

Midiatização Religiosa: estudo de caso do programa Jesus para Todos¹

Erivaldo LAURINDO²

Goretti Maria Sampaio de FREITAS³

Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, PB

Resumo

O presente artigo tem como objetivo entender os processos de midiatização religiosa contemporânea, tendo como objeto de estudo o programa religioso Jesus para Todos, veiculado na rádio Campina FM. Busca-se aqui, compreender como os ouvintes do programa interpretam as mensagens direcionadas frente aos novos artifícios da evangelização. Assim, podemos considerar a forma que os receptores se organizam através dos fluxos de mensagens que lhes são direcionadas. A pesquisa focaliza um programa da vertente católica que usufrui da linguagem carismática da igreja para conquistar os fiéis e conseguir repassar o conteúdo produzido. Diante dos resultados, pode-se dizer que a receptividade surte efeito de apropriação dos sentidos produzidos, através dos potenciais educacionais, culturais e cristãos promovidos pelo programa.

Palavras chave: rádio; midiatização religiosa; catolicismo; recepção; jovens

Introdução

Refletir sobre as novas configurações comunicacionais no mundo contemporâneo é essencial para compreender como os meios massivos se reinventam frente as mudanças sociais e tecnológicas que a atualidade vivencia. Esse estudo de reflexão se torna indispensável quando se trata do rádio, um dos meios de comunicação mais antigo no mundo. As emissoras de ondas hertzianas ou pela internet, buscam se reinventar abrindo espaço para integrar novas formas e conteúdos em suas emissões.

Nesse âmbito, os veículos de comunicação como o rádio e a televisão abrem espaço para a propagação da fé através das práticas religiosas. A procura e oferta pelo espaço no rádio se configura como ações intencionais onde o propósito das religiões é

¹ Trabalho apresentado no IJ 4 – Comunicação Audiovisual do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

² Estudante de Graduação 10º semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB, email: erivaldolaurindo.f8@gmail.com

³ Professora Titular do Curso de Comunicação Social da UEPB. Doutora em Sociologia pela UFCG. Membro do grupo Rádio e Mídia Sonora. email: gmscg@uol.com.br

chegar aos fiéis através deste meio, por sua intensa popularidade e formas de atingir aos ouvintes.

Durante o processos de análise das rádios campinenses e, especificamente, o programa *Jesus para Todos*, podemos confirmar o que Freitas e Nascimento (2012) ponderam acerca das relações entre o rádio e a religiosidade. As pesquisadoras consideram que essas relações são, de fato, permeadas por processos de natureza histórica, capazes de mobilizar as atenções de seus ouvintes a partir das escolhas que esses efetivam.

A partir da análise dos processos de midiaticização religiosa na radiofonia da cidade de Campina Grande/PB, trazemos aqui um estudo de caso que busca apontar como as relações são construídas, apresentando a descrição detalhada da produção do programa *Jesus para Todos*. Dessa forma, buscamos compreender que reações os ouvintes do programa possuem diante da linguagem e dos mecanismos usados pela igreja católica para promoção do Divino.

Procedimentos de Pesquisa

Diante do estudo da receptividade de programas religiosos, esta pesquisa enfocou um estudo de caso do programa *Jesus para Todos*, de vertente católica, veiculado em uma rádio comercial de Campina Grande.

Visando buscar compreender as impressões que os ouvintes possuem diante da emissão do *Jesus para Todos*, utilizou-se como recurso metodológico a observação participante na produção e execução do programa ao lado dos produtores e apresentadores, bem como sua recepção junto ao ouvintes. Foram utilizadas técnicas de coleta de dados através de entrevistas e questionários aplicados respectivamente a equipe do programa e aos ouvintes.

Midiaticização Religiosa

As religiões se apropriaram dos meios de comunicação para chegar às pessoas, para além dos espaços dos templos, tornando-se constante o contato com os fiéis. É perceptível que a midiaticização está intrinsecamente atrelada ao âmbito social, conectada ao sentido da produção, emissão e recepção do conteúdo. Nessa perspectiva, os

produtos midiáticos religiosos buscam interagir de forma significativa com os receptores, para que os discursos promovidos possam se confirmar (FREITAS, NASCIMENTO, LAURINDO, 2017). Neste contexto, o rádio passa a ser um dos principais veículo de comunicação utilizado pelas religiões para conseguir efetivar os objetivos de seus pensamentos.

Atualmente, em processo de transição para apropriação de novas formas de se fazer o rádio, os veículos abrem espaço em suas programações para dar dinamicidade e conseguir abranger os mais diversos públicos a fim de garantir a audiência.

(...) o rádio passa a adaptar-se aos atuais dispositivos interativos, moldando uma nova dinâmica em suas programações, permitindo a influência do mercado da comunicação como um todo, abrindo espaços para difusão dos programas religiosos, que em sua maioria são “vendidos” a igrejas e variados grupos de trabalho doutrinário. (FREITAS, NASCIMENTO, LAURINDO, 2017)

Diante das problemáticas que a sociedade vivencia e suas respectivas reações, podemos apontar que a propagação do Divino por meio das ondas hertzianas se faz cumprir o anúncio da “boa-nova”, como pondera Oliveira (2014) ao considerar que as igrejas se utilizam desses espaços para propagação da doutrina em cumprimento do anúncio do evangelho. A autora ainda conceitua que a mídia vive um momento dinâmico interacional por meio da inserção das instituições nos meios comunicacionais.

O desenvolvimento dos meios de comunicação, atravessados pelas tecnologias de informação, ampliou as possibilidades de ação e, além de se tornar um fenômeno tecnológico, permitiu que a mídia assumisse um espaço mais central na sociedade moderna, por inserir sua lógicas e mediações nos processos de interação entre as instituições, afetando profundamente suas estruturas dinâmicas. (OLIVEIRA, 2014, p. 178)

O modelo recente de propagação da religião tem como protagonistas as igrejas evangélicas, que adotaram a sintaxe da mídia em suas práticas (MARTINO, 2012). A igreja católica passa a reagir de forma mais dinâmica diante do avanço dos programas neopentecostais. Entre os anos 90 e os anos 2000, os padres Marcelo Rossi⁴, Fábio de Melo, introduzem as práticas midiáticas para transmitir suas mensagens. Com isso, as

⁴ Padre Marcelo Rossi inicia no Brasil celebrações com músicas de sugestivo apelo popular, denominadas pela imprensa de “showmissas”, que redefiniram a atuação da igreja para além dos templos.

igrejas concorrem a novos espaços de concessões. Segundo Prata, Lopez e Campelo (2014), essa disputa acelerada entre as igrejas cristãs ocorreu principalmente entre as vertentes católicas e as evangélicas neopentecostais.

No tocante a inserção das religiões nesses espaços, as programações passam a ganhar novas estruturas e a visar cada vez mais um público fiel de determinado segmento. Assim, podemos considerar que as rádios campinenses optam por serem ecléticas, para conseguirem abranger os diversos perfis de consumo. Diante dessa procura pela audiência, principalmente através da fé dos indivíduos, os discursos se tornam estratégicos para disseminação das mensagens religiosas. Sendo uma contrução paradigmática, a midiaticização religiosa, trouxe alterações para o campo religioso e o campo social, atraindo uma nova dinâmica no campo da comunicação (MARTINO, 2012).

Programa Jesus Para Todos

A prática radiofônica religiosa ascende uma nova configuração das instituições que buscam alçar uma quantidade maior de pessoas, quer sejam praticantes ou não, do segmento religioso. Trazendo esse aspecto, o programa semanal *Jesus para todos*, da rádio comercial Campina FM⁵, frequência 93.1, se destaca por ser articulado com uma linguagem jovial que atende aos diversos tipos de público, construindo uma relação que vai além das ondas sonoras. Segundo Souto Maior (2015), essa interação dos meios de comunicação tornaram-se mais forte devido o avanço dos meios tecnológicos democratizando ainda mais as mensagens emitidas.

O programa inicialmente foi idealizado para veiculação na internet, através do uso de streaming hospedado no site da empresa Aluísio Calçados, sendo uma produção independente do grupo. Posteriormente, o grupo empresarial firmou parceria com a rádio Campina FM, passando o programa a ser veiculado pelas ondas hertzianas. Os apresentadores Eliesio Bezerra⁶, Carlos Siqueira Júnior⁷ e Rafael Vieira⁸ deram

⁵ A primeira emissora FM da Paraíba e a segunda do Nordeste, começando sua operacionalização em 1978. A rádio possui uma programação variada com foco no jornalismo, mas dentro de sua grade possui também programas religiosos, que são apenas dois da vertente Católica: Jesus para todos e Música Divina Música.

⁶ Idealizador e apresentador do programa Jesus para todos. Participa da Paróquia São Francisco em Campina Grande.

continuidade ao programa, estando o mesmo no ar acerca de três anos. Sendo apresentado ao vivo, sempre às terças-feira, das 22h às 23h, horário que os integrantes escolheram de forma estratégica, como afirma Siqueira Junior

Nesse horário as pessoas estão saindo da faculdade, do trabalho, voltando pra suas casas. E por meio de um simples aplicativo de celular ou no rádio do carro podem acessar o programa. Com um fone de ouvido, as pessoas podem ouvir dentro de um ônibus, no trabalho. É um horário propício para a reflexão, por ser final do dia. (SIQUEIRA JÚNIOR – Entrevista concedida em 01 de Agosto de 2017)

Além dos apresentadores, o programa possui mais três integrantes: Erick Alexandre⁹, Pâmela Thamíres¹⁰ e Raquel Cabral¹¹ completando a equipe de produção. O *Jesus para todos* é um programa terceirizado da rádio, produzido pelos nomes supracitados.

A produção, ligada à vertente Católica tem como objetivo propagar a fé no Divino, provocando momentos de reflexão aos ouvintes, difundindo o evangelho por meio da cultura catequética, característica da religião, permitindo assim ao receptor conhecer mais sobre a fé que professam. Diante disso, existe a preocupação de prender a atenção do ouvinte e fazer com que ele participe mediante uma linguagem jovial com momentos oracionais e outras formas litúrgicas propostas pelo programa, que segue a linguagem do Movimento da Renovação Carismática¹² da Igreja.

Siqueira (2010), considera que a religião ganha força perante práticas semelhantes às vertentes pentecostais.

O catolicismo apresenta maneiras litúrgicas e teológicas diferentes. Permanece o chamado Catolicismo Tradicional, de fundas raízes tridentinas, e, paralelamente, as comunidades que absorveram o espírito do Vaticano II, seguindo, principalmente nas Américas, as

⁷Conhecido como Siqueirinha, é apresentador do programa Jesus para todos. Participa do Grupo de Oração no Lar – GOL Jovem.

⁸Além de apresentador, canta e toca instrumento ao vivo no programa. Participa do Ministério de Música Cor Sonus da Paróquia São Francisco em Campina Grande.

⁹Dar todo o suporte técnico necessário para realização do programa.

¹⁰ Responsável por atender as ligações telefônicas que o programa recebe e repassar as mensagens dos ouvintes aos apresentadores.

¹¹ Responsável por atender as ligações telefônicas que o programa recebe e repassar as mensagens dos ouvintes aos apresentadores.

¹² Conhecida pela sigla RCC, a Renovação Carismática Católica, surgiu na década de 1960, sendo um movimento da Igreja Católica Apostólica Romana. Possui uma abordagem inovadora da doutrinação e dos ritos da Igreja.

diretrizes conciliares de San Domingo e de Puebla, com as Comunidades Eclesiais de Base e as Pastorais. Num processo de conciliação surge e ganha força como religião de massas o Movimento de Renovação Carismática apegado ao Catolicismo tradicional, adotando práticas semelhantes às do Pentecostalismo, calcadas na exaltação do emocional. (SIQUEIRA, 2010, p. 153)

O rádio permite um conjunto de operações que outorgam sentidos sociais, culturais e religiosos para o público receptor. Podemos observar isto nos programas apresentados no mês de fevereiro, onde os apresentadores traçam um diálogo entre as práticas religiosas e a rotina das pessoas, passando a observar as circunstâncias na qual a sociedade está inserida. Essa técnica permite constituir a missão eclesial das práticas professas na comunidade de pertencimento. Tem razão Siqueira (2010) quando ressalta que, “na relação Igreja-sociedade, há de se considerar certas tarefas temporais encaradas como missão eclesial, dando grande valorização às atividades sociais com vistas a um compromisso com a totalidade da vida humana.” (SIQUEIRA, 2010, p. 153).

Descrição e análise do programa

Ao passar para o rádio de ondas herztizianas, o programa adquiriu uma nova estrutura, introduzindo novos métodos, atualmente organizados em três blocos. Seguindo o script de produção, o programa é iniciado com o *Sinal da Cruz*¹³; em seguida, uma *oração de introdução* feita por um dos apresentadores provoca o ouvinte a fazer breves reflexões sobre as circunstâncias que o cercam induzindo-o a participar, colocando suas preces naquele momento.

Constituindo o roteiro, dois quadros de cunho eminentemente catequético, são apresentados ao longo do programa, o *Santo do dia* e *Fé explicada*, que visam educar os ouvintes na fé. Desse modo os programas religiosos radiofônicos atuam de maneira orgânica e sistemática, sendo uma extensão dos templos.

O quadro *Santo do dia* aborda o modo de vida de cristãos que se dedicaram à missão da Igreja e hoje são reconhecidos pela hierarquia eclesial. Muitos fiéis acreditam no intermédio dos santos para obtenção de milagres do Divino onipotente,

¹³ Gesto dos cristãos católicos que consiste em traçar o sinal de cruz sob o corpo.

como afirma Maia Borges (2010), considerando que “estes desempenhavam papéis essenciais na vida dos fiéis, pois resolvia-lhes uma série de problemas cotidianos, das doenças à salvação das almas.” (BORGES, 2010, p. 19).

Já o quadro *Fé explicada* é apresentado sempre no primeiro programa de cada mês. Consiste em abordar temáticas que são ligadas à Igreja, mas que nem todos os fiéis possuem conhecimento suficiente, assim o conteúdo se funda como processo cultural educacional para comunidade de pertencimento.

Quanto a esse aspecto do programa, observa-se que os receptores reconhecem que há a necessidade de um conhecimento profundo dos fiéis com relação aos dogmas da igreja. As ouvintes, Adrielly Medeiros¹⁴ e Daiana Bruna¹⁵, possuem preferência pelos quadros *Santo do dia* e *Evangelho da Semana*, respectivamente. Elas afirmam que é uma parte social importante, visto que ainda existem muitas pessoas ignorantes no tocante a doutrina.

Eu gosto muito do Santo do dia, pois a igreja é tão rica de saber e nós, muitas vezes, não conhecemos essas histórias (...) Acredito que esse quadro supre as necessidades do ouvinte e o incentiva a viver conforme o evangelho e a vida que os santos tinham. (ADRIELLY MEDEIROS, Entrevista concedida em 06 de Agosto de 2017)

Pra mim é uma formação muito rica, pois há muitas pessoas na sociedade que ainda são muito leigas em alguns posicionamentos da vida cristã e os apresentadores nos esclarecem, por meio do evangelho e dos demais quadros que constituem o programa. Sendo, portanto, formadores de opinião que fazem o ouvinte amadurecer na fé. (DAIANA BRUNA – Entrevista concedida em 09 de Agosto de 2017)

O segundo bloco do programa é reservado para a *leitura do evangelho* e a *pregação*, que se caracteriza como um diálogo entre os emissores. Ao anunciar a citação bíblica, os apresentadores incentivam o ouvinte a participar pegando a bíblia para acompanhar simultaneamente a leitura. Em seguida, a explanação permite um espaço de discussão acerca do que se refere a história bíblica, adentrando nos diversos assuntos e/ou situações que fragilizam a sociedade.

¹⁴ A jovem possui 29 anos, reside na Zona Oeste de Campina Grande e, é ouvinte há cerca de um ano.

¹⁵ A jovem possui 31 anos, reside na Zona Sul de Campina Grande e, é ouvinte há um ano e meio.

Os ouvintes possuem suas dimensões de vida e, a partir da realidade ofertada no processo discursivo, interagem com o locutor ou a equipe de produção a fim de expor suas situações e abrigar-se na acolhida que estes programas oferecem. Os apresentadores possuem o desafio de reelaborar seus discursos a partir das necessidades apresentadas pelos fiéis, ou seja, “a produção social dos discursos não se limita à produção, mas à sua necessária relação com a recepção” (GASPARETTO, 2011). Portanto, os emissores transcendem os aspectos doutrinários penetrando na espiritualidade individual de cada um, nas suas necessidades tanto físicas quanto espirituais, a exemplo do Raphael Cavalcante¹⁶, que afirma ter ocorrido mudanças de hábitos religiosos e de vida depois que começou a acompanhar o programa.

Eu estava no fundo do poço, por conta das tribulações que enfrentava. Mas escutei o programa um dia e comecei a compreender as adversidades que passava, buscando a melhor solução. A partir daí, passei a acompanhá-lo. Compreendo que o evangelho é o ápice e, a partir das explicações consigo ser tocado e ter forças para seguir os ensinamentos de Cristo. Na minha opinião, devia ser um programa um pouco mais longo, para compreendermos mais sobre a vida cristã e a vontade de Deus. (RAPHAEL CAVALCANTE – Entrevista concedida em 09 de Agosto de 2017)

Nessa perspectiva, podemos considerar que o discurso aproxima os emissores aos milhares de fiéis que se encontram em um mesmo “lugar”, por intermédio das transmissões do meio de comunicação (GASPARETTO, 2011). A partir daí surgem as temáticas sociais que interconectam-se com os aspectos propostos dentro da religião.

O programa é uma produção terceirizada e que possui a necessidade de patrocinadores para se manter no ar. E geralmente, no terceiro bloco, pode-se observar o *merchandising* tornando-se essencial para que os ouvintes conheçam as empresas que dão o suporte para realização da produção e que investem na propagação da fé. O último bloco permite também a comunhão entre as comunidades católicas, através da *agenda da semana*, quadro se abre espaço para a divulgação dos diversos eventos que acontecem na cidade e região. Missionários, padres, agentes pastorais recorrem ao *Jesus para Todos* afim de alcançarem o público de forma geral, convidando-o a ir além do programa, mas a estarem presentes e partilharem experiências através dos encontros

¹⁶ Jovem de 30 anos, reside na Zona Sul da Rainha da Borborema e, é ouvinte há dois anos.

promovidos pela Igreja Católica, tornando-se assim um canal que busca alçar a aderência de novos fiéis aos templos.

O encerramento do programa é feito por um *momento de oração* seguido de uma *música*, onde os emissores buscam motivar o público diante das adversidades que afligem a sociedade contemporânea, sintetizando a teoria ouvida na noite, afim de aplicá-la na prática. Isso permite a audiência retornar o momento de reflexão do início do programa, transmitindo ao ouvinte sentimentos que o permitam estar mais próximo do Divino.

Adrielly Medeiros é ouvinte assídua do programa e considera que mediante a condução das orações, adquiri um estado de paz que perpassa para o ambiente em que se encontra. A jovem de 29 anos, sintoniza o *Jesus para todos* através do rádio convencional, o que permite que ela e sua família acompanhem o programa coletivamente.. Ela acredita que o programa possui importância para sua vida e para quem ouve, pois além de ser uma companhia é como um guia que direciona caminhos.

O programa possui uma extrema importância, pois dissemina em primeiro lugar, a palavra de Deus, em segundo a doutrina da igreja católica e, em terceiro eles conseguem prestar apoio não só religioso, mas social. Eles mexem com problemas de família, são a companhia de pessoas solitárias, pessoas com depressão que são problemas frequentes na atualidade. Então quando um programa envolve esse assunto ele atende uma gama de pessoas que está passando por determinados problemas. E acabam que vão plantando boas sementes nos corações das pessoas, apresentando direcionamentos. Não se pode negar que é uma companhia, um ombro amigo, é como se o apresentador soubesse de sua história, lhe ouvisse, mesmo sem ter condições e, tudo que ele está falando passa a ser pra você. (ADRIELLY MEDEIROS, Entrevista concedida em 06 de Agosto de 2017)

O Wendel Freitas¹⁷, costuma ouvir através do smartphone e reconhece que a linguagem empregada consegue atingir as expectativas de jovens e do público que não possui ligação direta com os templos.

Através das palavras colocadas, consigo ser levado para mais perto de Deus, por intermédio dos locutores. Isso me permite estar mais a vontade e ao mesmo tempo me permite uma restauração. (WENDEL FREITAS, Entrevista concedida em 06 de Agosto de 2017)

¹⁷ Jovem de 24 anos, residente da Zona Oeste da cidade, é ouvinte do programa há um ano.

Apesar das críticas positivas com relação a produção do *Jesus para todos*, podemos observar que existem algumas fragilidades. Mediante a análise de dados sobre a audiência, consta-se que 66,7% dos ouvintes de programas de cunho religioso preferem ouvir as/os músicas/louvores, que neste caso, possuem uma escassez. A música é um elemento pouco explorado na programação e, a ouvinte Adrielly reconhece que esse é um ponto que precisa ser revisto, afinal é essencial para construção complementar do discurso.

A única coisa que me incomoda um pouco é eles não veicularem muitas músicas gravadas, na maioria das vezes eles mesmo cantam ou colocam pessoas que não sabem cantar direito, então torna-se um incômodo ouvir. (ADRIELLY MEDEIROS, Entrevista concedida em 06 de Agosto de 2017)

Essa fragilidade do programa acontece pela falta de veiculação de músicas gravadas pelos artistas católicos. Quanto ao louvor, um dos apresentadores canta e toca instrumento ao vivo no studio e isso por si só, não supri de forma completa a vontade do ouvinte, deixando-o ávido por uma programação musical de qualidade, tendo em vista que é um meio de atrair audiência e conquistar fiéis para o programa. Outro ponto deicado apontado pelos ouvintes, é a falta de testemunhos veiculados, considerando que eles inspiram o ser humano a ter esperança diante das fragilidades. Amanda Leal¹⁸ defende que os testemunhos podem transformar vidas e acredita que dentro do roteiro, tal quadro iria encorajar os ouvintes a viver sua crença. “Acredito que os testemunhos de vida irão acrescentar muito, pois através deles, muitas pessoas passam a escutar mais o programa e as palavras de fé”. (AMANDA LEAL, Entrevista concedida em 09 de Agosto de 2017)

Os ouvintes se apropriam do discurso radiofônico constituindo uma comunidade de pertencimento, mas paralelamente sentem o desejo de disseminação de declarações de fiéis, apontando ser uma interação além dos produtos ofertados nas ondas sonoras da frequência modulada. A partir das experiências do cotidiano, os fiéis se encontram no

¹⁸ A jovem possui 21 anos, é moradora do Sítio Gravatá na cidade de Queimadas, município localizado na região metropolitana de Campina Grande e, é ouvinte assídua há pouco mais de dois anos.

contexto do processo radiofônico religioso, permitindo uma eficácia nas operações midiáticas da produção do programa.

Da interatividade

O rádio contemporâneo tem passado pelo processo de convergência midiática, permitindo reinventar-se, indo além das ondas hertzianas, afim de conquistar o público consumidor das mídias digitais e proporcionar um canal que apropria-se da atual realidade. Com relação à essa nova fase, Quadros e Lopez (2015) consideram que:

Interatividade e interatividade radiofônica soam como conceitos semelhantes, porém revelam em sua origem aplicações diferentes. O primeiro é associado à informática e à internet, enquanto que o segundo se refere à comunicação por ondas sonoras. Em um cenário de convergência midiática, porém, em que mídias tradicionais se fundem às digitais, os conceitos parecem se mesclar. (QUADROS, LOPEZ, 2015, p. 165)

No que se refere ao programa *Jesus para todos*, a interação efetiva entre emissor e receptor acontece mediante a apelação às redes sociais pessoais dos apresentadores, ciente que a maioria dos jovens se apropriam do meio virtual para consumirem os diversos produtos ofertados. Nesse caso, não se pode negar que a internet torna-se um complemento essencial para a troca de experiências entre emissor-receptor. O produtor e apresentador, Siqueira Junior acredita que a internet por si só não consegue alcançar a quantidade de ouvintes que o rádio possui, mas que ela é uma ferramenta que vem acrescentar a propagação do discurso que outrora ficava apenas nas ondas do rádio. “Existe um elo entre o rádio e a internet (...) Quando usufruimos do meio virtual, passamos a ter dois tipos de audiência” (SIQUEIRA JÚNIOR – Entrevista concedida em 01 de Agosto de 2017).

A produção acredita que ao apropriar-se das redes sociais, se contrói de forma paralela dois tipos de público. Portanto, a abrangência por meio do virtual permite o emissor estar mais próximo do receptor, numa relação intrínseca. Contudo, a relação por meio da ligação, uma prática tradicional do rádio, ainda é um método que permite o ouvinte conversar com a produção do programa, colocando suas experiências de vida em um diálogo que permanece no off. Segundo, Siqueira Junior, apesar de não possuir

dados estatísticos sobre os meios interativos, as pessoas que se utilizam das ligações telefônicas em sua maioria são adultos e idosos. Já o diálogo com os jovens se sustenta através das redes sociais tanto do programa quanto do apresentadores, promovendo uma extensão do rádio.

Imagem 1 – Página do programa *Jesus para todos* na rede social facebook



Fonte: Print – Página no Facebook

O diálogo com os jovens ouvintes referendam que a relação pelas redes se torna um meio eficaz:

“Sempre escuto pelo rádio e pelo celular. Mas quando estou pelo dispositivo celular, consigo interagir mais, mandando abraço, pedindo um alô.” (ADRIELLY MEDEIROS)

“Ouço o programa pelo celular, pois fico mais a vontade. Posso mandar mensagens ao invés de ligar, é melhor.” (WENDEL FREITAS)

“Prefiro acompanhar pelo celular, que inclusive, posso mandar mensagem paralelamente ao que está acontecendo.” (AMANDA LEAL)

“Gosto muito de ouvir programação religiosa. Toda terça eu escuto o programa pelo celular, com o fone de ouvido. Gosto de relaxar, ouvir com calma as reflexões.” (DAIANA BRUNA)

Através das respostas dos entrevistados, podemos ponderar que a receptividade do programa *Jesus para todos* surte efeito positivo mediante a apropriação dos sentidos produzidos. Os fiéis expressam, seja em off ou no ar, por meio das redes sociais, suas

experiências através de preces e comentários que elogiam ou criticam de forma construtiva.

Visto que o objetivo da interação propõe a troca de experiências vividas, os apresentadores procuram colocar exemplos que a sociedade vive para traçar uma linha tênue do que a religião busca ensinar, através das doutrinas da Igreja.

Considerações

Podemos ponderar que as Igrejas possuem uma preocupação cada vez maior com os fiéis, e para chegar até seu público e conseguir novos adeptos/seguidores, elas exploram os espaços na mídia, em especial, o rádio, por ser um meio eficaz em atingir os diversos públicos, desde crianças e jovens, até os idosos. A transmissão da “boa nova” e da fé no Divino exige um ambiente comunicacional de interação onde os discursos possam se moldar a partir das experiências que constroem o diálogo entre emissor e receptor.

Os programas religiosos cumprem o papel de extensão dos seus templos, diante das declarações apresentadas neste estudo. Assim, os mecanismos discursivos empregados permitem adentrar no cotidiano das pessoas fazendo-as refletir acerca dos pontos que amarram a conversa dos emissores. O modo operacional utilizado pelas religiões possuem potencial educacional, cultural e cristão, a fim de fazer com que as pessoas desenvolvam sua fé no Divino a partir das práticas religiosas fora da igreja física.

O programa Jesus para Todos tem buscado se tornar mais próxima dos ouvintes através da convergência tecnológica que permite o rádio ir além das ondas hertzianas, utilizando as redes sociais e seus mecanismos. É perceptível que, apesar de ter uma programação pensada, o Jesus para Todos possui pontos frágeis, como apontam alguns ouvintes durante a entrevista. Para os receptores o uso da música católica é essencial para um momento de reflexão profunda que busque ligar as pessoas ao Sagrado.

O percurso aqui empreendido nos indica que as Igrejas, em especial, a de denominação Católica, vem mudando seus posicionamentos e aderindo aos meios que atraem a atenção do público através de uma linguagem simples e compreensível perante

os receptores. Logo, podemos inferir que a igreja passa a observar com cautela seus fiéis e busca satisfazê-los através da extensão que o rádio permite.

Referências Bibliográficas

FREITAS, Goretti Maria Sampaio de; NASCIMENTO, Robéria Nádia Araújo. **A midiaticização nas ondas do rádio**: mapeamento dos programas religiosos das emissoras de Campina Grande, PB. Intercom – Fortaleza, CE – 3 a 7 de setembro de 2012.

FREITAS, Goretti Maria Sampaio de; NASCIMENTO, Robéria Nádia Araújo; LAURINDO, Erivaldo. **Rádio e Juventude: Processos de Mídia Religiosa**. Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 9 de setembro de 2017.

OLIVEIRA, Pâmella C. A. de. **Interações da TV Canção Nova com o site YouTube**. In: SILVEIRA, Emerson José Sena da; AVELLAR, Valter Luís de (Orgs.). **Espiritualidade e Sagrado no Mundo Cibernético**. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mediação e midiaticização da religião em suas articulações teóricas e práticas: um levantamento de hipóteses e problemáticas**. In: MATTOS, Maria Ângela; JUNIOR, Jeder Janotti; JACKS, Nilda (Orgs). **Mediação & Mídia Religiosa**. Salvador: EDUFBA, 2012.

PRATA, Nair; LOPEZ, Débora Cristina; CAMPELO, Wanir. **Panorama do rádio religioso no Brasil**. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu, PR – 2 a 5/9/2014.

SOUTO MAIOR, Gilson. **Rádio: História e Radiojornalismo**. João Pessoa: Aunião, 2015.

SIQUEIRA, Sonia A. de. **Religião e Religiosidade: Continente ou Conteúdo**. In: ASSIS, Angelo Adriano Faria de; PEREIRA, Mabel Salgado (Orgs). **Religiões e Religiosidades: Entre a Tradição e a Modernidade**. São Paulo: Paulinas, 2010.

BORGES, Célia Maia. **As Mensagens do Senhor: A Situação Ambígua das Beatas na Península Ibérica**. In: ASSIS, Angelo Adriano Faria de; PEREIRA, Mabel Salgado (Orgs). **Religiões e Religiosidades: Entre a Tradição e a Modernidade**. São Paulo: Paulinas, 2010.

GASPARETTO, Paulo Roque. **Midiatização da Religião:** Processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento. São Paulo: Paulinas, 2011.

QUADROS, Mirian Redin de; LOPEZ, Debora Cristina. **O rádio e a relação com o ouvinte no cenário de convergência:** uma proposta de classificação dos tipos de interatividade. Revista Famecos (Online). Porto Alegre, v. 22, n. 3, julho, agosto e setembro de 2015.

Entrevistas realizadas

JÚNIOR, Carlos Siqueira. Produtor e Apresentador do Programa *Jesus para Todos* da Rádio Comercial Campina FM. Entrevista concedida a Erivaldo Laurindo. Campina Grande-PB, 01. Ago. 2017.

MEDEIROS, Adrielly. Ouvinte do Programa *Jesus para Todos*. Entrevista concedida a Erivaldo Laurindo. Campina Grande-PB, 06. Ago. 2017.

BRUNA, Daiana. Ouvinte do Programa *Jesus para Todos*. Entrevista concedida a Erivaldo Laurindo. Campina Grande-PB, 09. Ago. 2017.

CAVALCANTE, Raphael. Ouvinte do Programa *Jesus para Todos*. Entrevista concedida a Erivaldo Laurindo. Campina Grande-PB, 09. Ago. 2017.

FREITAS, Wendel J. Ouvinte do Programa *Jesus para Todos*. Entrevista concedida a Erivaldo Laurindo. Campina Grande-PB, 04. Ago. 2017.

LEAL, Amanda. Ouvinte do Programa *Jesus para Todos*. Entrevista concedida a Erivaldo Laurindo. Campina Grande-PB, 09. Ago. 2017.