



A Música Religiosa Inserida nas Programações Radiofônicas:¹

Rozana Maria Feitoza LÔBO²

Mauricio Montecinos Billeke CHRISTIAN³

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró/RN.

RESUMO

Esse artigo tem como objetivo discorrer sobre a música religiosa nos programas radiofônicos populares em especial o ‘Programa: Manhã de Sucesso’ da Rádio FM 95⁴. Utilizaremos como referencial teórico, pesquisas bibliográficas, trabalhos acadêmicos, acerca do assunto, assim como fundamentamos nas teorias da comunicação de Adorno e Horkheimer (2006). As músicas religiosas tocadas nas rádios tem o objetivo de evangelizar, sem deixar de ser uma mercadoria comercializada pelos meios de comunicação, acontecendo assim sua massificação, onde o ouvinte é o consumidor e a música o produto, mesmo no caso da música religiosa. Essa observação nos mostrou qual é o mais novo horizonte de propagação da mensagem religiosa, assumindo novos contornos através dos meios massivos, com ênfase no rádio, levando simultaneamente Fé e entretenimento.

PALAVRAS-CHAVE: Programa radiofônico; Música Religiosa, Massificação, Fé e Entretenimento.

1. INTRODUÇÃO:

Revedo os conceitos sobre a música religiosa, no que diz respeito ao seu valor e a sua relevância para a religião, em função da massificação, estarei questionando até que ponto este fenômeno influencia a vida espiritual e se corremos o risco, ou não, de usufruirmos plenamente de tudo que este tipo musical tocado em rádios seculares podem nos proporcionar. Da mesma maneira questionarei a postura dos ouvintes desses programas, e o papel real de evangelização da música religiosa está sendo desfigurado.

Ao escutarmos a música religiosa, da mesma maneira que as músicas populares como uma ‘coisa’, um objeto a ser consumido imediatamente, reduzimos a possibilidade desta manifestação de sentido espiritual da Fé ou a transformamos numa experiência emocional mais profunda, como proposto na crítica Adorniana (2006).

¹ Trabalho apresentado no IJ V – Rádio, TV e Internet do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

² Estudante de Graduação – 7º Período do Curso de Comunicação Social / Radialismo da UERN – Trabalho apresentado como pré-requisito para a Disciplina Seminários Avançados do Curso de Comunicação Social Habilitação: Radialismo da UERN, e-mail: armandorozanalobo@hotmail.com.

³ Orientador e Professor da Disciplina Seminários Avançados, do 7º período do curso de Comunicação Social – Radialismo, da UERN.

⁴ Rádio 95 – FM 95,7 MHz - Site: <http://portaltcm.com.br> – Gênero Popular



Neste caso a música transforma-se, num simples objeto de consumo, causando a perda de sua relevância, esta observação de Adorno e confirmada por Horkheimer (2006), quando concordam com essa perda de relevância, assim como acontece com a música da Igreja, ao ser massificada pelas rádios populares.

Entendemos que as músicas religiosas tocadas no espaço religioso, e as mesmas encontradas nas ondas das rádios comuns e misturadas as músicas populares, apresentam uma postura diferenciada, fora que, do ponto de vista da doutrina Adorniana, deveria ser usada como uma das mais preciosas formas de expressão de sentimento de fé e referência para com o sagrado. Porém, sabemos que a música religiosa nos programas de rádio tocadas no dia a dia é apenas um produto que se poderia chamar de passatempo religioso.

Com essa prática midiática, através de seus distintos dispositivos, constrói-se novos modos e meios de vivenciar e praticar a religiosidade, que hoje podemos entender o contexto da midiática da sociedade como um todo. Assim, vemos os meios de comunicação, em especial a rádio, viverem num círculo de estímulo/respostas que interferem em nossas sensações.

Portanto, tentaremos nos aprofundar nos apontamentos para respostas aos questionamentos levantados: as músicas religiosas, com a missão da evangelização a partir da massificação, permanecem com o louvor religioso, ou simplesmente assume a função de entretenimento?

Resta-nos saber, através desse estudo, se a religião investe nesse meio midiático com o intuito de levar a fé através das suas músicas e evangelizar a todos usando os meios vigentes para atingir seus objetivos ou, se simplesmente se posiciona como mais um produto a ser consumido pelos ouvintes das rádios.

Para podermos analisar as músicas religiosas inseridas nas programações radiofônicas, faremos um breve histórico da música na religião. E em seguida, analisaremos em profundidade a utilização da mídia para evangelização e a massificação da Fé. No programa: Manhã de Sucesso da Rádio FM 95, pelo qual optou-se para esta pesquisa por um programa de entretenimento com vários blocos, no qual é possível escutar todos os estilos de música, com participação dos ouvintes, horóscopos, novelas, informações, utilidade pública, sorteios, além de oração, reflexão e músicas religiosas, etc.



Parece, portanto importante de se fazer um estudo sobre essa realidade tão presente nas transmissões radiofônicas, e com essa massificação da música religiosa que a tira do contexto, para leva-la às rádios populares em meio ao entretenimento.

2. A MÚSICA NA RELIGIÃO

A comunicação, desde os primórdios é utilizada como mecanismo de construção, de desenvolvimento e diálogo entre os povos, por ser uma necessidade básica da pessoa humana. No tocante a música, podemos observar que em toda a história da humanidade nos deparamos com a música fazendo parte da vida do povo.

A música a ser tocada numa programação radiofônica chega ao cotidiano do ouvinte, se tornando uma linguagem em liberdade, feita de assonâncias, consonâncias, dissonâncias, rimas e imagens sonoras. Vanoye (1977, apud DE ABREU, 2011) escreve que : *“Uma boa canção é também algo que se compreende (a que se intui) facilmente e que se retêm na memória”*.

O mesmo autor nos relata que desde os tempos primitivos existe música e magia, *“cantos associados a preces ou magias, narrativas sob a forma de salmos e cânticos populares podiam exprimir sentimentos religiosos ou profanos”* (Vanoye, 1977, apud DE ABREU, 2011, pág. 116).

Santo Agostinho⁵, autor de grande valor na história como teólogo, fez menção à música religiosa, a qual deveria fazer parte do culto como ferramenta de adoração a Deus tendo, através da emoção que transmite, um papel importante na vida espiritual do religioso.

“Quando chorei ouvindo vossos hinos, vossos cânticos, os alentos suaves que escoavam em vossa Igreja! Que emoção me causava! Fluíam em meu ouvido destilando a verdade em meu coração. Um grande elo de piedade me elevava e as lágrimas corriam-me pela face, mas me faziam bem. (Agostinho In: Moraes, 2012, SP – Apud ROCHA.)”.

O papel da música religiosa é de suma importância por causar um bem estar profundo quando é ouvida, se tornando um mecanismo utilizado pelos ‘fiéis’ para se conseguir um ambiente adequado, no qual se possa chegar ao objetivo das religiões que é a aproximação com Deus (Faustini, 1973 apud ROCHA, 2000).

O reconhecimento da importância da música pela Igreja e a sua influência na vida dos fiéis, proporciona uma contribuição: levar ao ser humano uma ajuda nesse

⁵ Santo Agostinho foi um bispo, escritor, teólogo, filósofo, um Padre latino e Doutor da Igreja Católica. Agostinho é uma das figuras mais importantes no desenvolvimento do cristianismo no Ocidente, sendo o diretor da Igreja Católica – Século XV. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Agostinho de Hipona](http://pt.wikipedia.org/wiki/Agostinho_de_Hipona)> Acesso em 03/02/2014.



desenvolvimento racional e espiritual ao ouvir e refletir as letras das músicas religiosas. Segundo Marmontel (apud COUTINHO, 2008, pág. 24), “*a música é incontestavelmente de todas as artes, aquela que reflete de uma maneira mais sensível o grau de desenvolvimento espiritual de um povo*”.

Outra personalidade na história da Igreja nos fala sobre a música e seus efeitos no desenvolvimento social de uma pessoa. Efetivamente Lutero⁶ não deixa dúvidas em seus escritos sobre os efeitos racionais intelectuais e emocionais que a música traz para nossa formação social, acreditando que a música religiosa é uma dádiva de Deus e deve ser usada para o louvor e propagação do evangelho.

“A música é filha do céu, e o homem que verdadeiramente a ama não pode ter senão bons sentimentos. Eu não tenho consideração alguma por um povo que não saiba cantar. Aqueles que ficam insensíveis à música são corações secos, que só posso comparar com pedaços de madeira” (LUTERO in: TIEDT, 2011, s.p. apud ROCHA e DE OLIVEIRA, pág. 05)

Assim sendo, a única coisa comum a todas as culturas é a música, onde cada uma tem o seu próprio estilo, fazendo parte também das religiões, que se ligam a esse meio de comunicação. A escritora adventista Ellen G. White (1970)⁷, faz referência ao uso da música pelas Igrejas, colocando que esta é uma ferramenta essencial para a transmissão dos ensinamentos de Cristo, mas que devemos ter o cuidado de não utilizá-la somente para causar emoção nas pessoas, mas sim como forma de mudar a vida dos fiéis pela aproximação ao Divino.

3. A MÍDIA E A EVANGELIZAÇÃO

A Igreja, atenta aos avanços tecnológicos, busca estar presente no cenário mundial, atualizando-se nas tecnologias avançadas e utilizando-se dos meios de comunicação para a sua missão: a evangelização. Assim, utilizar a rádio como instrumento de evangelização.⁸

As músicas religiosas, a serem usadas na mídia, em especial nos programas radiofônicos, trazem a idéia de levar ao seu público – os ouvintes – a verdade da fé,

⁶ “*Martinho Lutero foi um sacerdote católico agostiniano e professor de teologia germânico que foi figura central da Reforma Protestante (...) Lutero ensinava que a salvação não se consegue com boas ações, mas é um livre presente de Deus, recebida apenas pela graça, através da fé em Jesus como único redentor do pecador.*” Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Martinho_Lutero> Acesso em 03/02/2014.

⁷ Escritora da Igreja adventista - (White, 1970, p. 500-12, apud ROCHA e DE OLIVEIRA).

⁸ Documento CNBB – Comissão Nacional dos Bispos do Brasil. Igreja e Comunicação: Rumo ao novo milênio; Conclusões e Compromissos, Documento 59, pág 25, ano 1997.



como expressão da espiritualidade. Assim, pode-se compreender qual é o intuito do uso das rádios pela religião.

A mídia, por ser um veículo de grande importância na divulgação da cultura na sociedade contemporânea, domina o lazer, a cultura e até mesmo a própria religião. De modo que os meios de comunicação, estão se constituindo como principal veículo da distribuição e disseminação desta e dos ideais apresentados nos dias atuais.

De acordo com o pensamento de Fausto Neto (2005), o qual considera a midiaticização como produtora de fatos que afetam as formas de vida, podemos verificar nos documentos da Igreja a mesma orientação com seus fiéis e seguidores:

“(...) A igreja tem, pois, um direito radical de possuir e usar destes meios, como úteis a educação cristã e ao seu trabalho em vista da salvação das almas, os portadores tem a incumbência de formar e orientar os fiéis no uso desses meios em vista de seu próprio aperfeiçoamento de toda família humana (...)”
(InterMirifica, 2007, p.07)

A religião e a rádio têm uma relação de proximidade (Campos, 2004), e o crescimento tecnológico, além da evolução dos meios de comunicação, levam as igrejas a se preocuparem com a sua utilização, buscando aprimorar e tomar posse desse ‘novo jeito’ de consumir a Fé.

Áreas (2007) nos fala que “*na contemporaneidade, a comunicação religiosa assumiu novos contornos com a utilização dos meios de comunicação de massa. Hoje as igrejas encontram-se irremediavelmente submissas às parafernálias de símbolos e apelos midiáticos*”, onde a midiaticização religiosa afeta as práticas sociais ao usar os meios como um novo modo de fazer religião.

As músicas inseridas nas programações radiofônicas populares, se tornam um instrumento de suma importância para as religiões, já que a manipulação dos meios é feita igualmente pelas estruturas religiosas, pois as músicas religiosas inseridas nos programas radiofônicos, aderem a demanda de consumidores. Assim, mesmo tendo, em geral, objetivos distintos, as empresas radiais e as igrejas não são diferentes (HOHLFELDT, 2001)⁹.

A Igreja impulsionada pelas palavras encontradas na Bíblia Sagrada¹⁰, busca os meios de comunicação para cumprir a ordem de sair pelo mundo e pregar o evangelho a todo a criatura, como nos é retratado na passagem bíblica ‘I Cor 9-16’. E a partir dessa

⁹ HOHLFELDT, Antônio. 2001, pág. 142-143

¹⁰ “**Bíblia** (do grego βιβλία, plural de βιβλίον, transl. bíblion, "rolo" ou "livro") é o texto religioso de valor sagrado para o Cristianismo, em que a interpretação religiosa do motivo da existência do homem na Terra sob a perspectiva judaica é narrada por humanos. É considerada pela Igreja como divinamente inspirada.” Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/B%C3%ADblia_sagrada> Acesso em 03/02/2014. – (I Cor. 9-16).



relação, a mídia e a evangelização, a partir dessa relação, visam à vivência particular do histórico religioso e pessoal, proporcionado pela transmissão da Fé através das músicas religiosas veiculadas com o intuito de evangelizar os ouvintes que estão inseridos nessas práticas sociais, hoje, a cada vez mais, midiaticizadas. (Borelli, 2004)¹¹.

A história da mídia radiofônica se desenvolve numa relação indissociável com a religião, e isso pode ser comprovado a partir do fato e que a primeira transmissão radiofônica experimental nos EUA teve a presença da religião (Campos 2004). Mesmo hoje, depois de tanto tempo, as Igrejas, em especial a Católica, utiliza os meios de comunicação para transmitir a sua mensagem, como fazemos constar na palavras do Sumo Pontífice:

“A vós queridos sacerdotes, renovo o convite a que aproveitem com sabedoria as singulares oportunidades oferecidas pela comunicação moderna. Que o Senhor vos torne apaixonados anunciadores da Boa Nova na <<agora>> moderna criada pelos meios atuais de comunicação. (Bento XVI, 2010)¹²

4. A MASSIFICAÇÃO DA MÚSICA RELIGIOSA

As Paulinas – COMEP¹³ foram fundadas há meio século por um sacerdote de origem italiana, e é dirigida por freiras católicas cujo apostolado se concentra, particularmente, na utilização dos meios de comunicação social com vistas à propagação da fé e da doutrina católica. Atualmente é a maior gravadora católica do país¹⁴.

Segundo a lógica de Indústria Cultural, todo e qualquer produto cultural – um filme, um programa de rádio ou televisão, um artigo em revista, etc. – não passa de uma mercadoria submetida às mesmas leis de produção capitalista que incidem sobre quaisquer produtos industrializados (Moreno, 2007)¹⁵.

“Pesquisa do sociólogo Alexandre Brasil Fonseca, da USP, revela um fenômeno curioso nas conversões religiosas no país, ela mostra que o brasileiro está tratando a religião como objeto de consumo” (Revista Época, seção periscópio, 16 maio 1990, pág. 15 apud FERREIRA, 2012)¹⁶.

¹¹ BORELLI, Viviane, Mídia e Religião: Um estudo de recepção, 2004, pág 11

¹² Mensagem do Papa Bento XVI para a 44^o Dia Mundial das comunicações, 2010. (hoje Papa Emérito)

¹³ COMEP: Comunicação Musical Editora Paulinas.

¹⁴Um pouco de nossa história – Paulinas – COMEP Disponível em: <<http://www.paulinas.org.br/comep/?system=paginas&id=348&action=read>> Acesso em 03/02/2014

¹⁵ MORENO, Carlos. 2007 – A Contemporaneidade da teoria crítica no estudo de comunicação

¹⁶ Revista Veja, seção periscópio, 16 maio 1990, pág. 15 – apud FERREIRA, 2012: Padres artistas: o novo lugar do sacerdote no imaginário católico popular.



Adorno (2011) afirma que os meios de comunicação, como um todo, criam uma espécie de padronização da sociedade. Além do que, a música tem sido uma das mais poderosas armas para atingir este alvo.

Ao escutarmos uma música, que têm o poder de interferir em nossas emoções, pelo rádio, é o estímulo causado pelo meio de comunicação que nos leva a ter alguma reação, esperada, ou não. Tornando assim o produto radial, algo que é desejado, que os ouvintes buscam ouvir através de meios comerciais. Assim, ADORNO afirma que “*este molde simplório, ao qual submetemos a música, é um reflexo de nossos conceitos axiológicos atuais, a ‘coisificação’ da música*” (Adorno, 1996, pág. 80)¹⁷.

Essa massificação pode ser explicada de forma clara quando se volta para a música, pois esse precioso bem, inserido na programação, transforma-se numa simples ‘coisa’ que acaba sendo consumida.

A música religiosa a ser inserida nos meios de comunicação, através de um programa de rádio popular, torna-se um produto que é comercializado pelas ondas da rádio, onde talvez tenha perdido o seu real significado evangélico ou espiritual.

5. A FM 95: “MANHÃ DE SUCESSO” – UM PROGRAMA RADIOFÔNICO POPULAR COM MÚSICAS RELIGIOSAS INSERIDAS EM SUA GRADE MUSICAL

Um programa radiofônico musical tem o intuito de informar, entreter, alegrar os ouvintes em suas residências, trabalho, carro, hospitais, aparelhos móveis (celulares), etc. Podendo variar os estilos musicais, e “*como o próprio nome indica é o formato que tem como mote a música, com conteúdo e plástica diferenciadas, abre espaço para a difusão dos mais diferentes gêneros*” (BARBOSA, 2009, pág. 115)

As religiões buscam a evangelização através das músicas nas rádios, pois este meio de comunicação, por sua vez, busca agradar seus ouvintes conquistar a audiência. Para isso ofertam ‘produtos’ diferenciados que criam novos hábitos de audiência e findam assim se adequando de forma qualificada a nova roupagem (Barbosa Filho, 2009).

Sodre (2009), corroborando esse pensamento, esclarece que “*O rádio se utiliza de sua alta acessibilidade para também refletir esse processo de pluralismo das ofertas*

¹⁷ Adorno, 1996, pág. 80



religiosas”. Lembrando que a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, por exemplo, nasceu com a vocação eminentemente educativa e tendo como objetivo levar ao seu público um pouco de educação, de ensino e de alegria, sendo o princípio fundamental da nova época da era da comunicação de massa. (COSTELLA, 2002).

Nas palavras inspiradoras e idealistas de Roguette Pinto (apud COSTELLA 2002, pág. 178) “*todos os lares espalhados pelo imenso território do Brasil receberão, livremente, o conforto moral da ciência e da arte; a paz será realidade definitiva entre as nações*”.

Para esse fim, inicialmente, as rádios usavam a frequência de Amplitude Modular (AM) e tiveram as suas primeiras transmissões asseguradas pelo engenheiro canadense Reginald Fessendese. Nos seus primeiros anos de uso, a rádio era utilizada para a transmissão de músicas e recados diversos, fato este que somente mudou a partir de 1920 com o surgimento das rádios comerciais.

Na cidade de Mossoró, nos dias de hoje, há vários programas que usam em suas grades musicais as músicas religiosas. No entanto selecionamos o programa Manhã de Sucesso, transmitido pela Rádio FM 95 de segunda a sábado, no horário das 08 às 12hs da manhã apresentado pelos radialistas Beri Soares, e Elisangela Silva destinado ao público em geral. Sua programação consiste em uma seleção de música de todos os gêneros, incluindo também músicas religiosas, informações variadas, entretenimento, prestações de serviços, além de momentos oracionais. Essa escolha, por este programa de rádio da Rádio FM 95, se deu por uma questão apenas de recorte com o fim de delimitação.

Analisou-se tematicamente a grade musical deste programa pelo período de 04 (quatro) semanas devido à importância da sua audiência e atender as nossas perspectivas, ou seja, à inserção das músicas religiosas na sua grade musical popular.

A priori, observa-se que é um programa predominantemente musical com espaço para as músicas religiosas, que tem um papel de evangelização. Em cada quadro musical é inserida uma música religiosa, acompanhada de uma reflexão, uma mensagem, onde os ouvintes tem uma participação.

O êxito alcançado, neste programa, com as músicas religiosas pode ser compreendido pela presença dos quatro elementos da rádio: a palavra, a música, os efeitos sonoros e o silêncio/pausa. Na visão de Mattelart (2008), esses ingredientes resumem os mandamentos de um programa radiofônico que estabelece essa relação mágica e envolvente com o ouvinte.



A rádio apresenta uma paisagem construída artificialmente para produzir sentido, e através de sua programação, em especial a música (qualquer ritmo) ganha uma dimensão harmoniosa. Esta é maior ainda quando conquista o ouvinte, pois o ato de escutar um programa radiofônico é dividido em quatro circunstâncias: escuta ambiental; a escuta em si; a atenção concentrada ou a escuta por seleção, por ser um meio de comunicação entre as pessoas, e a linguagem radiofônica ter uma conexão entre o simbólico e o conotativo. (Balsebre, 1996 apud DE ABREU, 2011).

6. FÉ E ENTRETENIMENTO

As músicas religiosas se aproximam da mídia e se inserem num mercado de bens simbólicos, quando os rádios as passam na sua grade de programas, assim elas são entendidas na contemporaneidade, como um mecanismo sólido de sustentação e preservação da audiência almejada, nesse sentido, a mídia e a religião interagem na mesma busca.

A midiaticização da sociedade refere-se ao processo de hegemonia de uma cultura que se expressa por sons e imagens mediadas por alta tecnologia e tendo grande repercussão na vida cotidiana através das diversas mídias. Pois verificamos que, “*as mídias tem a capacidade de fornecer informações políticas e culturais assim como representar emoções e ideias, e de produzir necessidades de consumo e entretenimento*”. (MENDONÇA, 2009).

Se há fé ou não, isso não importa nos tempos atuais. A mídia é entretenimento, ou seja, já não se sabe bem se um telespectador religioso ou não, o que se observa, e o que importa, é a adesão ao produto e aceitação do programa de rádio.

As mídias são importantes, não por causa da veiculação das ideologias, mas sim porque, se de um lado fornecem as informações que colaboram para o esclarecimento da sociedade e do outro proporcionam o entretenimento que a população procura com avidez e sem o qual, talvez, não pudesse suportar o crescente desencantamento da existência. E nas duas primeiras décadas do século XX presenciaram a implantação e consolidação da mídia radiofônica.

“O programa radiofônico mostra como o discurso radiofônico de uma emissora voltada para o popular consegue atingir amplas camadas sociais, quando linguagem e mensagem atendem expectativas de realização de sonhos e desejos, que parecem distantes. O testemunho de ouvintes e a intervenção do comunicador criam um processo de interatividade, enquanto a passagem sonora – por meio da seleção de canções e músicas instrumentais profanas e religiosas,



simula um ambiente sagrado, como se estivessem em um culto, mesmo que o desejo não se realize, a idéia predominante é a de conforto do espírito.” (DE ABREU, 2011, pág. 108).

Observamos em GOMES (2011) que na busca de arrebanhar mais fiéis, a igreja “*vale de todo espaço necessário, inclusive a utilização de todos os meios possíveis para a aquisição de uma emissora que possibilite a veiculação da mensagem evangélica em tempo integral*”.

Assim, observamos que os meios de comunicação oferecem às igrejas, novas possibilidades para exercer o seu serviço da transmissão da fé, onde a tarefa primordial da religião é anunciar Cristo. Sendo a rádio, atualmente, um dos instrumentos usados para responder a essa necessidade, tornando-se um instrumento útil, de grandes conjuntos tecnológicos que se localizam dentre as veias da comunicação.

7. CONCLUSÃO

Ao observarmos nos estudos a preocupação das Igrejas com a maneira que se transmite a mensagem da ‘Boa Nova’, constata-se que tal atividade comunicacional tem sido feita há séculos, utilizando-se de diversos suportes.

Nos dias de hoje a mídia é usada com muito afinco, como podemos verificar, ao observar a transmissão da Fé através da rádio, em especial as músicas que estão sendo ‘afloradas’ nas programações radiofônicas, tanto em programas especificamente religiosos, como dos populares.

A música faz parte do cotidiano das pessoas, alimenta o seu eu, entretém, anima ou simplesmente diverte. Quando a música religiosa está também inserida nas programações populares têm o mesmo valor que as músicas profanas, por ser um produto midiático que atende as necessidades do dia a dia dos seus ouvintes.

Essa observação nos mostrou como o mais novo horizonte sonoro de propagação da mensagem religiosa é a música. Ou seja, na contemporaneidade a comunicação religiosa assume novos contornos a usar os meios de comunicação de massa. Assim, a mensagem religiosa transmitida pela música passa a ser adotada nas diversas denominações religiosas com muita facilidade e normalmente é vista como um instrumento eficaz no competitivo ‘mercado religioso’.

A Igreja vem mudando de posição, como foi percebido, no tocante a relação com os meios de comunicação. Um dos fatores que tem catalisado esta incursão na mídia é certamente a música, que tem uma grande importância nesta nova forma de ser



Igreja, utilizando-se dos programas radiofônicos como um meio para esta evangelização.

Percebe-se que as músicas tocadas em programações seculares estão dominando estes meios, usando o sentimentalismo e não havendo mais a separação do que é sagrado e do que é profano. Já que os ouvintes, desses programas são evangelizados através das ondas do rádio, são também sujeitos sociais que vivenciam suas próprias experiências em diversos campos, sejam eles, individual, familiar, comunitário ou religioso.

Portanto observou-se que a rádio exerce o domínio do sentimento por meio do som transmitido, assim, nos questionamos até que ponto a utilização das músicas religiosas em paralelo às músicas populares, servem para atingir o seu objetivo que é aproximar os seus fieis de Deus, explorando o seu carisma e a sua desenvoltura, somente com o intuito de atingir o maior público possível para satisfazer todos os interesses e gostos, além de obter o máximo de consumo.

Essa catalisação dos meios de comunicação pelas Igrejas, através da comunicação massiva, é apenas uma nova forma de pregar os valores religiosos. Assim sendo, precisamos rever certos posicionamentos neste mercado midiático religioso. Acreditamos que este estudo é apenas o início de uma discussão, podendo render novas pesquisas através de pontos, tal como o mercado religioso, que não foram totalmente aprofundados e outros que não foram contemplados neste artigo.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W. *Introdução à Sociologia da música*. São Paulo: Editora UNESP, 2011.

_____. *Textos Escolhidos*. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

_____. e HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Reimpressão 2006. São Paulo: Editora Zahar, 2006.

ARÊAS, Guilherme Ferreira. *Momento de Fé: um fenômeno no rádio brasileiro*. Trabalho de Conclusão de Curso apresentada ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora. UFJF, 2007.



ARMAND; MATTELART, Michele. *História das teorias da Comunicação*. 11ª Ed. São Paulo: Editora Loyola, 2008.

AGOSTINHO DE HIPONA. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Agostinho_de_Hipona> Acesso em 03/02/2014

BARBOSA FILHO, André. *Gêneros Radiofônicos: Os formatos e os Programas em áudio*. 2a Ed. São Paulo: Paulinas, 2009.

BENTO XVI, Papa. Mensagem par o 41º Dia Mundial das Comunicações. 2010. Disponível em <http://www.vatican.va>>. Acesso em 13 de janeiro de 2014.

BIBLIA SAGRADA. Português. *Bíblia Sagrada*. Tradução: Almeida Revista e atualizada. 2 Ed. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil, 2009.

BORELLI, Viviane; PIFFERO, Laura Flain; SANCHOTENE, Carlos Renan Samuel; SEVERO, Camila Klein. *Mídia e Religião: um estudo de recepção sobre as novas formas de religiosidade*. Artigo disponível em: <http://rolandoperez.files.wordpress.com/2009/02/recepcao-as-novas-formas-de-religiosidades-por-viviane-borelli.pdf>> Acesso em 10 de janeiro de 2014.

CAMPOS, Leonildo Silveira. *Evangélicos, pentecostais e carismáticos na mídia radiofônica e televisiva*. Revista USP, São Paulo, n.61, p. 146-163, março/maio 2004.

COSTELLA, Antônio F. *Comunicação – Do Grito ao Satélite: História dos Meios de Comunicação*. 5ª Ed. Campos do Jordão SP: Editora Mantiqueira, 2002.

COUTINHO, Sandra F. *A utilização da música no processo ensino aprendizagem do aluno com eficiência mental*. Baurú, 2008. Trabalho de conclusão de curso (licenciatura em pedagogia). UNESP, campos Baurú.

DE ABREU, João Baptista. *O pregador Midiático: Marcelo Rossi e o discurso em Nosso momento de fé*. Revista Logos 35 Mediações Sonoras. Vol. 18, nº 02, 2º Semestre 2011.

DE FREITAS, Goretti Maria Sampaio; NASCIMENTO, Robéria Nádia Araújo. *A midiaticização nas ondas do rádio: mapeamento dos programas religiosos das emissoras de Campina Grande, PB*. Trabalho apresentado no DT4- GP Rádio e Mídia Sonora do XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. – Fortaleza, CE – 3 a 7/9/2012.

DOCUMENTOS DA CNBB - 59. *Igreja e Comunicação Rumo ao Novo Milênio. Conclusões e Compromissos*. São Paulo: Paulinas, 1997.



FAUSTO NETO, Antônio. *Midiatização, prática social – prática de sentido*. Trabalho apresentado no Encontro da Rede Prosul – Comunicação, Sociedade e Sentido, no seminário sobre Midiatização, UNISINOS. PPGCC, São Leopoldo, RS, Brasil, 2005.

_____. *Televisão e Vínculo Social*. São Paulo, 1996.

FERNANDES, Sílvia Regina Alves. “*Padres Cantores e a mídia: representações da identidade sacerdotal*” In: “Ser padre pra ser santo; “Ser freira pra servir”: a construção social da vocação religiosa - uma análise comparativa entre rapazes e moças no Rio de Janeiro - UERJ, 2004. Tese de Doutorado em Ciências Sociais - UERJ pág. 213 – 241.

FERREIRA, Paulo. *Padres-Artistas: O novo lugar do sacerdote no imaginário católico popular*. Trabalho apresentado no XIV Congresso Metodista de Iniciação e Produção Científica - XIII Seminário de Extensão - VIII Seminário PIBIC/UMESP, Brasil, 2012. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/1_Eclesiocom%202011/Arquivos/Trabalhos/12.PadresArtistas_Paulo%20FerreiraArtigo2.pdf> Acesso em 10 de dezembro de 2013.

FURTADO, Raquel. *A Igreja quer falar. Estudo do uso dos meios de comunicação pela Igreja Católica*. Trabalho de Conclusão de Curso em Comunicação Social – Universidade Federal de Juiz de Fora, 1999.

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 de doutorado. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos Programa de Pós-Graduação em Ciências da Computação, 2009.

_____. *Midiatização da Religião: Funcionamento do dispositivo, midiatização, sociedade e sentido*. Trabalho apresentado no Encontro da Rede Prosul – Comunicação, Sociedade e Sentido, no seminário sobre Midiatização, UNISINOS. PPGCC, São Leopoldo, RS, Brasil Rede Prosul, Outubro-2007.

GIRARDI JUNIOR, Liráucio. *Teoria das Mediações e estudos culturais: convergências e perspectivas*. *LÍBERO*, São Paulo, v. 12, n. 23, p. 117 – 127, jun. 2009.

GOLDENBERG, Mirian. *A arte de Pesquisar: Como fazer pesquisas qualitativas em Ciências Sociais*, 8ª Ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

GOMES, Jose Ozean. *Diversidade religiosa e mídia radiofônica: O uso das rádios comunitárias por instituições evangélicas no Brasil*. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/1_Eclesiocom%202011/Arquivos/Trabalhos/6.Diversidade%20Religiosa%20e%20M%C3%ADdia%20Radiof%C3%B4nica_Jos%C3%A9Gomes.pdf> Acesso em 12 de dezembro de 2013.



HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (org.). *Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

INTER Mirifica. *Decreto do Concílio Vaticano II sobre os Meios de Comunicação Social*. 4a Ed. São Paulo: Paulinas, 2007.

JOÃO PAULO II, Papa. *Discurso do Papa João Paulo II no Encerramento do Congresso Internacional sobre a Actuação dos Ensinamentos Conciliares*, 27/02/2000. Disponível em: <http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/speeches/2000/jan-mar/documents/hf_jp-ii_spe_20000227_vatican-council-ii_po.html>

LAKATOS, E. M. Marconi. *Fundamentos da Metodologia Científica*.

LÔBO, Rozana Maria Feitosa. *Produto Cultural contemporâneo: Práticas Midiatizadas de religiosidade do padre Marcelo Rossi*. Trabalho apresentado no IJ 05 – Rádio, TV e Internet do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – INTERCOM, Mossoró, RN, Brasil, Junho-2013.

MARTINHO LUTERO. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Martinho_Lutero>
Acesso em 03/02/2014.

MENDONÇA, Joêzer de Souza. *O gospel é pop: música e religião na cultura pós moderna*. 2009. Disponível em: <www.acervodigital.unesp.br/handle/123456789/59583> Acesso em 01/12/2014.

MORAIS, Walison. A importância da música na liturgia. Disponível em: <http://liturgianaarea.blogspot.com.br/2012/06/importancia-da-musica-na-liturgia.html>.
Acesso em: 20 de dezembro de 2013.

MORENO, Carlos. *A Contemporaneidade da Teoria Crítica no Estudo da Comunicação*. 2007. Disponível em: <http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Contemporaneidade_da_teorica_critica_no_estudo_da_comunicacao.htm> Acesso em 10 de dezembro de 2013.

PARRA FILHO, Domingos; SANTOS, João Almeida. *Metodologia Científica*. 3^a Ed. São Paulo: Futura, 1998. Pág. 205 – 218.

PAULINAS. *Um pouco de nossa história – Paulinas – COMEP*. Disponível em: <<http://www.paulinas.org.br/comep/?system=paginas&id=348&action=read>> Acesso em 03/02/2014

Rádio 95 – FM 95,7 MHz - <<http://portaltcm.com.br>> – Gênero Popular Acessado em 06/01/2014.



ROCHA, Rafael Beling; DE OLIVEIRA, Jetro Meira. *A “Coisificação” da música e sua influência na experiência religiosa*. Disponível em: <https://www.academia.edu/2540295/A_coisificacao_da_musica_e_sua_influencia_na_experiencia_religiosa> Acessado em 22/01/2014.

ROSS, Alex. *Escuta Só: do Clássico ao pop*. Tradução: Pedro Maia Soares: Revisão técnica João Marcos Coelho – São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2009.

SOLON, Daniel Vasconcelos. *Igreja e Comunicação: A Imprensa Católica, o Rádio e o Cinema em Meados dos Anos 50*. Artigo, 2010. Acessado em 20/12/2013.

THOMPSON, John B. *A mídia e o Desenvolvimento das Sociedades Modernas*. In: _____. *A mídia e a modernidade: Uma Teoria Social da Mídia*. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. 5ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998, cap.02, p. 47-76.

_____. *Ideologia e Cultura da Modernidade: Teoria Social Crítica na era dos meios de Comunicação de Massa*. 6ª Ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

TREVISAN, Amarildo Luiz. Adorno e a Utopia negativa da Formação Cultural. *Revista Literatura e Autoritarismo-Opressão e resistência na produção cultural*. Rev. 5, Janeiro-Junho, 2005. Disponível em: <<http://w3.ufsm.br/grpesqla/revista/num5/sumario.html>> Acesso em 10 de dezembro de 2013.

VANOYE, F. *Usos da linguagem – problemas e técnicas na produção oral e escrita*. São Paulo: Martins Fontes, 1977.

VERÓN, Eliseo. *Esquema para el análisis de la mediatización*. In *Revista Diálogos de La Comunicación*, n.48, Lima: Felafacs, 1997.