

---

## **Emissoras Católicas no YouTube: Uma Análise das Estratégias de Conteúdo e Exibição<sup>1</sup>**

Manoela Mayrink Silva<sup>2</sup>

### **RESUMO**

O presente estudo explora a presença das TVs católicas brasileiras no YouTube. Observa-se uma lacuna na pesquisa sobre o uso de mídias sociais por essas emissoras, em contraste com a ampla investigação sobre mídias evangélicas. Metodologicamente, a análise envolveu a extração e categorização de vídeos de canais com mais de um milhão de inscritos. Os resultados mostram uma predominância de conteúdos televisivos adaptados para o formato digital, com algumas emissoras, como a Canção Nova, inovando com canais especializados. Conclui-se que, apesar de avanços, as emissoras católicas ainda têm um caminho a percorrer para maximizar o potencial das plataformas digitais.

### **PALAVRAS-CHAVE**

TVs Católicas; Youtube; Televangelismo

### **Introdução**

Aproximadamente nove em cada dez brasileiros (89%) acreditam em Deus ou em um poder maior. O dado é da pesquisa “*Global Religion 2023*”, feita em 26 países. O Brasil é o primeiro colocado do ranking, empatado com África do Sul (89%) e Colômbia (86%). A maior parte dos brasileiros que tem uma religião se denomina cristã (70%)<sup>3</sup>. Além disso, de acordo com o Anuário Pontifício 2023<sup>4</sup> e o Anuário Estatístico da Igreja 2021, o número de católicos aumentou no mundo de 1,36 bilhão para 1,37 bilhão em 2022, o que representa um crescimento de 1,3%. O Brasil é o país com o

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Religiões, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do ao 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Univali - 5 a 6/9/2024

<sup>2</sup> Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM/UFF) Email: [manoelamayrink@id.uff.br](mailto:manoelamayrink@id.uff.br)

<sup>3</sup> Disponível em

<https://www.ipsos.com/pt-br/89-dos-brasileiros-acreditam-em-deus-ou-em-um-poder-maior-aponta-pesquisa-ipsos> (acesso em 14 out 2023)

<sup>4</sup> O levantamento aponta as atualizações da Igreja Católica no mundo entre 1º de dezembro de 2021 a 30 de novembro de 2022.

maior número de batizados no mundo: quase 180 milhões de brasileiros são de fé católica<sup>5</sup>. Apesar da grandiosidade de tais dados, são poucas as pesquisas no Brasil que se aprofundam na fé católica na última década, principalmente quando o foco são as redes sociais e, mais particularmente, o YouTube, que será aprofundado aqui. Os eixos de pesquisa tem girado em torno dos evangélicos, principalmente os neopentecostais, vertente religiosa que aponta constante crescimento e promete se tornar a mais popular no Brasil até 2030<sup>6</sup>. Tendo em vista esta realidade, e buscando preencher uma lacuna de pesquisa observada, o principal objetivo deste trabalho é começar a entender como as emissoras católicas fazem uso das plataformas de vídeo e como entendem a produção deste tipo de conteúdo para o meio digital. De que maneira cada um dos canais é utilizado? O que os diferencia?

Faz-se necessário ainda salientar que não é parte do escopo deste trabalho analisar os conteúdos da programação ou dos vídeos, mas sim como as emissoras vêm utilizando o YouTube, a partir de três classificações: conteúdos exclusivos, retransmissões ao vivo e programas exibidos na TV disponibilizados agora no modelo *on demand*.

### **Televangelismo católico**

A evangelização pela TV - televangelismo - foi, ao longo do século XX, um importante mecanismo para arregimentar fiéis ao cristianismo. A propagação de dogmas, palavras bíblicas, orações e histórias de milagres pelas ondas televisivas serviu ainda para o fortalecimento da fé e para uma amplificação do alcance da mensagem, atingindo populações de regiões distantes e/ou em que não há uma igreja física que possam frequentar.

Os evangélicos/protestantes entenderam rapidamente a importância de ocupar estes espaços onde conteúdos passavam a ser consumidos pela população. Segundo Martins e Rivero (2019),

foi delimitado nos anos de 1940 como o momento de crescimento nas relações entre mídia e religião a partir do

---

<sup>5</sup> Mais em <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> (acesso em 14 out 2023)

<sup>6</sup> Mais em <https://www.bbc.com/portuguese/articles/crgl7x0e0lmo#:~:text=Uma%20proje%C3%A7%C3%A3o%20feita%20pel%20dem%C3%B3grafo,tamb%C3%A9m%20se%20tornou%20mais%20diverso.> (acesso em 14 out 2023)

---

surgimento dos chamados 'televangelistas' nos Estados Unidos. Embora os 'radioevangelistas' já existissem, e houvesse uma profusão de publicações religiosas impressas bem antes da metade do século passado, é a partir do surgimento de programas religiosos na televisão que as atenções são atraídas para essa intersecção (p. 2)

O televangelismo chega ao Brasil na década de 1990, tendência simbolizada pela compra da TV Record pela Igreja Universal do Reino de Deus, bem como a entrada em funcionamento da Rede Vida de Televisão, ligada à Igreja Católica, em 1995 (PANTOJA; MENDONÇA, 2020). Os católicos demoraram um pouco mais a entender a importância de mediatizar a religião. O que antes era visto como uma distração diante dos dogmas, com a perda de fiéis e relevância passou a ser visto como “dons de Deus, pois permitem criar laços de solidariedade entre os homens, pondo-se assim ao serviço da Sua vontade salvífica” (MARTINS; RIVERO, 2019). No Brasil, é possível destacar as *showmissas*, famosas sob o comando de nomes como o de Padre Marcelo Rossi. São essencialmente missas celebradas por padres cantores, isto é, representantes das celebrações católicas que se desconectam progressivamente da figura tradicional do clero e dos especialistas religiosos. A Renovação Carismática Católica (RCC) ganha força neste espaço, principalmente por ter uma importante missão no cerne de suas atividades: a evangelização dos povos, levando a todos a “cultura de Pentecostes”. E, para isso, a mídia tem importância crucial (JURKEVICS, 2004).

Segundo Alves, Camara, Roxo e Santos (2017),

a hegemonia católica se mantém na televisão, onde 40% das emissoras que operam sob vínculos religiosos estão sob o comando de dioceses, associações e comunidades de renovação carismática da igreja, representada especialmente por quatro redes: Rede Vida, Canção Nova, Aparecida e Rede Século Vinte e Um (p. 90)

Estas quatro redes, além da TV Evangelizar, serão analisadas neste trabalho - os canais no YouTube de todas elas possuem mais de um milhão de inscritos, critério de escolha utilizado na definição do escopo de pesquisa.

### **Presença das emissoras de TV católicas no YouTube - Resultados**

Para a presente pesquisa, foram selecionados os canais de emissoras católicas no YouTube que contassem com mais de 1 milhão de inscritos: Rede Vida (1.64 milhões), TV Aparecida (3.69 milhões), Rede Século 21 (1.77 milhões), TV Evangelizar (2.14

---

milhões) e Rede Canção Nova, com três canais atingindo essa marca de seguidores: TV Canção Nova (2.62 milhões), Canção Nova Play (2.5 milhões) e Canção Nova Oficial (1.42 milhões)<sup>7</sup>.

Foram extraídos, através da plataforma YouTube Data Tools, todos os vídeos publicados em cada um destes canais no período de primeiro a 15 de julho de 2023, mesmo que eles se referissem a programas que foram ao ar na TV em datas anteriores. Cada uma destas publicações foi analisada manualmente tendo sido classificada como: TV, fazendo referência aos conteúdos feitos para a TV e publicados posteriormente no YouTube, para consumo *on demand* (não diferenciamos aqui a publicação de programas inteiros da de trechos destes programas); online, referenciado-se a conteúdos produzidos especialmente para a publicação virtual, como nativos digitais e; retransmissão, especificando as retransmissões em tempo real do que era exibido na TV, no formato *streaming* ao vivo. Caso não tivesse ficado claro numa análise inicial do vídeo ou da descrição do mesmo se o conteúdo era nativo da TV ou não, o site de cada emissora foi consultado em busca da lista de programas e programação. Caso não estivesse lá, o conteúdo era classificado como “online”,

A Rede Vida de Televisão é considerada a primeira rede católica de alcance nacional, tendo entrado oficialmente em funcionamento em 1995. Sua organização tem relação institucional com a cúpula católica no País, embora seja uma empresa de propriedade e gestão familiar. É a única emissora dentre as pesquisadas aqui que foi criada a partir da iniciativa de um leigo, todas as outras decorrem do trabalho de autoridades da Igreja Católica (Placeres, 2015). Através dos dados coletados para esta pesquisa, 68,1% dos conteúdos são provenientes da TV e outros 31,9% foram entendidos como sendo criados especialmente para consumo online (mesmo que porventura tenham sido transmitidos também na TV). No período aqui analisado, o canal não trouxe qualquer retransmissão ao vivo do conteúdo televisivo. Foram 47 vídeos publicados no período analisado, tendo sido 15 para o conteúdo online e 32 reproduções de programas televisivos.

A TV Aparecida, empreendimento midiático do Santuário Nacional de Aparecida, foi ao ar pela primeira vez em primeiro de setembro de 2005, como parte de uma rede que incluía também a Rádio Aparecida. Rádio e TV Aparecida se unem em

---

<sup>7</sup> Dados coletados em 10 out 2023

uma mesma identidade visual em 2010 e criam o portal de internet [www.a12.com](http://www.a12.com), que congrega, além dessas mídias, a Rádio POP, a Editora Santuário (de propriedade dos padres redentoristas) e o Santuário Nacional (CUSTÓDIO, 2015). O canal do YouTube da emissora, conforme os dados coletados nesta pesquisa, tem como foco a reprodução de conteúdos exibidos anteriormente em sua grade televisiva - as publicações variam entre programas inteiros e trechos específicos, os chamados “cortes”. De um total de 275 vídeos publicados, apenas um foi classificado como nativo online: uma chamada para um evento que aconteceria no Santuário. Por fim, a TV Aparecida não faz retransmissões de programas específicos, mas mantém uma retransmissão sem interrupções em destaque no canal, intitulada “TV Aparecida - AO VIVO”, em que exhibe exatamente a mesma programação transmitida na TV aberta.

A Rede Século 21 é a mais nova das emissoras aqui pesquisadas, tendo dado início à transmissão para todo o Brasil em 2013. Sediada em Valinhos, no interior de São Paulo, a rede pertence à Associação do Senhor Jesus (ASJ), fundada pelo padre jesuíta Eduardo Dougherty. A ASJ é custeada pela doação de sócios contribuintes e conta com a TV 24 horas no ar e o portal, com notícias, informações e a programação da TV; a Revista Brasil Cristão, com mais de 250 mil exemplares por mês, e a EAD Século 21, portal de Educação a Distância com cursos gratuitos. Foram publicados 116 vídeos no período analisado. A TV Século 21 aposta, majoritariamente, em retransmissões ao vivo de programas, como missas, terços e o programa Mulher.com (62,9% retransmissão; 36,2% TV; e 0,9% online). Os dados nos mostram que esta é mais uma emissora que foca totalmente no conteúdo televisivo, embora mantenha seu canal no YouTube sempre atualizado com parte daquilo que foi exibido em *broadcast*.

A TV Evangelizar, sediada em Curitiba e lançada em 2011 sob o nome TV Lumen, pertence atualmente à Associação Evangelizar é Preciso, mantida pelo Padre Reginaldo Manzotti. Foram publicados no período analisado um total de 287 vídeos, sendo 185 (64,9%) conteúdos provenientes de exibição na TV no formato *on demand*. Na sequência, aparecem mais vezes os conteúdos retransmitidos ao vivo - também a partir da programação na TV: foram 66 (23,2%). O canal traz ainda uma quantidade considerável de vídeos catalogados aqui como exclusivamente online: 36 (11,9%). A maior parte destes conteúdos são pílulas jornalísticas ou apresentação dos participantes do reality show musical organizado pela emissora. Conforme escolha de categorização

desta pesquisa e como os conteúdos não foram possíveis de ter sua exibição comprovada na TV, foram aqui classificados como nativos online.

A Canção Nova é a que mais se diferencia do padrão visto até agora - canais únicos feitos essencialmente para reprodução de conteúdo televisivo. A emissora optou pela criação de canais distintos, sendo que 3 ultrapassam a marca de um milhão de inscritos: um apenas para reprodução ao vivo sem parar do conteúdo exibido na TV; um para a distribuição *on demand* dos conteúdos já exibidos no *broadcast* e; um com conteúdos exclusivos para o meio digital. A Comunidade Canção Nova é uma comunidade carismática católica, fundada por padre Jonas Abib na década de 1970 e reconhecida pelo Pontifício Conselho para os Leigos como associação internacional privada de fiéis, tendo sua sede na cidade de Cachoeira Paulista (SP)<sup>8</sup>. O primeiro canal no YouTube criado pela emissora foi o “TV Canção Nova”, em 2007, atualmente com 2,63 milhões de inscritos<sup>9</sup>. O canal não tem nenhum novo upload desde o início de 2023, sendo composto desde então apenas por vídeos ao vivo de reprodução direta da TV, em fluxo contínuo, com o mesmo link de transmissão podendo ficar ativo por horas, dias ou semanas.

Em 2013, foi criado o Canção Nova Play, canal focado em incluir os conteúdos da programação da TV Canção Nova para consumo no formato *on demand*, seja o programa completo ou trechos pré-selecionados (o que acontece especialmente com o noticiário da emissora) e atualmente com 2,5 milhões de inscritos<sup>10</sup>. No período de coleta desta pesquisa, foram publicados 336 vídeos.

Por fim, o canal Canção Nova Oficial foi lançado em 2014 e é composto por produções pensadas exclusivamente para o digital. Atualmente conta com 1,43 milhões de inscritos. As descrições dos vídeos mostram como a Canção Nova divide bem seus conteúdos. Aqui, cada vídeo tem uma descrição específica de acordo com o conteúdo, diferentemente dos anteriores, que têm descrições genéricas e idênticas para todos os vídeos. No período analisado, foram publicados 35 vídeos.

Ainda há muito a ser estudado sobre o uso do YouTube pelas emissoras católicas de alcance nacional no Brasil, mas o presente trabalho nos permite começar esta análise

---

<sup>8</sup> Mais em <https://comunidade.cancaonova.com/quem-somos/> (acesso em 20 out 2023)

<sup>9</sup> Dado coletado em 20 out 2023

<sup>10</sup> Dado coletado em 22 out 2023

---

a partir de dados e importantes conclusões iniciais, especialmente sobre a predominância de conteúdos televisivos disponibilizados no formato *on demand*.

### **Considerações Finais**

Partindo de dados sobre a quantidade de cristãos no Brasil e da baixa quantidade de trabalhos sobre catolicismo e mídia nos últimos anos em comparação com as pesquisas sobre o universo evangélico, a presente análise busca começar um movimento para preencher esta lacuna, a partir de um olhar voltado para os canais que as redes de TV católicas mantêm no YouTube. Embora diversos trabalhos analisem a programação e a história destas emissoras (CUSTÓDIO, 2013; PLACERES, 2015; ALVES *et al*, 2016), são poucos os trabalhos que se debruçam sobre como elas se comportam nas redes sociais, em especial a plataforma de vídeos do Google. Esta pesquisa começa a abrir esses caminhos.

É importante destacar a demora do catolicismo em investir nas mídias logo que elas surgem, como foi o caso da TV e, posteriormente, das redes sociais, principalmente quando comparados aos neopentecostais. Isso ajudaria a explicar a ainda pouca inovação das emissoras católicas em seus canais no YouTube, tendo como base de seus conteúdos a reprodução do que é exibido no formato *broadcast*, seja a partir de *uploads* posteriores, seja com transmissões em tempo real. A TV Canção Nova, diretamente ligada ao movimento pentecostal Renovação Carismática Católica, é quem começa a mostrar novos caminhos, com diversos canais voltados para diferentes nichos de conteúdo.

Ficaram de fora e merecem ser aprofundados em novas análises pontos como o conteúdo em si dos vídeos publicados nos canais, especialmente os que são produzidos exclusivamente para reprodução online. Mas também uma busca por compreender qual a dinâmica das escolhas sobre quais programas tem *upload* nos canais, qual a lógica sobre os cortes de trechos destas produções, quais conteúdos são escolhidos para retransmissão ao vivo e como as empresas reforçam a comunicação através de descrições e comentários dos vídeos. Além disso, é possível e relevante um comparativo com emissoras evangélicas, buscando entender semelhanças e diferenças entre as maneiras de utilização das redes sociais a partir dos conteúdos em vídeo.

---

## REFERÊNCIAS

AIRES, Janaine Sibebe Freitas.; CÂMARA, Clara; SILVA, Marco Antonio Roxo; SANTOS, Suzy. Quando religião, política e mídia se confundem: as estratégias políticas e midiáticas do PRB, da Record e da Igreja Universal do Reino de Deus. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, v. 19, p. 88-108, 2017. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/155048>.

CANÇÃO NOVA. A Canção Nova é um fruto da Renovação Carismática e para a Renovação Carismática. **Portal Canção Nova**. Disponível em <https://clube.cancaonova.com/outras-materias/a-cancao-nova-e-um-fruto-da-renovacao-carismatica-e-para-a-renovacao-carismatica/>

CUSTÓDIO, Flávio Maia. Urbi et Orbi : uma análise da programação televisual de duas emissoras de TV católicas Canção Nova e TV Aparecida. 2013. 154 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2013

MARTINS, Alysson Viana; RIVERO, Thaís. Da TV à internet, dos televangelistas aos youtubers: apontamentos sobre canais evangélicos no YouTube. **III Seminário Internacional de Pesquisas Em Mídia e Processos Sociais**. 2019

MAYRINK, Manoela. Discurso conservador católico nas redes: a relação de Bernardo Küster com a extrema-direita no YouTube. 2023. 129 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Instituto de Arte e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2023

PANTOJA, João Afonso dos Santos; LISBOA, Kátia Mendonça. "Fala que eu te escuto": um estudo sobre o televangelismo e a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) nas ciências da religião. **Nova Revista Amazônica**, Bragança, v. 8, n. 1, p. 215-227, abr. 2020. Disponível em: <http://repositorio.ufpa.br/jspui/handle/2011/12590>.

PLACERES, Giuliano. A Rede Vida entre a Tv Institucional e o Empreendimento Familiar. **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**. v.19 n.19 p.183-194, jan/dez 2015. Disponível em <https://doi.org/10.15603/2176-0934/aum>