o bem do próximo. Então, por isso que o jornalismo Canção Nova vai sempre pensar nessa metodologia de evangelização, que é o bem ao próximo. A evangelização está na aplicação desse evangelho, na prática desse evangelho, não é nas palavras. Não é assim: “olha, Jesus te ama”, não. Não vamos falar “Jesus te ama”. É a aplicação do Evangelho. A aplicação na prática e no concreto das realidades que permeiam a sociedade. Então, por isso que nós falamos, que nós evangelizamos também. O repórter, quando vai fazer uma entrada ao vivo ou ele vai, enfim, fazer essa matéria, nunca vai se colocar na primeira pessoa, está entendendo? A nossa linguagem é uma linguagem jornalística. Então, ele não vai entrar e falar assim, vamos dar um exemplo: “como igreja nós somos a favor disso, daquilo”, que é uma pregação mesmo, não vai dizer isso. Ele vai mostrar o fato que vai trazer as realidades e vai deixar com os especialistas e as pessoas respondam aquela indagação. Então, ele vai trabalhar essa linguagem totalmente jornalística, com todos os critérios da notícia que nós aprendemos na faculdade.

REGIANE SÁ: A escolha dos especialistas, vocês têm sugestão de pessoas e fontes ou as casas de Missão têm essa liberdade de buscar os especialistas próximos a sua realidade local?

NÚBIA FREIRE: Tem, com certeza. Porque o bom jornalista ele tem o que? Uma agenda de contatos, boas fontes. Por isso, que a gente até tava falando outro dia sobre as fake news, eu tava dando uma aula sobre fake news para a faculdade e eu falava “como é que a gente sabe que é fake news ou não? Como é que você tem que fazer para investigar para atestar aquilo ali?” Uma das coisas é você ligar para o especialista, porque ele é a pessoa que está estudando diretamente para falar sobre aquilo, que tem entendimento de causa. Aí você vai saber “Opa, está estranho, vou ali atrás da fonte”. Acontece isso nessa realidade, então, a gente usa todas as fontes. Então, a Casa de Missão, a Casa de Missão não, a sucursal ali, vamos dizer assim, eles têm autonomia de encontrar as fontes.

REGIANE SÁ: Existe uma “cota” por jornal, de matérias que são das Casas de Missão? Ou é livre, demanda espontânea?

NÚBIA FREIRE: Geralmente tem Brasília e São Paulo, que são as Casas que enviam mais conteúdo porque a gente tem participação direta, entrada direta de São Paulo, de Brasília e Cachoeira. Então, por exemplo Brasília vai mandar sempre, sempre não, mas, na maioria das vezes, eles vão mandar cinco conteúdos, isso entre matérias VTs, notas cobertas, stand ups, link, a gente tem muito link de Brasília. Então, Brasília vai mandar um pouco mais, ser um pouco mais robusto, porque é como se o jornal fosse feito desses três lugares.

REGIANE SÁ: Mas, por exemplo, em Aracaju, eles têm que ter pelo menos duas pautas por semana ou não? É livre para produzirem de acordo com o tempo que eles precisam para cada pauta?

NÚBIA FREIRE: Não, eles vão produzir e gravar praticamente todos os dias, porque eles vão entregar conteúdo todos os dias. Sempre a gente vai utilizar aquele conteúdo pro CN Notícias porque nós temos um jornal de 45 minutos, tem quatro blocos, em cada bloco ali você tem que dividir o tempo para dar os 45 minutos, dentro dos intervalos também, então você tem que ter bastante conteúdo para levar ao ar, é quase uma hora. Então, essa dinâmica faz com que as casas produzam todos os dias, elas precisam produzir e gravar talvez, algumas casas, por exemplo, Aracaju, talvez ela não vai gravar todos os dias, mas ela vai tirar ali dois dias com a produção e gravar outros dias ou vai chegar, gravar e produzir ao mesmo tempo.

REGIANE SÁ: A inserção dessa notícia vai depender também da organização de vocês?

NÚBIA FREIRE: Do fechamento do jornal, por exemplo, se tem matérias, mandaram, o jornal está muito cheio, tá estourado, que a gente fala, “o jornal está estourado aqui”, passou dos 43, não tem tempo de respiro, porque tem as cabeças, né? Tem toda essa dinâmica normal de um telejornal. Então, esse conteúdo, qual que é o critério? Se ele não é factual. Se ele é factual, tem que ir. “Não dá para ir amanhã?” Ele vai entrar, e as que são matérias que não são factuais elas vão para nossa gaveta e vão entrando, eles vão produzindo, mandando e vão entrando.

REGIANE SÁ: O que faz uma pauta cair?

NÚBIA FREIRE: Por exemplo, o entrevistado desmarcou e era muito importante, sem aquele especialista ou sem aquele personagem não dá pra trabalhar a matéria.

REGIANE SÁ: Uma vez sendo aprovada na reunião, ela só corre risco de cair se for fator externo? Depois de escolhida a pauta corre o risco de não ser considerada relevante?

NÚBIA FREIRE: Não, porque foi aprovada, é muito alinhado, bem conversado, a não ser que eles chegaram lá no local para gravação e eles viram uma realidade totalmente diferente do que está na pauta.

Entrevista com: Adelita Stoebel - Chefe de Reportagem da Central de Jornalismo da Canção Nova em Cachoeira Paulista/SP
Data: 26/10/2023

REGIANE SÁ: Há quanto tempo você está na Canção Nova?

ADELITA STOEDEL: Eu estou na Canção Nova há 22 anos.

REGIANE SÁ: Quais são suas principais responsabilidades?

ADELITA STOEDEL: Checar as pautas, checar as sugestões de pauta que os estagiários e produtores me enviam, ver a viabilidade dessa pauta, ver a relevância e a importância para a nossa linha editorial. Mediante isso, faço a aprovação e a distribuição dessas pautas semanais e diárias para cada repórter que vai gravar.

Eu também ajudo na questão de escalas, de definição de que repórter vai fazer cada coisa, ajudo um pouco na administração também do fluxo de trabalho, vendo sempre a realidade da pessoa.

REGIANE SÁ: Qual o seu vínculo com a religião católica? Você é consagrada?

ADELITA STOEDEL: Sou Missionária Consagrada.

REGIANE SÁ: De que forma seus valores pessoais e religiosos refletem na sua atividade profissional?

ADELITA STOEDEL: Hoje eles refletem em tudo que eu vou fazer. Na escolha de uma pauta, na construção do texto, na conduta com que eu vou ter para com o repórter, como eu vou orientá-lo. Isso aí reflete em tudo, principalmente, na condução do meu trabalho aqui. Na escolha da pauta e na condução dos repórteres, em como eu vou falar. Eu nunca vou orientar a fazer uma coisa que vai contra os meus valores e aos valores da emissora com que eu trabalho. Norteia.

REGIANE SÁ: Em uma reunião de pauta, quais são os critérios que você considera relevantes para a escolha de uma notícia que vai ser veiculada?

ADELITA STOEDEL: Factualidade, nossa linha editorial, se aquela ali está sendo o serviço da vida e da esperança.

REGIANE SÁ: Como é que você descreve o fluxo de produção da notícia?

ADELITA STOEDEL: Pesquisa das pautas, apresentação e discussão da relevância daquela pauta, viabilidade da pauta, se é perto, se é longe, se temos equipe, se não.

REGIANE SÁ: Qual a orientação que é dada para cobrir assuntos vinculados à religião?

ADELITA STOEDEL: Sempre procurar fontes que possam informar corretamente a notícia, o próprio repórter se inteirar bem do que está fazendo, para não chegar no lugar e não saber do que se trata. Eu me lembro sempre de quando eu fui repórter em São Paulo e uma repórter de uma outra emissora católica chegou numa Missa dos santos óleos e perguntou para mim: que óleos que são esses aí? Você vai para uma Missa assim, você tem que saber o que vai

acontecer. Você vai cobrir uma questão séria como o Sínodo, “O que é sínodo?” Então, assim, a primeira coisa é orientar. Se eu vou lá para a bolsa de valores e eu não sei nem o que é bolsa de valores? Eu vou te perguntar “que bolsa é essa?” Claro que você não precisa saber de tudo, mas você tem que saber até o que perguntar.

REGIANE SÁ: De que forma são abordadas as pautas que não estão relacionadas à religião?

ADELITA STOEDEL: Com imparcialidade, com fontes que possam detalhar bem o tema. Fontes que sejam bem instruídas, bem conceituadas, para que ela possa explicar bem o determinado assunto.

REGIANE SÁ: Como você descreveria o jornalismo que é praticado pela Canção Nova?

ADELITA STOEDEL: Uma prestação de serviço, mas, além disso, evangelização. O nosso conteúdo hoje quer evangelizar, quer formar e quer fazer com que a pessoa se torne uma pessoa bem informada, mas não uma pessoa que fique com medo das realidades, que ela tenha esperança a partir do que ela vê dentro do nosso telejornal.

REGIANE SÁ: Qual o tipo de impacto que as notícias que são disseminadas pela Canção Nova trazem? Qual o tipo de realidade que esse conteúdo transmitido pode ajudar a construir na vida dos telespectadores?

ADELITA STOEDEL: A gente quer construir uma realidade de mais esperança, mesmo diante do caos que está acontecendo existe uma motivação maior, existe alguém que controla esse mundo maior e a gente não quer despertar ansiedade, a gente quer despertar esperança, despertar fé, despertar compromisso, generosidade, gentileza, um mundo de mais paz, mais união, mais cooperação, a gente quer despertar todos esses valores que a gente acredita que são importantes para uma vivência boa em sociedade.

REGIANE SÁ: De que forma esse “Evangelizar” acontece dentro do jornal?

ADELITA STOEDEL: Esse Evangelizar é educar para as boas ações, para a solidariedade, para a unidade, para a tolerância. Evangelizar é a ação prática do que o evangelho diz. Eu quero que você se torne uma pessoa melhor, mais humana, como? Meu vizinho está precisando de uma ajuda, nunca me disponibilizei, mas eu posso me disponibilizar. Ações simples que a gente quer mostrar, que está cheio no mundo, mas que ninguém mostra. Coisas práticas, como no tempo da pandemia, todos os prédios ficaram fechados, dentro do elevador, uma mocinha que morava do nosso lado, que era Biomédica, colocou um bilhete “Se você é idoso e não consegue ir no supermercado e na farmácia, eu posso te ajudar, meu telefone é esse aqui, eu posso te ajudar”. Sabe, assim, mostrar as ações que todo dia tem em todos os lugares, só que ninguém mostra. Incentivar boas histórias. Todos os dias a gente vê boas histórias, só que às vezes elas ficam escondidas e a gente quer valorizar. “Você também pode fazer uma boa ação todo dia” e é isso que a gente quer priorizar, um jornalismo cor-de-rosa? Não, mas um jornalismo que mostra as boas ações. Existe muita gente boa no mundo, porque que só uma coisa ruim dá notícia? Por que? A gente quer mostrar bons exemplos e a gente quer enfatizar isso e é o que o nosso público espera. E esse é o nosso grande desafio, não é enfeitar, mas é a gente dizer “gente, tem outro lado, vamos olhar para o outro lado”.

REGIANE SÁ: Existe algum tema que ele não é abordado por vocês?

ADELITA STOEDEL: Não tem um que a gente diga “não, esse a gente não vai dar”, a gente tenta sempre um viés diferente sobre ele.

Se é uma coisa de comoção, a gente vai tentar dar, por exemplo, a morte da Isabela Nardoni. O que leva uma pessoa a agir dessa forma? A gente sempre vai fazer cobertura explicando a situação, entendeu? O que leva uma pessoa a agir de tal forma, a cometer um crime desse jeito?

REGIANE SÁ: Qual o tipo de cobertura que você acha que é mais difícil para os profissionais cobrirem?

ADELITA STOEDEL: Trazer esperança nessas realidades violentas. Porque a violência você não consegue explicar, como que um ser humano consegue matar o outro ser humano que é igual a ele? É muito complexo. São as questões mais difíceis, eu acho, mais difíceis. Atrocidades, violência, catástrofes.

Entrevista com: Marcelo Moura - Gerente de Jornalismo da Canção Nova

Data: 26/10/2023

REGIANE SÁ: Qual o seu nome completo e idade?

MARCELO MOURA: Marcelo Alves Moura, mas mais conhecido como Marcelo Tel mesmo, tenho 47 anos.

REGIANE SÁ: Qual o seu cargo na TV Canção Nova?

MARCELO MOURA: Eu sou Gerente de Jornalismo, estou gerente de jornalismo.

REGIANE SÁ: Há quanto tempo você está na Canção Nova?

MARCELO MOURA: Na Canção Nova estou há um pouco mais de 24 anos. Desses 24 anos, 23 e meio dentro da TV.

REGIANE SÁ: Quais foram as funções que você já desempenhou?

MARCELO MOURA: Dentro do jornalismo eu posso dizer que eu já fiz de tudo um pouco, eu já passei pela parte operacional, que foi uma grande escola para mim, lá desde operador de câmera, depois eu fui evoluindo. Eu fui repórter cinematográfico, tive oportunidade de ir para a rua, eu passei por edição de vídeo, edição de áudio, depois fui para redação, passei para editoria internacional, que foi uma escola também, que eu guardo no coração. De editoria internacional depois eu tive oportunidade de ir mais para a parte do conteúdo, nas pautas fiquei um bom tempo. Enfim, fui para rua como jornalista, fiquei na época da pandemia, trabalhei praticamente na rua, como repórter. Então, foram três anos bem intensos, de ir para rua mesmo, estava tudo muito voltado para os assuntos relacionados à pandemia. Eu já passei por muitas áreas dentro do jornalismo. Na verdade assim, não dá para dizer que conhece tudo, porque todo dia a gente aprende alguma coisa na televisão e como é algo que você nunca faz sozinho, então você sempre tem a aprender, nem que seja com o outro. É uma escola permanente, a televisão, o jornalismo é uma escola permanente.

REGIANE SÁ: E hoje quais são as suas responsabilidades, na sua atual função?

MARCELO MOURA: Hoje eu gerencio o departamento como um todo. Quando eu falo de jornalismo da Canção Nova, não é só essa redação que você está aqui presente, mas também todas as nossas praças aqui no Brasil e no exterior, onde a gente tem correspondentes. Então, desde pessoas, a conteúdos, tudo passa um pouco por mim. Lógico tem uma equipe enorme que me apoia, mas muitos e muitos assuntos passam por mim, então, desde o administrativo, pessoal, mas também a parte de conteúdo.

REGIANE SÁ: Isso inclui o conteúdo de jornalismo de rádio e web também?

MARCELO MOURA: Isso, conteúdo de telejornalismo, rádio jornalismo e web jornalismo.

REGIANE SÁ: Qual o seu vínculo com a religião católica?

MARCELO MOURA: Eu sou católico de berço, mas também sou missionário da Canção Nova. A minha vida está sempre dentro deste contexto.

REGIANE SÁ: A sua formação é em jornalismo?

MARCELO MOURA: É, eu sou formado em Jornalismo mesmo, e fiz uma pós graduação na em gestão de veículo de comunicação, que também me deu muita base para hoje estar à frente. É uma gestão muito voltada para aquilo que eu faço hoje.

REGIANE SÁ: Além do Canção Nova Notícias, quais são os outros programas ou boletins que vocês têm dentro da área do jornalismo?

MARCELO MOURA: Na área de telejornalismo nós temos, começando com o boletim da manhã, que é de São Paulo e depois nós temos mais dois boletins que entram dentro da grade de programação da TV, durante o dia, de telejornalismo. Às 07h30 da noite, temos o Canção Nova Notícias, que é o carro chefe, por ser diário e ser de maior tempo. Mas, também todas as quintas temos o Além das Notícias, que também é um produto jornalístico, mais voltado para entrevistas. Também temos o Repórter Canção Nova, que vai ao ar todo domingo, também é tele. Além disso, nós temos o site de notícias que é 24h, atualização direta, e temos boletins de rádio. Nós temos jornalismo de rádio e o boletim de rádio durante o dia, então são seis boletins durante o dia com a atualização de Notícias, além do programa na rádio, que é o carro chefe, que é o Café da Manhã, que vai ao ar todos os dias às 7 horas da manhã.

REGIANE SÁ: De que forma os seus valores pessoais e religiosos podem refletir nas suas atividades profissionais?

MARCELO MOURA: Na verdade, a gente não pode dissociar uma coisa da outra, senão estaria vivendo uma inverdade. Então, a gente tem uma linha editorial muito bem definida, que a gente precisa seguir, porque foi aquilo que foi definido e a gente não pode abrir mão disso daí. Assim, mesmo não relacionados à verdade, mas opiniões que eu tenho não podem interferir naquilo que eu estou alinhado, que é a nossa linha editorial. Eu posso até ter a minha opinião, mas eu não posso colocar a minha opinião como verdade, é apenas minha opinião. Lógico que, como missionário, estando num veículo de comunicação católico, com uma linha editorial a serviço da Vida e da Esperança, muito favorece aquilo que eu vivo para noticiar. Então, graças a Deus, eu não vivo tanto essa contradição de pensar uma coisa e ter que noticiar outra como outros veículos. Às vezes, a pessoa professa uma fé, mas está trabalhando no veículo que não condiz com aquilo que ela professa, mas ela tá defendendo um emprego. Então, eu já não vivo esse conflito, muito do que eu vivo é aquilo que é reflexo do meu trabalho e vice versa.

REGIANE SÁ: Em uma reunião de pauta, quais são os critérios mais relevantes na escolha de uma notícia para ser veiculada no Canção Nova Notícias?

MARCELO MOURA: A reunião de pautas, que é aquela reunião de fechamento do jornal que a gente faz sempre ali no início da tarde, são sobre assuntos que a gente já vem discutindo. Muitos deles já foram programados há um mês atrás, na nossa reunião de pauta geral, em que a gente define alguns assuntos, mas a maioria deles foram definidos logo cedo que é quando a gente conversa com as nossas praças, com as produções das nossas praças, o que é factual naquele dia. Então, a gente define alguns assuntos para que quando chegue naquela reunião de fechamento de jornal, a gente já tenha mais ou menos o que aconteceu no mundo, até ali. No entanto, apesar darmos um nome de reunião de fechamento de jornal, reunião de pautas, ali o

nosso espelho não está fechado, a gente fecha logo, lógico, com os principais assuntos, mas como é uma reunião que acontece às 14 horas até às 18h45, que é o momento que o jornal entra ao ar, muita coisa pode mudar. Mas, é uma reunião que a gente deixa o jornal mais ou menos ali, pode se dizer 90% alinhado.

REGIANE SÁ: Como você descreveria esse fluxo de produção da notícia aqui no jornal, ele é iniciado por essa reunião mensal? Quais são os outros?

MARCELO MOURA: Existe aquele calendário base, que a gente observa as datas comemorativas. A igreja vive os tempos litúrgicos, então um primeiro filtro que a gente faz, os tempos litúrgicos da igreja, depois vem aquelas datas litúrgicas, dias de Santos, dias Santos, também vem o calendário civil, a gente também trabalha muito dentro deles. Então, isso tudo, a gente trabalha naquela reunião mensal que é uma reunião geral de pautas, onde todas as nossas praças participam, ali são jogados vários assuntos, às vezes por exemplo, a nossa praça de Sergipe, lá em Aracaju, sugere um tem muito bacana, mas que São Paulo desenvolveria melhor, aquela pauta passa para São Paulo e vice-versa, às vezes São Paulo quer fazer uma pauta muito interessante do dia do forró, vamos para Aracaju. Naquela reunião, nós definimos muitas pautas. Então, o fluxo começa daí, às vezes por exemplo, nós estamos vivendo um momento de guerra, a gente senta com uma editoria, como que a gente vai trabalhar aquela semana, porque somos um jornal que tem uma linha editorial a serviço da Vida e da Esperança, como que a gente vai falar de guerra, como que a gente vai falar de morte? Então, a gente tem um jeito próprio de falar de guerra, de falar de morte, não só a morte por si, não só a guerra por si, não só o desastre por si. A gente define também, vai chegando nesse filtro, para definir aquilo que é o assunto, a forma que a gente vai lidar com a notícia, até chegar ao telespectador. Então esse fluxo vai muito nessa linha, desde lá do início, do geral, do macro para o micro.

REGIANE SÁ: Qual a orientação de vocês, dos gestores, para cobertura dos assuntos que são relacionados à religião?

MARCELO MOURA: O primeiro delas é tratar o assunto, e na verdade do assunto. A gente não pode nunca, não cabe na nossa linha editorial, trabalhar aquilo que é simplesmente, o furo de reportagem. Então, o primeiro critério é trabalhar a verdade, a verdade dos fatos, a gente nunca pode fugir da verdade dos fatos. Mesmo sendo uma emissora Católica, tem que trabalhar também a verdade dos fatos, dos assuntos relacionados à religião católica, porque o nosso público é um público crítico. O público que assiste, por exemplo Canção Nova Notícias, ele é um público que não está simplesmente consumindo um conteúdo, ali durante o dia, e começou o canção nova notícias, ele deixou rolar, não. Muitos dos nossos telespectadores ligam a televisão naquele momento, “eu quero ouvir a opinião da Canção Nova, sobre aquele assunto, eu quero ouvir o que a Canção Nova está dizendo sobre aquele assunto, eu prefiro ouvir o que a Canção Nova diz sobre aquele assunto”, e isso nos compromete sempre a trabalhar com a verdade, então o princípio é a verdade.

REGIANE SÁ: Como são abordadas as pautas que não são relacionadas à religião? Como vocês orientam os profissionais?

MARCELO MOURA: Sim, a gente orienta o seguinte: o que é de interesse público, o que que vai fazer bem para a população, porque não adianta eu dar notícia simplesmente para cumprir um horário jornalístico, eu tenho que também prestar um serviço para o nosso público. A notícia do aumento do combustível, por exemplo, muitas emissoras vão para uma

linha de que isso aqui nós precisamos questionar o governo, precisamos questionar qual o órgão que faz com que esse aumento aconteça, a gente também, mas vamos na outra linha, de como aquilo vai afetar a população, principalmente a população mais pobre. Então, a gente procura tratar a notícia dessa forma, a notícia não pode fugir da verdade e ela tem uma prestação de serviço muito mais eficaz, a gente sempre orienta a nossa equipe a trabalhar nesta linha.

REGIANE SÁ: Como você descreve o jornalismo que é praticado pela TV Canção Nova?

MARCELO MOURA: É difícil você escrever, que você tá muito imbuído, é, mais até como dica. É porque hoje é muito difícil consumir notícias, o mundo está polarizado, então é difícil você dizer: “Meu Deus, aquilo ali que tá dizendo é verdade”. Como que eu descreveria o Canção Nova Notícias ou a notícia que é dada na Canção Nova? Como uma luz no fim do túnel, porque às vezes a gente se depara nessas realidades. Eu ligo no canal tá dizendo daquele assunto desta forma, ligo no outro o assunto é o mesmo, mas tá dizendo de outra forma. A gente entrando naquele meio, a gente não tem interesse de ter a grande audiência, a gente não tem esse interesse, a gente tem interesse de trabalhar sempre com a verdade, então eu acho que seria uma luz lá no fim do túnel.

REGIANE SÁ: Qual o tipo de realidade que o conteúdo jornalístico transmitido pela TV Canção Nova traz para o seu público?

MARCELO MOURA: Isso é interessante porque como a Canção Nova vive para evangelização, o conteúdo jornalístico também não pode sair dessa linha, se não, seria um membro fora do corpo. O corpo é a Canção Nova, o jornalismo é um dos membros desse corpo. Se a gente não estiver alinhado com aquilo que é a missão da Canção Nova, que é evangelização, a gente está fora dela. Dentro do nosso jornalismo tem evangelização, então a gente sente parte desse corpo evangelizador que é a Canção Nova. Então, quem assiste e quem consome a notícia da Canção Nova, também está sendo evangelizado. Tantos e tantos assuntos que a gente já viu serem transformados num conteúdo que fez um impacto grande na vida das pessoas. A gente simplesmente deu a notícia, não tinha nem essa intenção de causar uma comoção, mas ela causou, o assunto foi tratado com muito cuidado, com muito zelo, com muito carinho. Teve um fato que chamou atenção, teve uma época, uma cidade vizinha aqui que teve um assassinato, aqui na cidade do interior de Cunha, no interior pertinho da cidade de Cunha. O pai perdeu as duas filhas gêmeas adolescentes, 14,15 anos, não me lembro a idade em si, a mídia caiu em cima do assassino e da Justiça, e dos pais na luta contra a Justiça. Só que o pai queria perdoar os assassinos, foi quando a gente tratou essa notícia nessa linha, porque nós tínhamos o conteúdo. O conteúdo dessa notícia não era só aquela tragédia, não era só a luta por justiça, mas era um pai que tinha um desejo de perdoar. Quais eram as palavras daquele pai? “Eu vivi bem o tempo que vivi com minhas filhas, nós vivemos com harmonia familiar, eu tenho certeza que as minhas filhas estão no céu, porque a educação que elas receberam não pode ser diferente, eu quero perdoar esse assassino”. Mas, a mídia não estava interessada nisso, a mídia estava interessada primeiro na tragédia, porque é trágico o pai perder as duas filhas, e é trágico mesmo, o senso de justiça porque o poder público tinha que fazer sua parte, e tem mesmo. O pai não, o pai tinha um conteúdo que era nosso, a gente precisava simplesmente transmiti-lo.

REGIANE SÁ: Existe algum tema que vocês não abordam?

MARCELO MOURA: Hoje o que você vai ver se abrir um site de notícia é assassinato, tráfico de drogas, incursão policial, acidentes com morte e enfim... Esses assuntos só ganham peso para gente, quando a gente tem condições de trabalhar tudo aquilo que está por trás disso. Vamos falar de tráfico de drogas, a gente pode até fazer, procuramos fazer matérias especiais, ouvir especialistas, o que está por trás de drogas, a família que é muito atingida pelo tráfico de drogas e a mãe que tem um filho dentro do tráfico de drogas, então, a gente trabalha esse assunto. A gente não simplesmente noticia, fazemos todo um trabalho de apuração porque isso tudo vai ser formação para quem está assistindo.

REGIANE SÁ: E esses tipos de assunto, são os assuntos mais difíceis de cobertura?

MARCELO MOURA: Sim, é mais difícil de cobertura, porque é aquilo que eu te falei, às vezes o assunto é de interesse da mídia geral, ele faz barulho e traz audiência, e o que importa para nós, claro, importa o interesse público, mas, a gente precisa formar o nosso telespectador a partir da notícia.

REGIANE SÁ: Existe algum tipo de notícia que é bem recorrente, não pode faltar em uma edição?

MARCELO MOURA: Nós somos a TV do Papa. Nós somos uma emissora católica. O Papa é prioridade, as notícias da igreja sempre são prioridades para a gente. A notícia da igreja é muito difícil de se trabalhar na mídia secular, a linguagem é difícil, os termos, o entender a dinâmica da igreja. Como somos uma emissora católica, temos um pouco mais de propriedade em falar sobre a Igreja Católica, são assuntos que de fato não podem faltar nas nossas notícias e que a gente tem um certo domínio sobre elas. Os eventos da Canção Nova também são recorrentes na nossa grade.

Entrevista com: Emerson Tersigni - repórter (Cachoeira Paulista/SP)

Data: 27/10/2023

REGIANE SÁ: Emerson você pode falar para mim qual o seu nome completo e sua idade?

EMERSON TERSIGNI: Emerson Rafael e Silva Tersigni, tenho 26 anos, sou de Jacareí, no interior de São Paulo, moro aqui em Cachoeira Paulista há quase dois anos.

REGIANE SÁ: Qual o seu cargo aqui na TV Canção Nova e quais são suas responsabilidades principais?

EMERSON TERSIGNI: Eu fui contratado como jornalista, aqui dentro do jornalismo Canção Nova, a minha principal atribuição é a da reportagem, é ir a campo, apurar, gravar as entrevistas e voltar aqui com o material para edição e confecção da reportagem, que é o produto final que vai ao ar no telejornal todos os dias.

REGIANE SÁ: Há quanto tempo você está na Canção Nova?

EMERSON TERSIGNI: Eu vou fazer dois anos em dezembro de 2023. Cheguei aqui no dia 8 de dezembro de 21.

REGIANE SÁ: Qual o seu vínculo com a religião católica?

EMERSON TERSIGNI: Eu sempre fui católico, desde criança, fui batizado logo no primeiro ano de vida, com atividade pastoral muito ativa. Desde coroinha, até passando pelo processo catequético e hoje como profissional comunicador católico. Fui colaborador da Pascom, ainda continuo na minha Paróquia, hoje com menos intensidade, mas há anos atrás isso fez muito parte da minha vida nesse vínculo. Sempre fui de família Católica também, meus pais são Ministros Extraordinários da Comunhão, então esse vínculo existe desde que eu me entendo por gente, tenho uma vida repleta de vivência católica.

REGIANE SÁ: Você é colaborador?

EMERSON TERSIGNI: Não, sou colaborador, exatamente.

REGIANE SÁ: De que forma você enxerga que seus valores pessoais e religiosos refletem nas suas atividades diárias?

EMERSON TERSIGNI: É determinante, porque eu tive essa experiência de mercado antes da Canção Nova, no jornalismo secular. Então, todo o meio secular, tem uma abordagem diferenciada, na forma de dar a notícia, no olhar da informação, vir para cá é mais do que uma questão profissional, é uma questão de missão, porque aqui a gente consegue comunicar o Cristo, de uma maneira informativa, e isso é muito interessante. Muito passa pela vivência da gente, desde sempre. As virtudes cristãs, as vivências que nós tivemos antes, refletem diretamente aqui, porque você comunica com propósito e esse propósito é o de evangelizar. De ter esse olhar diferente da notícia, de comunicar a vida e a esperança e de levar essa linha editorial para as pessoas, de que, embora a gente viva em um mundo extremamente complexo e com tantas situações, há de fato esperança no fim do túnel, e isso significa para nós, termos esperança em Jesus Cristo, que é o confiar em Deus. Exercer de fato a fé, no campo

profissional e também no campo pessoal, isso para mim está intrínseco, interligado, obviamente, que a gente sabe controlar as emoções, é muito significativo nessa caminhada profissional.

REGIANE SÁ: Como é trabalhar em um veículo católico e como foi sua adaptação?

EMERSON TERSIGNI: Foi uma adaptação muito tranquila, aqui existe a prática da palavra fraternidade, é uma comunhão interessantíssima, porque você chega aqui e é muito bem acolhido, muito bem recebido, como se você fosse da casa há muitos anos, isso é muito interessante e muito surpreendente. Eu não tive nenhuma dificuldade no processo de adaptação, porque já era algo que eu queria. Antes, quando eu estava no secular, eu me perguntava quando que eu ia poder servir diretamente a Deus pela comunicação. Estando aqui hoje, eu consigo realizar plenamente essa missão, ter essa atribuição, de uma forma muito clara. Quando eu vim do secular, obviamente eu senti a diferença, estava acostumado com uma pauta, vamos dizer assim, policial, uma pauta de acidentes, uma pauta mais de mortes, questões inerentes ao jornalismo. Isso nunca vai acabar, sempre existiu e vai continuar existindo, mas quando eu vim para cá eu falei: Estou em um lugar diferente, aqui eu vou conseguir de fato exercer essa função da melhor forma possível.

REGIANE SÁ: Quando você chegou, qual foi a orientação que você recebeu para cobrir assuntos vinculados à religião?

EMERSON TERSIGNI: A principal orientação foi tentar ser o máximo informativo possível, sem deixar obviamente o viés religioso aflorado, porque embora nós sejamos uma mídia católica e em que o carro-chefe é a igreja, precisamos dar a informação com serenidade, com objetividade, que é uma premissa jornalística, mas nós temos que ter a consciência plena de que nós somos profissionais do Reino. Parece que é impossível, mas não, é super possível, você com equilíbrio consegue trazer essa informação de uma maneira mais leve e informativa, cumprir com esse papel. A Canção Nova, como é uma emissora de TV completa, tem, além do jornalismo, outros tipos de programas, cabe a esses programas, o processo de uma formação mais humana, talvez falar de Jesus nas pregações, na homilia da Santa Missa, nos programas de aconselhamento, de direções espirituais. Isso é bem interessante, então cabe a esses programas, talvez explorar essa área que a religião concede a abertura, mas a nós, é esse princípio da informação, é importante, mas, a orientação principal é ser profissional do reino.

REGIANE SÁ: Em relação às pautas que não são vinculadas à religião, como é que vocês fazem a cobertura?

EMERSON TERSIGNI: Essa cobertura ela é muito tranquila também, não tem muita diferença e é interessante te dizer que a Canção Nova, embora tenha um carro chefe Igreja, todas as outras pautas são bem-vindas, no que se diz respeito à política, economia, as curiosidades de determinada cidade, determinado grupo, determinada situação. Sempre, obviamente, comungando com a linha editorial que é a comunicação da vida e esperança. Então, por exemplo, eu já fiz pautas de várias editorias aqui. Então, basicamente funciona dessa forma.

REGIANE SÁ: Quais os aspectos mais relevantes que você aplica na notícia? O que te faz pensar que essa é mais relevante para sugerir?

EMERSON TERSIGNI: O valor notícia, que é um elemento fundamental, sem ele você não consegue ter esse olhar adaptado para pautas. O jornalista, ele tem que em tudo enxergar a

pauta, ele tem que falar “isso serve, isso nem tanto”, tem que ter esse filtro bem aguçado, esse olhar também bem direcionado e levando em conta a linha editorial. Se isso comunica vida, comunica esperança, se comunica o Cristo, isso é uma informação de utilidade pública, vai contribuir para a vida das pessoas, vai agregar mais que informação, conhecimento também, porque tem essa premissa educacional do jornalismo. Então, tudo isso a gente leva em conta, tem assuntos que chegam de assessorias de imprensa que a gente fala “não vai encaixar”, outros assuntos, sim, seja de igreja ou de outros segmentos editoriais, outros assuntos. Mas é bem análise, valor-notícia e a preocupação com a linha e se nada infringe essa linha que a gente acredita e executa aqui dentro.

REGIANE SÁ: Como você descreveria o jornalismo que é praticado na Canção Nova?

EMERSON TERSIGNI: Um jornalismo de propósito, um jornalismo diferenciado, um jornalismo alternativo. Padre Jonas dizia que a gente não deve ser um Jornalista canção nova, mas um Canção Nova jornalista, isso é muito interessante porque você vai ser profissional e ao mesmo tempo você também vai conseguir ser essa luz que tanto é necessária, nesses tempos atuais.

REGIANE SÁ: Que tipo de realidade ou que impacto você acha que produz nas pessoas?

EMERSON TERSIGNI: Eu já recebi vários feedbacks nesse tempo, eu imagino outras pessoas, colegas, amigos aqui, que estão há mais tempo também, com certeza até mais do que eu, mas nesse tempo que eu estou aqui... Da leveza, “como é leve o jornal, como é bom assistir o jornal, como isso agrega na minha vida”, a gente consegue navegar por outros temas, sem deixar de informar, sem deixar de cumprir com o nosso papel. Mas, é muito interessante aqui, acho que essa palavra é leveza, ela tá na boca de todo mundo que dá um retorno para a gente e isso é o que fideliza, é uma audiência qualificada, as pessoas também tem esse olhar, um jornal diferente, que vale a pena assistir.

REGIANE SÁ: Você considera que no seu dia a dia você pratica todas as técnicas do jornalismo comum? Que é ensinado na faculdade?

EMERSON TERSIGNI: Perfeitamente, sem elas a gente não consegue executar a nossa missão.

REGIANE SÁ: Mas, a prática do jornalismo condiz com o que é dito nos livros?

EMERSON TERSIGNI: Total. A base nunca deve ser ignorada. Quando ela é bem feita, bem preparada a gente consegue levar para a vida. Esses dias, inclusive, eu estava na minha faculdade, partilhava do jornalismo Canção Nova para os alunos e todos ficaram impressionados, porque não se fala muito desse tipo de jornalismo que é um jornalismo propositivo, que nos ajuda, que é o jornalismo da boa notícia, vamos dizer assim. A gente de uma maneira diferente consegue alcançar a reflexão e também cumprir com papel da informação.

REGIANE SÁ: Qual o maior desafio que você notou ou que você encontrou no seu dia a dia?

EMERSON TERSIGNI: Eu creio que aqui, a gente absorve muito da Providência, então quando, às vezes, algo está difícil de ser marcado, de ser conquistado, entra esse ingrediente muito importante, que é a oração. A gente crê nisso, fala: Senhor, abre os caminhos! Virgem Maria, abra os caminhos para nós! E as coisas, por incrível que pareça, as coisas acontecem, quando a gente menos espera, a providência nunca falha. Eu imagino que assim, sempre vão existir dificuldades jornalísticas, as dificuldades até mesmo da nossa vida, que a gente acaba vendo determinados dias com determinadas situações, enfim, mas sempre lembrar que tudo pode ser mudado pela força da oração, então trazendo isso para o jornalismo também, consagrar o nosso trabalho a Deus, pedindo para que a gente seja instrumento. Então, acredito que seja por esse caminho e sejam desafios enfrentados sob a luz do espírito.

REGIANE SÁ: Muitos falam sobre evangelizar por meio da comunicação, como vocês buscam a evangelização?

EMERSON TERSIGNI: É um exercício, como que a gente quer evangelizar, como que a gente quer informar, com qualidade, em tempos agitados que nós vivemos, em que as ondas estão bem agitadas? O Papa falava isso no sínodo, para os bispos, esses bispos presentes irão passar para os padres, e os padres vão passar para nós leigos, e nós leigos vamos comunicar. Então é um processo, até hierarquizado, vamos dizer assim, que vem de Deus e que vem preenchendo com sabedoria nossos líderes, nossas referências aqui também. A gente relaciona isso com o nosso propósito de comunicação e é isso que sempre tem que motivar a gente. Se engana quem pensa que só citando passagens bíblicas, por exemplo, ou frases de santos, é que a gente vai cumprir com a evangelização. Há outras formas, mas ter em mente esse conceito, esse campo teológico, pode contribuir muito nesse processo de evangelização. Faz diferença para você em primeiro lugar e para quem vai assistir a matéria.

REGIANE SÁ: Você sente que esse propósito é alcançado?

EMERSON TERSIGNI: Sim, inclusive, eu até olho para alguns textos, óbvio, tem um time todo aqui que nos ajuda nas edições, nas orientações. Mas, acima de tudo, é inspiração de Deus, eu conseguir escrever isso. Não subestimando a minha capacidade jornalística, mas eu consegui pela graça de Deus, seria até hipocrisia da minha parte não dizer que conto com essa graça. Seria mentira, hipocrisia da minha parte não falar aqui dessa questão, é muito a graça de Deus.

REGIANE SÁ: Você é feliz aqui enquanto profissional?

EMERSON TERSIGNI: Muito. Realizado. E pedindo a Deus a graça de me manter fiel, porque até aqui Ele nos ajudou.

Entrevista com: Wallace Andrade - Editor-chefe do Canção Nova Notícias

Data: 27/10/2023

REGIANE SÁ: Qual o seu nome completo e sua idade?

WALLACE ANDRADE: Wallace Andrade, 57 anos.

REGIANE SÁ: Há quanto tempo você está aqui na Canção Nova?

WALLACE ANDRADE: Olha, eu comecei na Canção Nova como voluntário na minha cidade natal, Campos dos Goytacazes, em 2005. Em 2005 fui ajudar a projetar o jornalismo local da rádio fazendo reportagens para enviar para o jornal da rede da Rádio Canção Nova. E aí, no ano seguinte, eu comecei o caminho para comunidade, me tornei missionário, em 2008 fui morar em São Paulo capital para ser repórter lá. No ano seguinte, 2009, eu vim para Cachoeira Paulista para ser apresentador e redator do jornal e no ano seguinte, 2010, eu me tornei Editor Executivo, que era uma função que não existia aqui, mas foi criada em função da necessidade do departamento e fiquei na função por 4 anos, como Editor Executivo. E depois eu me tornei Editor-chefe e fiquei na função até os dias de hoje.

Tive uma pequena pausa de um ano na editoria para outros projetos internos, mas retornei agora esse ano e estamos aí.

REGIANE SÁ: Quais são as suas responsabilidades hoje, enquanto Editor-chefe?

WALLACE ANDRADE: Então, como estou chefe, a minha preocupação diária é com a linha editorial do jornal. Nós temos uma linha com viés de vida e esperança, então, eu tenho que estar sempre filtrando todo o material que chega das casas. Nós temos equipes em Brasília, Belo Horizonte, Sergipe, temos equipes em Roma, participação também de Portugal e, às vezes, esporadicamente, França, e aqui em Cachoeira Paulista, São Paulo. Então, todo esse material que chega, eu preciso antes avaliar os textos e eu conto com uma equipe de editores de texto para me ajudarem nisso, cada um já com o seu específico sabendo qual o destino desse texto, qual a função, a importância desse texto. Então, tem a editoria internacional, a editoria das casas em rede nacional e tem também a editoria de Cachoeira Paulista. Basicamente é isso, revisar os textos, revisar as reportagens que chegam, revisar os vídeos, mas também ficar de olho nas pautas, nos tipos de acontecimentos que estão movendo a informação com relação à Igreja, à realidade do cotidiano na sociedade, na política, na economia, na saúde, mas sempre com esse viés de que a informação precisa chegar na casa do telespectador sem apavoramento, sem provocar uma insegurança, assim “o mundo acabou”. Não, a gente procura sempre, mesmo numa tragédia, mostrar às pessoas que estão em casa que existe um Deus, capaz de transformar qualquer tipo de situação, mesmo que na hora a gente veja que está tudo muito difícil para as pessoas, a gente sempre busca, no meio desse caos, encontrar alguém que fale da esperança, alguém que acredite na misericórdia de Deus, alguém que possa fazer a diferença numa simples entrevista, mas que a pessoa assistindo em casa ela se sinta tocada por esse amor grandioso de Deus, é isso.

REGIANE SÁ: De que forma seus valores pessoais e religiosos podem ou não refletir nas suas atividades profissionais?

WALLACE ANDRADE: As coisas, elas passam na vida de um jornalista, obrigatoriamente, pelos sentimentos. Então, assim, diz muito do meu berço, da minha vida com os meus pais, a educação que eu tive, que foi uma educação muito simples. Meu pai era sapateiro artesão,

fazia sapato nos pés das pessoas, assim, que tirava a medida e fazia o sapato que a pessoa queria. Minha mãe era dona de casa, então, eu cresci em um ambiente muito simples e de muita dificuldade e para eu me formar na faculdade foi uma luta muito grande também, porque eu tive que me desdobrar, trabalhar o dia inteiro, estudar de noite, às vezes trabalhava de madrugada para poder completar a renda e pagar a faculdade, mas todo esse esforço, todo esse sacrifício tinha um porquê. O porquê era que aquele trabalho que eu estava aprendendo a executar teria que ter obrigatoriamente a importância na vida das pessoas que me assistissem. Não é exibicionismo, não é pegar o microfone, colocar um terno, uma gravata, ficar aparecendo na televisão e pronto, não. O que eu faço, o que eu escrevo, o que eu exibito nas minhas reportagens e nos meus telejornais que eu coordeno, as pessoas precisam ser modificadas na forma de pensar muitas vezes na violência, a forma de pensar muitas vezes da falta de respeito, então, a minha forma de escrever, a minha forma de editar, a minha forma de exibir o jornal precisa ser diferente, precisa ter um pouco de mim e esse pouco de mim é que faz a diferença. Se você assiste uma emissora que é muito violenta, exibe muita coisa de violência e que você fica em casa, às vezes, com o coração na mão, achando que o mundo acabou, que não tem mais jeito. Quando se tem princípios religiosos, eu fui uma pessoa que cresci dentro da Igreja, vendo meus pais trabalhando na Igreja e aos poucos eu também fui me aproximando e me tornei missionário da Comunidade, tive todas as minhas experiências maravilhosas com Deus e tenho até hoje isso.

REGIANE SÁ: Em uma reunião de pauta, quais são os critérios que são mais relevantes na escolha de uma notícia que vai entrar no jornal?

WALLACE ANDRADE: Todo assunto é importante, ele precisa levar as pessoas a refletirem e a pensarem com um olhar de esperança e de vida. Se você pega uma matéria de Economia, em que se fala de super inflação dos preços altos, você tem que pegar dessa matéria e ela tem que terminar de um jeito positivo. Como que termina uma matéria positiva se tudo que está nas prateleiras do mercado tá subindo e o salário da pessoa não consegue acompanhar, como se faz isso? Mostrando alternativas para as pessoas. “Ah, eu tenho um pedacinho de quintal na minha casa, eu tô fazendo aqui uma horta” sabe? Então, nunca parar no problema, mas mostrar que existem outros caminhos, entendeu? Se você tem um problema de saúde, “ah, eu só vivo com insônia” e a matéria é sobre os dramas da sociedade provocados após a pandemia, mas qual é o caminho? Tem que ter esse caminho nas reportagens, por exemplo, se eu tô ansioso, se eu tô com insônia, “o que eu posso fazer ao longo do meu dia para melhorar isso”? E uma reportagem, precisa mostrar isso. “Você pode fazer uma atividade física, você pode mexer com jardim, pode caminhar na natureza, porque isso vai te acalmar, isso vai te tranquilizar”, você mostrando esses caminhos com um profissional, a gente mostra o olhar de esperança, um caminho para a pessoa que nos assiste, não só ficar no estresse por estresse, ansiedade por ansiedade, depressão por depressão, tem que ter um caminho, tem que ter uma oportunidade para a pessoa se recuperar. Então, as reuniões de pautas precisam obrigatoriamente passar por essa linha de raciocínio, por essa reflexão em grupo, em equipe. Porque às vezes você solta uma opção de pauta e, de repente, ali no meio surge uma ideia que *linka* essa opção de pauta com algo que dá para emendar. Eu vou fazer uma matéria, está acontecendo muito acidente com cruzamento, eu vou ouvir o especialista em trânsito. Ele dá as explicações técnicas dele. Mas, aí o repórter traz só isso. E aí? E quem se envolveu em acidente e quem passa sufoco naquele cruzamento? O motorista, é a forma de humanizar o assunto. Então, a gente precisa sempre ter esse olhar de que toda a informação passa obrigatoriamente pelo ser humano. O ser humano é que está sentindo a chuva que está caindo na casa dele e destruindo tudo. O ser humano é quem está sentindo o cruzamento onde muitas pessoas são atropeladas, então, tudo isso no contexto é tema de reunião de pauta, é tema de

discussão e de projeção. Você precisa projetar suas pautas com essa visão, com essa amplitude, só que para a pessoa chegar nesse estágio, nem sempre consegue sozinha, então, aí entra a função do editor-chefe, do chefe de reportagem, que orientam, que norteiam, que dão um encaminhamento para aquela pauta. Porque nós precisamos manter isso, principalmente, para ser um jornalismo alternativo, nós precisamos ser um jornalismo alternativo. Por que alternativo? Porque a gente vai mostrar determinados dramas com o nosso jeito, de vida e esperança, sempre.

REGIANE SÁ: Com relação a esse fluxo de produção, existe uma reunião mensal para as pautas mais frias e um planejamento mais macro, aí às quartas Adelita se reúne com a equipe direcionada a pautas aqui de Cachoeira Paulista e Nubia diariamente está aí em contato com as casas de Missão?

WALLACE ANDRADE: Basicamente é assim: as coordenações de pautas das outras casas, que a gente chama das casas de missão, em alguns lugares chamam de praça, essas coordenações fazem lá a reunião de pauta delas, como Adelita faz aqui, e definem algumas pautas e, a partir disso, dessas pautas definidas, se traz algumas coisas para essa reunião mensal onde todos participam e ali se faz até mesmo aquela tempestade de ideias. Então, é isso, essa coordenação local, junto com as outras coordenações locais, se reúnem com a coordenação nacional, a Núbia, e ali se fecha dando a direção do que vai acontecer. Mas, isso não impede de no dia ter uma coisa planejada e “não para aí, vamos parar com isso aqui porque está acontecendo o ciclone em determinado lugar e nós precisamos mandar uma equipe para lá”, essa equipe não vai fazer hoje isso aqui que está programado, ela vai para lá atrás de uma matéria sobre isso ou outro qualquer assunto. A gente viveu uma experiência muito muito forte com a renúncia do Bento XVI, porque pegou todo mundo de surpresa numa segunda-feira de carnaval. De repente, a gente chega na redação: O Bento XVI renunciou. Então, nós fizemos uma reunião aqui rápida com a Superintendência, com a direção da TV e se definiu que o jornal naquele dia ia ser uma hora, era um jornal de 30 minutos, então, já assustou ali, uma hora, dobrar o tempo e ele seria temático, 100% Bento XVI. Nós tivemos menos de um dia para fazer um jornal de uma hora, com um tema que a gente não tinha nada a não ser algumas imagens de arquivo. E a equipe se mobilizou, a gente planejou um espelho com entradas ao vivo, com toda uma uma modificação. Ligamos para todas as equipes que estavam atuando em retiros de carnaval “cancela tudo e vem embora, você vai para outro lugar”. A gente vive essas realidades do cotidiano, a gente planeja para não deixar de ter, mas isso não significa que a gente tá engessado. Se acontece algo que é super importante, esse assunto vai parar e a gente vai partir para aquele que é factual, aquele que é importante entrar hoje. Porque se você não dá hoje, você deixa para amanhã à noite, aí todo mundo já deu de hoje até amanhã à noite e aí já não tem mais sentido você dar ou, então, você tem que buscar um viés diferente, uma forma de começar já atualizando o assunto, coisas nesse sentido.

REGIANE SÁ: Qual é a orientação de vocês, que são gestores, aos jornalistas para cobrir assuntos que são vinculados à religião?

WALLACE ANDRADE: Olha, a Igreja é a Igreja, o Papa é o Papa, então, a doutrina da Igreja não muda, a forma de pensar dos Papas não muda, cada um tem a sua originalidade. Ser católico é o que está ali, é o que tá escrito, a gente segue um manual de instrução que é a Bíblia, que é o Evangelho. Se a gente tem alguém que não entende essa engrenagem, essa forma de trabalho, e muitas vezes acontece, por exemplo, chegam profissionais novatos, que não tem nenhuma experiência muito forte com a Igreja, então você vai fazer um trabalho de amadurecimento desse profissional, ele precisa começar a entender como é que funciona a

nossa linha editorial e precisa entender como é que funcionam as coisas da Igreja, saber o que é um Dicastério e saber tudo isso. E aí, a partir disso, ele já tem todo um respaldo para fazer algo sem fugir da nossa linha. Porque a Canção Nova é Igreja, o jornalismo Canção Nova é Igreja, reconhecida pela Igreja, então, o que se fala dentro do jornalismo Canção Nova, o que se mostra na TV Canção Nova é Igreja, é a verdade, então não tem como eu fugir da verdade e a verdade está onde? Está na doutrina da Igreja, nos documentos da igreja e em tudo aquilo que a igreja vem ensinando nesses 2023 anos desde a passagem de Jesus por esse mundo.

REGIANE SÁ: De que forma são abordadas as pautas que não tem a ver com religião?

WALLACE ANDRADE: As pautas que não são de religião são super importantes também para o nosso conteúdo por que? Porque o mundo existe, a vida é normal para qualquer pessoa, para católica e para não católico. Um jornal católico também tem que estar antenado e estar dentro da realidade, não é um mundo à parte. Então, os problemas de Economia, os problemas de política, essas coisas elas vêm, a gente precisa fazer. Os acidentes, as tragédias, a gente faz, mas a gente precisa sempre ter um olhar diferenciado, a forma de conduzir diferente. Eu não tenho que entrar numa polêmica política entre partido A e partido B, eu não tenho que mostrar isso, eu tenho só que registrar “hoje está acontecendo as eleições, houve um tumulto aqui, houve um tumulto ali.” Então, essa parte de montar o material sem ser tendencioso, sem pender para um lado, é uma tarefa muito difícil, muito árdua, porque quando nós não apuramos necessariamente aquilo que precisa ser apurado e não damos voz a todas as questões, a gente corre isso que está sendo tendencioso. A vitrine de um telejornalismo, ou de um jornalismo qualquer, ela é feita com vidro, de cristal, um vidro sensível, às vezes se você soprar mais forte está arriscado você quebrar o cristal, um sopro. Então, é importante que a gente tenha esse zelo, esse cuidado, essa proteção, para não se quebrar esse cristal. E como que não se quebra esse cristal? Sendo verdadeiro, sendo honesto com as coisas que você faz, se você errar você tem que reconhecer seu erro publicamente, “Olha nós erramos ontem noticiando isso porque não é bem assim”. Se a gente não faz esse tipo de reconhecimento, a gente corre o risco de perder a credibilidade e, perdendo a credibilidade, essa vidraça de cristal vai quebrar, ninguém vai querer ver.

REGIANE SÁ: Como você descreveria o jornalismo produzido pela Canção Nova?

WALLACE ANDRADE: Eu acho que o jornalismo Canção Nova é uma grande inspiração de Deus, para um tempo, como o próprio Padre Jonas definia, nós estamos vivendo as dores do parto, então, assim, uma grávida ela precisa de, no mínimo, a mão do esposo segurando ela até o momento. Então, eu vejo o jornalismo da Canção Nova desse jeito, como se o mundo tivesse sofrendo as dores do parto e as pessoas procurando uma mão para segurar e, muitas vezes, essa mão acaba sendo não só o Jornalismo da Canção Nova, como aconteceu na pandemia, a gente ser essa mão que sustenta, que suporta aquele que tá tremendo de medo, de frio, de fome. Então, as dores do parto, como Padre Jonas sempre profetizou, elas vão aumentar e já estão aumentando, mas nós como jornalismo Canção Nova temos que ser essa mão, onde a gente mostra assim “gente, tá pegando fogo aqui, mas, aqui do lado eu tenho um lago com água fresca, eu preciso refrigerar e não morrer queimado, então, é mais ou menos isso.

REGIANE SÁ: Qual o tipo de impacto que as notícias que são disseminadas pela Canção Nova trazem? Qual o tipo de realidade que esse conteúdo transmitido ajuda a construir na vida dos telespectadores?

WALLACE ANDRADE: O objetivo principal do Jornalismo Canção nova é comunicar Jesus Cristo, assim como o objetivo total dos meios de comunicação Canção Nova. É uma inspiração que Deus colocou no coração do fundador, que nós temos que ser comunicadores de Jesus Cristo. As pessoas quando nos assistem, estão buscando Jesus Cristo, mesmo sem perceber. Às vezes, ela coloca num jornal que é mais tranquilo, vamos dizer assim, mas por que? Porque ela está querendo paz e ela encontra, além de paz, a salvação muitas vezes. Um exemplo, tem uma matéria que marcou muito a minha vida aqui na Canção Nova como editor, foi quando um pai teve as duas filhas assassinadas no interior de São Paulo. Aí, nós fomos até o local mostrar a situação e aí uma pessoa falou “o pai delas está ali perto”, nós fomos lá e o repórter o entrevistou e ele simplesmente falou assim “Eu aprendi com a TV Canção Nova, com Padre Jonas, que a gente tem que perdoar 70 vezes 7. Esse cara que matou as minhas filhas eu perdoo ele e perdoou” e foi na prisão conversar com o cara, apertou a mão dele. O Papa João Paulo II levou um tiro nas costas e, a partir daquele tiro toda a enfermidade dele veio à tona, foi se debilitando muito mais rápido, mas o Papa foi lá na cela e perdoou o atirador, que depois também se converteu.

Então, esse é um grande objetivo do jornalismo Canção Nova, fazer com que as pessoas experimentem Jesus Cristo em tudo que a gente fizer, na boa apresentação, no sorriso dos apresentadores, nas matérias, na música que se coloca na matéria, na imagem. Então, tudo precisa comunicar Jesus Cristo, da melhor forma possível.

REGIANE SÁ: Qual o maior desafio que vocês enfrentam hoje?

WALLACE ANDRADE: Eu acho que o maior desafio é a sintonia de pessoal, esse é o maior desafio hoje. Por que? Porque nós temos aqui na nossa redação pessoas de várias idades, nós temos pessoas já caminhando para terceira idade, temos pessoas começando ainda a juventude, meia idade, então, além da questão de idade, tem também a questão cultural/tecnológica, cultural/jornalística, a forma como aprendeu no banco da escola, tudo isso influencia na equipe. A gente é uma grande família, eu já passei por emissoras em que eu desejava isso, a equipe ser uma grande família, e eu como editor-chefe desejava isso.

Se a gente não tem esse olhar de humanidade e de respeito, sendo justo com quem tá trabalhando de verdade, você perde essa liga de família, essa coisa de respeito profissional. Você passa a se sentir respeitado e passa a se dedicar com amor aquilo que você está fazendo, porque você é família. Quando se ama a família, se respeita. Não é assim com seu pai e com sua mãe? Não é assim sua mãe, seu pai, com você? É desse jeito. Então, é o que me encanta no jornalismo Canção Nova, sempre me encantou foi esse núcleo de família. É uma continuidade daquilo que a gente vive na nossa casa.

REGIANE SÁ: Você é feliz aqui?

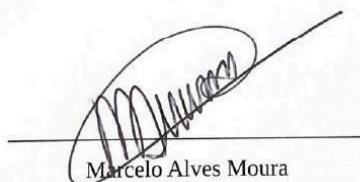
WALLACE ANDRADE: Eu sou realizado, eu sou amado, principalmente por Jesus, porque eu sei que um dia Ele me formou lá fora, sei o quanto foi importante para a minha profissão eu viver 16 anos em afiliadas fora, onde eu fui formado profissionalmente, mas não tinha ainda a humanidade que precisava. Tem uma frase no meu final de faculdade que marcou a minha história: quando você for entrevistar um assassino, antes de denegrir a imagem, dê um mergulho dentro dele para entender por que ele se tornou assassino e onde está o problema. Porque quando você olha a pessoa apenas com o que ela fez no momento você pode acabar com a vida dela, sem sequer saber que ela não tem uma estrutura emocional em função de um grande trauma que viveu no passado, de uma grande carência que ela viveu. Quando você tem esse respeito com o ser humano, a reportagem, o jornal, o programa que você tiver fazendo, tem uma outra característica, a característica de mostrar para as pessoas que Deus existe.

ANEXOS

ANEXO A – AUTORIZAÇÃO PARA USO DE INFORMAÇÕES COLETADAS

Eu, Marcelo Alves Moura, CPF 692.674.135-20, gerente de Jornalismo da TV Canção Nova, autorizo que Regiane de Andrade Sá utilize as informações coletadas durante sua pesquisa de campo realizada na Central de Jornalismo da TV Canção Nova, em Cachoeira Paulista/São Paulo, entre os dias 23 e 27 de outubro de 2023, para fins acadêmicos, referente a sua pesquisa de mestrado, que está sendo desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe.

Cachoeira Paulista / São Paulo, 26 de outubro de 2023



Marcelo Alves Moura