

Rádio e Religião no Rio de Janeiro – Uma pesquisa exploratória sobre as rádios Catedral, Melodia e Rio de Janeiro¹

Cíntia Nascimento RIBEIRO²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)

Resumo

A religião está presente no rádio desde sua primeira transmissão experimental em 1906. No caso específico do Rio de Janeiro, 16 das 42 emissoras AM e FM que podem ser sintonizadas na cidade veiculavam, em 2010, conteúdo predominantemente religioso em sua programação. O presente trabalho, fruto de pesquisa exploratória vinculada a pesquisa de Mestrado em andamento, busca abrir uma discussão sobre esta relação entre fé e radiofonia. Neste primeiro momento, foram analisadas três rádios, Catedral (católica), Melodia (evangélica) e Rio de Janeiro (espírita), buscando-se conhecer sua história e estrutura. Por meio de entrevistas semiestruturadas e abertas, complementadas por dados de audiência referentes a 2014 e 2015 e pesquisas feitas nos sites das emissoras, revela-se como a religiosidade perpassa toda uma cultura organizacional e condiciona a programação veiculada.

Palavras-chave: Comunicação; Rádio; Religião; Rio de Janeiro.

1. Introdução

Este artigo, parte inicial de pesquisa em nível de Mestrado, busca abrir uma discussão sobre a questão das rádios religiosas na configuração midiática da cidade do Rio de Janeiro. Segundo levantamento publicado no livro *Panorama do rádio no Brasil*, 16 das 42 rádios da capital fluminense veiculavam, em 2010, conteúdo predominantemente religioso (RIBEIRO, ABREU e KISCHINHEVSKY, 2011). A maioria destas emissoras apresenta programação que pode ser definida como evangélica neopentecostal, mas tal fato não ocorre apenas no Brasil. Igrejas neopentecostais utilizam a mídia de maneira planejada, em nível internacional, como parte de um projeto evangelizador, mas também político e econômico, mais amplo. No Brasil, a presença destas denominações religiosas nos meios de comunicação não se dá só no rádio: a Igreja Universal do Reino de Deus controla emissoras

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Comunicação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM/UERJ) e integrante do Grupo de Pesquisa Mediações e Interações Radiofônicas. Email: cintia.mestradouej@gmail.com.

de televisão (TV Record) e mídia impressa (jornal *Folha Universal*), além de comandar, só na cidade do Rio de Janeiro, três frequências de radiodifusão sonora – as emissoras Copacabana AM, 104 FM e 105 FM.

A Igreja Católica também utiliza os meios de comunicação para ampliar sua influência, tendo sido pioneira na exploração do rádio com fins religiosos e comunitários na América Latina, já nos anos 1940 e 1950. Outras religiões, como o espiritismo, no entanto, têm pouca representação na mídia.

Nas últimas décadas, a presença de denominações religiosas, controlando emissoras de rádio arrendadas de empresários de comunicação, transformou o dial carioca num balcão de negócios. Estar no ar em AM ou FM representa visibilidade para igrejas que dependem de doações de fiéis para se financiar. O rádio oferece ainda um precioso púlpito eletrônico que pode se tornar palanque: diversos comunicadores conquistaram cargos eletivos na Câmara de Vereadores, na Assembleia Legislativa e mesmo no Congresso Nacional, graças à audiência de seus programas nestas emissoras.

O proselitismo religioso e seus laços com a política partidária regional ajudam a explicar o aquecido mercado de arrendamento de radiofrequências, com dezenas de emissoras trocando de mãos embora a venda de concessões seja vedada por lei. Rádios têm sua programação descaracterizada, mudam de nome ou são deslocadas para outras frequências, sem aviso prévio, causando confusão entre os ouvintes e prejudicando o processo de identificação sociocultural que estabelece vínculos entre a audiência e as emissoras. (RIBEIRO, ABREU e KISCHINHEVSKY, op. cit.)

A presente pesquisa busca mapear o rádio religioso no Rio de Janeiro, investigando a relação que estabelece com sua audiência. Deste universo de 16 emissoras, já foram realizadas entrevistas semiestruturadas com dirigentes e funcionários de três delas, a Catedral (católica), a Rio de Janeiro (espírita) e a Melodia (evangélica). Entre os entrevistados de modo presencial, estão o diretor fundador da rádio Catedral, Adionel Carlos, e o diretor de radiodifusão da rádio Rio de Janeiro, Marcilio Latini. O coordenador de jornalismo da rádio Melodia, Niel Martins, respondeu às questões por email. Serão detalhadas a história e a estrutura destas rádios religiosas, tentando entender como mantêm suas atividades no dial carioca num cenário de grande competitividade.

2. O rádio e a religião

Segundo Campos (2004), a religião está presente no rádio desde a primeira transmissão radiofônica experimental, que foi realizada no dia 24 de dezembro de 1906 por

um engenheiro canadense em Massachusetts, nos Estados Unidos. Foram transmitidas mensagens religiosas e uma leitura do Evangelho de Lucas, falando sobre o nascimento de Jesus Cristo.

Em 1920, foi ao ar a programação da primeira rádio comercial, a KDKA, operada pela Westinghouse Electric. Após dois meses do início das suas atividades, a KDKA começou a transmitir conteúdo religioso oriundo da Calvary Episcopal Church. Outras rádios tiveram histórias semelhantes, tanto que em 1922, existiam 382 emissoras de rádio e em 1927, eram 732. Deste número, 10% pertenciam a movimentos religiosos.

Já na América Latina, o primeiro relato de conteúdo religioso no rádio foi em 24 de dezembro de 1931 em Quito, no Equador, quando a emissora pertencente à *World Radio Missionary Fellowship* começou suas atividades. Denominada “A voz dos Andes”, a emissora continua pregando o evangelho nestes 84 anos.

No Brasil, o primeiro programa a veicular conteúdo religioso foi *A voz da profecia*, que foi transmitido pela primeira vez em 23 de setembro de 1943. O programa era elaborado pela Igreja Adventista do Sétimo Dia e transmitido em 17 emissoras do país.

Meditação Matinal foi outro programa religioso que se destacou nas primeiras décadas do rádio no Brasil. Era apresentado pelo pastor presbiteriano Reverendo José Borges dos Santos Jr. inicialmente na Rádio Tupi São Paulo, tendo apoio financeiro do Banco Bradesco. Em um segundo momento o programa passou a ser transmitido pela Rádio Bandeirantes, que tentou algumas vezes tirá-lo do ar, mas não conseguiu.

Em 1969, como foi registrado por Tarcis Prado, havia 64 programas radiofônicos evangélicos na Grande São Paulo. Desses programas, 34,3% eram pentecostais; 9,3% adventistas; 9,3% presbiterianos; 12,5% batistas e 34,3% de outras denominações não especificadas. (CAMPOS, 2004, p.8)

Hoje, as rádios religiosas têm grande influência no cenário midiático brasileiro. “Como indicam os dados coletados, cerca de 40% das redes de rádio brasileiras estão vinculadas a grupos religiosos – e ainda há que se considerar as pequenas emissoras, rádios comunitárias e webrádios” (PRATA, 2014, p. 13). Representa, desta forma, uma significativa parcela do mercado radiofônico brasileiro na atualidade.

A rádio Melodia, no Rio de Janeiro, por exemplo, está entre as mais ouvidas do estado. Na pesquisa do Ibope divulgada em 8 de julho de 2014, o veículo ficou em primeiro lugar geral na audiência em FM, posição geralmente ocupada na última década pela popular FM O Dia. Nos últimos anos, destacam-se em sua programação políticos como Anthony

Garotinho, ex-governador do Estado do Rio de Janeiro, e Eduardo Cunha, atual presidente da Câmara dos Deputados, com seus comentários sobre o cenário político.

O pesquisador José Ozean Gomes assinala, em pesquisa sobre a relação entre evangélicos e rádios comunitárias, que há uma “utilização da programação para palco eleitoral de pastores e políticos partidários aos grupos religiosos, proprietários das rádios” (2008, p.9).

José Carvalho tem um olhar distinto sobre essa relação entre religião e mídia:

A questão é complexa e delicada para um pensador cristão, porque Jesus Cristo neste momento é, para uma grande faixa desses movimentos evangélicos (...) um produto audiovisual. O mercado midiático é fundamentalmente um mercado de produtos audiovisuais, e Jesus é um deles, a tal ponto que, teoricamente, não faz sentido isolar o canal que transmite a mensagem de Cristo dos canais que vendem qualquer outro produto, como esporte, por exemplo. E não só Cristo adquire esse estatuto virtual, dessubstancializado: também os pastores dos ministérios audiovisuais são, para 99% de seus seguidores, seres de existência basicamente virtual. (CARVALHO, 1997, p.17)

3. Rádio no Brasil: disposições legais

No Brasil, os pedidos de outorga e renovação de outorga são analisados no âmbito do Ministério das Comunicações e da Presidência da República. “No ministério, concentra-se a maior parte dos trâmites necessários à outorga ou à renovação. Já a Presidência tem uma responsabilidade de caráter menos técnico e mais político” (LOPES, 2011, *online*)

Todo trâmite no Ministério das Comunicações ocorre no Departamento de Outorgas de Serviços de Radiodifusão da Secretaria de Serviços de Comunicação Eletrônica. Segundo Lopes, para as outorgas comerciais e educativas a avaliação passa por duas coordenações: a de regime legal de outorgas (análise da parte jurídica) e a de engenharia de outorgas (análise da parte técnica). Já as rádios comunitárias são avaliadas por uma coordenação específica que cuida das duas partes concomitantemente.

Após esta fase, os processos são dirigidos para a Consultoria Jurídica do Ministério, que faz a revisão antes de enviar para a Presidência da República, que faz a análise final dos processos de outorga e renovação de outorga de radiodifusão.

O Código Brasileiro de Telecomunicações contempla três tipos de outorga: “radiodifusão comercial”, “radiodifusão educativa” ou “radiodifusão comunitária”. Para a radiodifusão comercial, qualquer interessado pode se candidatar quando o edital for

lançado; passando por três etapas no processo: habilitação, avaliação da proposta técnica e análise e julgamento da proposta de preço.

Já a radiodifusão educativa é destinada à veiculação de programas educativo-culturais. O proponente precisa ser ou pessoa de direito público interno ou fundação. Serviços de radiodifusão comunitária só podem ser prestados por fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, com sede na localidade onde o serviço será prestado. Além de serem constituídas por brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos, maiores de 21 anos ou emancipados. Seus diretores não podem ser sócios ou administradores de algum tipo de radiodifusão ou televisão por assinatura. No estatuto da empresa deve constar o objetivo de “prestar os serviços de radiodifusão comunitária”.

Há um silêncio na legislação sobre o avanço da religião nos meios de comunicação. No Código Brasileiro de Telecomunicações, de 1962, a única menção à palavra encontra-se no artigo 53, que trata de coibir abuso “no exercício de liberdade da radiodifusão”. No item “e”, o código, pela redação dada em 1968, considera crime ou contravenção “promover campanha discriminatória de classe, cor, raça ou religião” através deste meio de comunicação³.

4. Financiamento coletivo e as rádios religiosas

Financiamento coletivo ou *crowdfunding* é uma forma de captação de recurso bem anterior à internet, que remonta, na radiodifusão sonora, às pioneiras rádio sociedades dos anos 1920. No âmbito da radiodifusão religiosa, podemos pensar nesta modalidade como uma forma de subsistência para alguns veículos através de recursos advindos de fiéis e ouvintes. Na verdade, pode-se dizer não apenas em forma de subsistência, mas como uma ideologia, por olharem o dinheiro recebido por doações como mais “limpo” do que o recebido através de publicidade ou apoios culturais. Existe uma forte relação entre religião, rádio e fiel, muitos acreditam que estas rádios são uma forma de conexão com o divino. Por essa lógica, o fiel patrocina para que o sacro não se perca através do capitalismo presente em outros tipos de emissoras.

O método é utilizado pelas três rádios religiosas analisadas: Catedral 106,7 FM, Rio de Janeiro 1400 AM e Melodia 97,3 FM. Na rádio Catedral, 90% do custeio de suas atividades são oriundos dos “Amigos da rádio”, grupo de fiéis que fazem doações mensais,

³ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4117.htm. Última consulta: 6/8/2015.

um modelo de captação realizado desde a idealização do veículo, em 1992. Na rádio Rio de Janeiro, o número cai para 75%, não deixando de ser bem expressiva esta forma de captação de recurso. A rádio Melodia informa que também adota este método de financiamento, porém não detalha nem porcentagem, nem o número de fiéis que fazem doações.

A influência pentecostal protestante, e também católica, tem premissas diferentes das emissoras que trabalham comercialmente, no que diz respeito à abordagem da comunicação e, sobretudo, da manutenção dos veículos de comunicação. Enquanto a radiodifusão se estruturou segundo o sistema brasileiro, onde a mídia eletrônica é mantida pela publicidade ou apoios culturais, de acordo com a forma de concessão, esse modelo entende que os fiéis devem manter os programas com doações. Criou-se também a modalidade do “Clube dos sócios”, ou dos amigos, para caracterizar as contribuições voluntárias dos ouvintes. (CORAZZA, s/d)

Então, para compreender o universo particular das rádios religiosas, é preciso também entender esta ideologia própria deste segmento de radiodifusão no país. Este modelo de financiamento não é adotado por emissoras não religiosas e poderia ser uma alternativa, neste momento de crise no mercado de comunicação não só brasileiro, mas mundial, em que se buscam cada vez mais formas alternativas de subsistência.

5. Rádio Catedral

A rádio Catedral FM, foi fundada em 8 de dezembro de 1992 pelo então cardeal Dom Eugênio Sales, por Adionel Carlos Cunha e pelo Cônego Abílio de Vasconcelos, para ser a rádio oficial da Arquidiocese São Sebastião do Rio de Janeiro. Sua outorga é vinculada à cidade de São Gonçalo, mas o sinal da emissora alcança toda a cidade do Rio de Janeiro, Grande Rio e cidades circunvizinhas.

Por sua outorga ser para “radiodifusão educativa”, a rádio catedral não é vinculada diretamente à Arquidiocese, mas à Fundação Cultural, Educacional e de Radiodifusão Catedral de São Sebastião do Rio de Janeiro Ltda. Mas está habilitada para veicular conteúdo comercial, segundo o edital que norteou a disputa pela frequência, uma das últimas concessões ocorridas no Grande Rio, onde o dial já se encontrava saturado.

A rádio Catedral é essencialmente católica, seu principal objetivo é levar a mensagem do Evangelho tanto para quem já conhece e pertence à igreja como para os que não fazem parte da religião. Contudo, sempre transmitiu conteúdos jornalísticos e músicas

ditas “profanas”, de forma a abranger um público maior. Sempre buscou dinamismo em suas transmissões como, por exemplo, na transmissão da oração do terço direto de paróquias de toda a cidade, shows de bandas católicas e padres cantores, cobertura de procissões ao vivo. Aos sábados, apresenta ainda a Revista Jovem, programa de 25 minutos de duração produzido por estudantes de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio).

Segundo dados do Ibope de março de 2015, que foram fornecidos pela própria rádio, a Catedral FM ocupa o 14º lugar na audiência no Rio de Janeiro, contabilizando 10.843 ouvintes por minuto, em média. A maioria dos ouvintes é do sexo feminino (8.849), com mais de 60 anos (4.184), das classes AB (4.371) e residente da Zona Oeste do Rio de Janeiro (2.428).

Com mais de 60 funcionários, a rádio tem como diretor presidente o arcebispo do Rio de Janeiro, Dom Orani João Tempesta; diretor geral, Cônego Marcos William Bernardo; diretor administrativo e financeiro Padre Klepler Magalhães da Silva Porto Freitas; e diretor adjunto Padre José Brito Terceiro. Além da equipe de funcionários, a rádio conta com a ajuda de muitos voluntários, que atuam tanto apresentando programas, como atendendo telefones e outras atividades relevantes para o funcionamento da rádio, que, apesar da expressiva rede de fiéis doadores, conta com poucos recursos financeiros.

Segundo o diretor administrativo e financeiro, os recursos da rádio são advindos de 90% da ajuda dos *Amigos da Rádio* (cerca de 25 mil inscritos), ouvintes fiéis que colaboram regularmente para a manutenção da emissora. Já os 10% restantes são oriundos, na maioria, da publicidade de empresas católicas ou não e também da divulgação de eventos.

6. Rádio Rio de Janeiro

A rádio Rio de Janeiro, fundada em 1971, é uma rádio comercial que divulga a “Doutrina dos espíritos”, codificada por Allan Kardec, em 1854, em *O livro dos espíritos*. A rádio pertence à Fundação Cristã-Espírita Cultural Paulo Tarso (Funtarso), que é vinculada à Federação Espírita Brasileira (FEB).

Na sua programação, além de conteúdo religioso também estão presentes música brasileira e internacional, programas sobre ecologia, saúde e bem estar, jornalismo e

trânsito. Vale ressaltar que a lei obriga que 5% da programação seja de conteúdo noticioso, o que, segundo a direção, é cumprido à risca pela rádio.

Cerca de 70% da receita da rádio é advinda de doações, através do *Clube da Fraternidade*. O ouvinte que participa recebe mensalmente o boleto em sua residência junto com informações sobre a rádio. Os outros 30% são oriundos da publicidade, não apenas de produtos religiosos, mas qualquer que não atente contra o código de ética da instituição, como comerciais de bebidas alcólicas, entre outros que vão contra a filosofia do espiritismo.

A rádio conta com cerca de 40 funcionários e três estagiários. É presidida por Gerson Simões Monteiro e como vice Roberto Vitorino. Claudia dos Santos é a diretora de marketing; Marcílio Latini, de radiodifusão; Marcus de Mario, diretor cultural; Martha Baptista, diretora secretária; Waldemir Cruz, diretor administrativo; e Antonio Videira, diretor tesoureiro. Tanto os ocupantes da presidência como da diretoria são voluntários.

7. Rádio Melodia

A rádio foi inaugurada em 1986, na cidade de Petrópolis, pelo empresário Francisco Silva, que fora apresentador de programas evangélicos em emissoras AM nos anos 60. Sendo a primeira emissora a veicular apenas programação evangélica no país.

Em 1987, toda sua programação foi remodelada e em sua grade passou a ter uma programação musical popular e sem restrições de estilos, ritmos ou denominações. Durante toda sua programação diária, duas horas são destinadas à veiculação de conteúdo noticioso.

Em 2001, foi a primeira rádio evangélica a ser líder de audiência no Rio de Janeiro, tal fato se repetiu em 2014, mas em 2015 caiu para a segunda posição. Segundo pesquisa realizada pelo Ibope entre abril e junho de 2015, disponível no site da emissora, a maioria dos ouvintes reside na Baixada (85.514), é da classe C (180.023) e com a faixa etária de 40 a 49 anos (72.735).

Através da seguinte divulgação feita pela instituição no seu endereço virtual, podemos ter ideia da dimensão desta rádio e assim ter base para compreender a audiência que mobiliza:

Melodia FM é também a emissora de maior alcance no estado, cobrindo uma área que se estende desde a região dos lagos, atravessando a região serrana em

torno de Petrópolis, chegando até Juiz de Fora-MG, e atingindo diversos municípios até Paraty-RJ.⁴

Em relação às duas outras rádios analisadas neste artigo, a Melodia tem uma característica diferente, ela não é ligada a nenhuma religião específica, ela veicula conteúdo de diversas vertentes evangélicas, organizando-se como uma rádio comercial como qualquer outra presente no dial. Mas mesmo assim utiliza da doação dos ouvintes para manutenção das suas atividades.

Seu dono, Francisco Silva, que até hoje apresenta o programa “Cristo em Casa” que vai ao ar todos os dias da semana às 21h30 na emissora, foi deputado federal por três mandatos consecutivos, o último terminando em 2003. Seu filho, Fábio Silva, além de apresentar o programa “A Grande Parada” aos domingos entre 13h e 15h30 na rádio Melodia, exerce seu terceiro mandato como deputado estadual no Rio de Janeiro, dando continuidade à vida política do pai.

8. Considerações

Este artigo buscou introduzir uma discussão acerca da religião nas rádios do estado do Rio de Janeiro, além de apresentar a parte inicial da pesquisa de Mestrado realizada pela autora. Embora possam ser rotuladas como emissoras religiosas, a rádio Catedral, católica, a Melodia, evangélica, e a Rio de Janeiro, espírita, apresentam particularidades, tanto em suas programações como em suas estruturas e nos discursos que acionam em suas programações. Um exemplo que define tal diversidade é que a rádio Catedral se categoriza como educativa e a Melodia e a Rio de Janeiro, como comerciais. Porém, entre a Rio de Janeiro e a Melodia existe uma grande diferença, pois esta última tem o caráter comercial como prioridade, tanto que não é ligada a igreja alguma e está sempre entre as mais ouvidas do estado.

As três rádios analisadas para este texto inicial utilizam do financiamento coletivo para custear suas atividades, o que é uma forma bem peculiar diante das outras emissoras, sendo de rádio ou TV. Das entrevistas, emerge a noção de que o dinheiro de doações seria mais *limpo* que o de publicidade.

⁴ Disponível em: <http://www.melodia.com.br/a-radio>, acesso em: 03/07/2015.

Pode-se pensar por meio dos dados apresentados no decorrer deste artigo que existe uma fidelidade do ouvinte que busca ouvir conteúdo religioso com estas rádios. Tanto para mantê-la com as doações feitas, como pela audiência. Percebe-se uma grande importância estudar a religião nos meios de comunicação, de uma forma política, econômica, mas principalmente social.

Estas são apenas reflexões preliminares de um estudo que ainda será aprofundado.

9. Referências bibliográficas

CAMPOS, Leonildo Silveira. **Evangélicos, pentecostais e carismáticos na mídia radiofônica e televisiva.** Revista da USP, n°61, março-maio de 2004. Disponível em <http://www.usp.br/revistausp/61/15-leonildo.pdf>. Data de acesso: 30/06/2015.

CARVALHO, José Jorge. **Religião, mídia e os predicamos da convivência pluralista.** Série Antropologia da UnB, n°226. Brasília, 1997. Disponível em: <http://www.dan.unb.br/images/doc/Serie226emppdf.pdf>. Data de acesso: 05/07/2015.

CORAZZA, Helena. **A missão das rádios católicas.** Disponível em: <http://www.paulinas.org.br/sepac/pt-br/?system=paginas&action=read&id=1675>. Data de acesso: 02/07/2015.

GOMES, José Ozean. **Diversidade religiosa e mídia radiofônica: o uso das rádios comunitárias por instituições evangélicas no Brasil.** São Paulo: Eclesiocom 2011, GT3.

LOPES, Cristiano Aguiar. **Regulação da Radiodifusão Educativa.** Disponível em: http://www2.camara.leg.br/documentos-e-pesquisa/publicacoes/estnottec/areas-da-conle/tema4/2011_63.pdf. Data de acesso: 30/06/2015.

PRATA, Nair (Org.). **Panorama do rádio no Brasil.** Florianópolis: Insular, 2011.

_____. **Panorama do rádio religioso no Brasil.** Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). Foz do Iguaçu: 2-5 setembro de 2014.

RIBEIRO, Adriana; ABREU, João Batista; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Panorama do rádio no Rio de Janeiro. In: PRATA, Nair (Org.). *Panorama do rádio no Brasil.* v. 1, p. 421-458. Florianópolis: Insular, 2011.