



Rádio e religião: um estudo da recepção da mensagem religiosa transmitida no programa “Culto doméstico” em Belém¹

Alesson Luis Rodrigues LAMEIRA²
Danuta LEÃO³
Universidade Federal do Pará, Belém, PA

RESUMO

Para compreender como a mensagem religiosa é recebida pelos ouvintes do programa de rádio “Culto doméstico”, da emissora de rádio Boas Novas FM de Belém/PA, este artigo busca responder à pergunta: o que a mensagem religiosa trás como efeito aos seus ouvintes em Belém-PA? Para dar sustentação à pesquisa, foi feita uma pesquisa bibliográfica sobre o tema, com produções acadêmicas e não acadêmicas acerca do rádio, da religião e da comunicação religiosa no país. Autores como Wolf, Hoerlle, Duarte, Gomes, Freitas e Nascimento e Ferrareto ajudaram a entender como a mensagem é difundida e recebida. Para complementação da argumentação, foi realizada também uma entrevista em profundidade, para perceber dos próprios ouvintes como eles recebiam a mensagem e o que eles faziam com ela.

PALAVRAS-CHAVE: rádio; religião; comunicação, evangélicos; Belém.

Introdução

O presente artigo nasceu, como todo texto fruto de uma pesquisa acadêmica, a partir de um desejo de conhecimento e descoberta acerca de um tema que já que nos é próximo, mas ainda é pouco explorado. Os programas religiosos no rádio, seja no AM ou no FM, se configuram numa realidade cada vez mais diferenciada com relação à própria religião. Ao mesmo tempo em que podemos perceber a alavancada em audiência dos programas desse seguimento, vemos também grandes indagações e questionamentos históricos sendo feitos às igrejas, principalmente às fundamentalistas, especialmente as cristãs evangélicas (Bercot, 2012).

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e internet do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 1 a 3 de maio de 2013.

² Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo da FACOM-UFPA, email: alessonjornal@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora Mestre do Curso de Comunicação Social da FACOM-UFPA, email: danutaleaopp@gmail.com.



Num momento como esse surge o desejo instigante, porém não menos questionador e crítico, de conhecer que tipo de influência um programa de cunho religioso pode ter sobre os seus ouvintes, receptores conscientes dessas mensagens. Estudar o poder que um programa – já consolidado na audiência, na mídia especializada e, por que não dizer, no coração dos ouvintes fiéis – tem, de gerar mudanças e transformar mentes, é ditoso e desafiador. O uso da experiência empírica, como uma bagagem de aprendizados, é fundamental na compreensão de um tema tão delicado e complexo.

A pesquisa abarca, principalmente, a influência que um programa religioso tem sobre os ouvintes que decidem aceitar e por em prática as doutrinas, no rádio, midiaticizadas. Como objeto de estudo, foi utilizado o programa “Culto doméstico”, apresentado pelo pastor evangélico Honório Pinto, veiculado de domingo a domingo, das 7h às 7h30 da manhã, na emissora de rádio Boas Novas FM⁴, mantida pela Igreja Evangélica Assembleia de Deus, em Belém.

O objetivo da pesquisa é saber o que essa mensagem religiosa, na pregação feita pelo pastor/apresentador por quase trinta minutos no programa de rádio, tem causado e pode causar na vida de seus ouvintes. Ou seja, como este ouvinte recebe essa mensagem, e como ela interfere e modifica a própria vida do ouvinte. Isso se mostra pertinente no momento em que entendermos que as mensagens de cunho religioso veiculadas nos meios de comunicação têm motivação e recepção diferentes das mensagens de entretenimento, informação ou crítica social transmitida à sociedade. Então aí nasce a pergunta: O que a mensagem transmitida causa aos seus ouvintes? Para compreender isso, teorização acerca não só da influência do rádio, mas também da religiosidade nos meios de comunicação faz-se necessária. Nisso foram úteis autores como Wolf (2009), Hoerlle (2011), Duarte (2009), Gomes (2011) e Freitas e Nascimento (2012). Eles ajudaram a entender como se dá o processo de recepção, compreensão e uso dessa mensagem.

Nos últimos anos pode-se perceber o crescimento experimentado pelo que Hoerlle (2011) chamou de “indústria cultural gospel”, com nomes importantes despontando nas mais diversas formas de produção artística religiosa no país – principalmente a musical – e essa arte ganhando não somente a mídia especializada cristã evangélica, mas também a mídia dita “secular”. A apropriação de características artísticas seculares, algumas baseadas em alicerces financeiros, pode refletir o principal elemento de identificação desse fenômeno. Com relação a isso, a publicitária Elisa Hoerlle afirma em seu artigo que:

⁴ Emissora de rádio de conteúdo religioso mantida, em Belém e em outras cidades do Brasil, pela Igreja Evangélica Assembleia de Deus. Em Belém, opera na frequência FM 91.9 MHz.



A indústria cultural evangélica insere-se num contexto de religiosidade midiática, superando a proposta utilitarista de uma presença dos meios com fins evangelísticos. Em lugar disso, está em jogo a utilização dos gêneros da indústria cultural laica para a geração de lucro e para uma socialização dos fiéis a partir do entretenimento. (HOERLLE, 2011, p. 5)

Com o crescimento do público evangélico atestado pelo Censo, contando com o senso de honestidade intrínseco a este público – senso este responsável pelo consumo de produtos de procedência certificada, considerados originais – a produção cultural encontra um grande mercado consumidor, um campo para o surgimento de novos artistas *gospel*, adaptando características culturais específicas de produções seculares e rearranjando-as ao público cristão evangélico. Sendo o principal produto dessa emergente indústria o conteúdo musical, o rádio vem a desempenhar papel fundamental nessa alavancada, pois seu atributo principal, além de informar públicos diferenciados nos mais diversos locais, é divulgar a produção artística voltada a esse público. Entender esse processo em Belém é válido e importante para se compreender o contexto do crescimento das rádios evangélicas nessa cidade e como ele se deu.

O rádio na comunicação religiosa

O rádio vem se destacando no cenário comunicativo nos últimos anos graças não somente a avanços técnicos, mas também em recursos humanos e profissionais. Essa mídia dentro da comunicação voltada à religião desempenha papel primaz, mesmo sendo por muito tempo estigmatizada dentro do “círculo social evangélico” (Gomes, 2011). Algumas vertentes evangélicas, principalmente as pentecostais tradicionais, incentivam seus fiéis a utilizarem apenas o rádio como meio de comunicação por meio da projeção de uma imagem negativa para a televisão, o que aproxima e correlaciona ainda mais o rádio e a religiosidade dessa parcela populacional (Gomes, 2011).

Graças à influência ainda exercida pelo rádio em seus ouvintes, os grupos religiosos procuraram marcar seus territórios na mídia radiofônica, garantindo o rádio como forma de divulgação e fixação de suas ideologias e doutrinas a um número cada vez maior de ouvintes. E aí está uma das grandes funcionalidades da utilização do rádio como meio de propagação de doutrinas, dogmas, conceitos e “verdades” religiosas: a de permitir um alcance físico/social muito maior do que outras mídias poderiam obter (Gomes, 2011). Ainda assim, Mauro Wolf, ao fazer uma análise histórica das teorias das comunicações de



massa, usa os estudos de Paul Lazarsfeld da década de 1940 para afirmar que o rádio, antes de exercer algum tipo de influência no público, seleciona que público será influenciado, no que o próprio Lazarsfeld chamou, segundo Wolf (2009) de “efeitos pré-seletivos” ou “efeitos sucessivos”. Questionar-se-ia se esses conceitos ainda são válidos para explicar o poder exercido pelo rádio. Porém, é inegável que o rádio exerça poder, ainda que limitado.

Tendo isso em mente e em vista, vários grupos religiosos buscaram uma apropriação dos meios para propagação de suas ideologias, visando não só o objetivo da “salvação das almas”, mas também o aumento da participação social do grupo religioso em discussões e decisões importantes para a sociedade. Segundo isso, Luis Mauro de Sá Martino afirma em seu livro, “Mídia e poder simbólico” que: “o que se tem, enfim, é a busca por parte das instituições de legitimação perante a sociedade, a fim de divulgar suas ideologias” (2005, p.11). Com isso, o rádio ganha um público e faz com que esse público adote ou adquira os ideais transmitidos.

Toda essa produção não seria possível sem o uso de habilidades humanas específicas, além do aparato técnico/tecnológico. Gomes (2011) observa toda uma emocionalidade em grande parte dos programas religiosos, transmitida através do tom de voz do apresentador, da trilha sonora utilizada em *background*⁵, e das palavras e citações utilizadas, quase sempre, da Bíblia. Tudo isso faz do programa religioso de rádio uma espécie de vertente midiática dos ritos que acontecem nas igrejas evangélicas, ou o que poderia se chamar de culto midiático (Freitas; Nascimento, 2012). Para os ouvintes as palavras de conforto trazidas pelos apresentadores, usando a Bíblia como referência, existem como forma de satisfação às expectativas, de conforto às dificuldades (Freitas; Nascimento, 2012). Não sem críticas se dá esse processo, já que no momento em que uma forma de religião resolve se apropriar de meios midiáticos para a propagação de suas ideologias, ocorre também um tipo de invasão, ainda que indireta, dos espaços de convicção religiosa dos pertencentes a outras crenças, fato observado entre os evangélicos no momento em que pregam contra práticas religiosas de diversos tipos (Bercot, 2012). Essas mesmas críticas podem significar uma maior visibilidade ao veículo de comunicação religiosa, dependendo do tratamento que é dado a essa crítica e da postura adotada pelo veículo com relação à própria crítica (Martino, 2005). Por esses e outros motivos, o rádio, com outros meios de comunicação, se mostra um eficaz instrumento para propagação dos ideais cristãos, defendidos e difundidos pelos cristãos evangélicos.

⁵ “Música geralmente instrumental, em volume inferior ao do texto lido por um locutor ou apresentador. O fundo musical tem função expressiva e reflexiva” (Ferrareto, 2000, p. 287).



Em Belém do Pará, não seria errôneo afirmar que o principal meio de comunicação utilizado pelas igrejas evangélicas é o rádio, isto graças ao alcance por esta mídia concedido e pelos custos a se arcar serem menores (Freitas; Nascimento, 2012). As emissoras de rádio religiosas que funcionam em Belém, no âmbito comercial, seja na frequência AM ou FM, são mantidas pelas sedes regionais de algumas das maiores denominações evangélicas do país, sustentadas financeiramente ou pelos recursos das igrejas ou pelas doações dos fiéis feitas diretamente às emissoras.

O rádio religioso em Belém

Na região metropolitana de Belém do Pará funcionam atualmente quinze emissoras de rádio no sistema FM, mantidas por diversos grupos de comunicação ou de outra atuação na sociedade⁶. Dentre essas emissoras, cinco veiculam conteúdo de cunho religioso, quatro delas de vertente evangélica e uma católica. Das quatro rádios evangélicas que operam em Belém, a de maior influência é a rádio Boas Novas FM, que veicula mensagens religiosas 24 horas por dia. As outras são a Rádio Liberdade FM, que opera na frequência 95.9 MHz, de posse da Igreja do Evangelho Quadrangular no Pará; a emissora Amazônia Viva FM, de conteúdo cristão em geral, e a Rádio Província FM retransmissora no Pará da Rede Aleluia na frequência 98.5 MHz, pertencente à Igreja Universal do Reino de Deus, que produz e retransmite material produzido pela cabeça de rede⁷, no Rio de Janeiro.

O rádio religioso em Belém exerce, como dito anteriormente, papel de destaque na divulgação midiática religiosa da cidade e do estado. Essa mídia tem o atributo de ser acessível à grande maioria dos públicos, além de proporcionar, ainda, uma personalidade intrínseca ao rádio, contando ainda com o aval “espiritual” tido pelo rádio em dadas vertentes religiosas. Em se falando disso, em algumas igrejas, de cariz mais conservadora e radical, a televisão ainda é mal vista e, muitas vezes “satanizada”⁸ graças ao seu conteúdo, fazendo com que o rádio seja a única mídia presente na casa e na vida dos adeptos dessas igrejas.

Atualmente, com o surgimento de aparelhos celulares com aplicativos para rádio FM, popularizou-se ainda mais esse acesso à mídia radiofônica. Dessa forma, o rádio em Belém é

⁶ www.guiademidia.com.br.

⁷ Emissora responsável pela produção de conteúdo que será veiculado nacionalmente por uma rede de emissoras afiliadas regionais, seja de rádio ou televisão.

⁸ Atribuição de algo ou alguém à operação ou posse de um ser espiritual maligno.



influyente e participante socialmente. Na vanguarda dessa midiaticização está a Boas Novas Belém, que conta tanto com duas frequências de rádio, uma AM e outra FM, como com um canal de televisão, o canal 4 VHF⁹, a TV Boas Novas Belém, que é produtora de conteúdo, junto com as emissoras do Rio de Janeiro e de Manaus. A emissora de rádio é a de maior audiência no segmento evangélico em Belém, e a segunda rádio mais ouvida dentre todas as emissoras de rádio de Belém¹⁰.

A emissora “Boas Novas”

A história da emissora Boas Novas na televisão começa em Manaus, no dia 15 de março de 1993, quando o então líder da Igreja Assembleia de Deus no Amazonas, pastor Samuel Câmara, conjuntamente com os seus auxiliares, compra a emissora Rede Ajuricaba, pertencente à Rede Brasil Norte, de posse do Grupo Simões. Em Belém, a história da emissora de rádio começa em 1992, quando o então pastor-líder da igreja no Pará, Firmino da Anunciação Gouveia, decidiu adquirir uma emissora de rádio para divulgação dos cultos da igreja. Entre as rádios à venda naquela época, a Rádio Guajará AM estava disponível para ser vendida, porém seus equipamentos já estavam sucateados. Utilizando recursos adquiridos com vendas, doações, prestações de serviço feitos pelos frequentadores das igrejas na cidade, o pastor e sua equipe conseguiu reunir o montante necessário para comprar a emissora, no que o pastor Firmino chamou de “prova de fé”. A emissora foi comprada oficialmente em 1994.

O primeiro endereço da emissora era a Avenida Governador José Malcher. Logo depois foi transferida para a Avenida Bernardo Saião, onde ficou instalada até ser transferida de forma provisória, em 1995, para o prédio do Seminário Teológico da Assembleia de Deus, na Travessa Vileta, bairro do Marco, em Belém. As instalações da rádio continuam ali até hoje. Nesse mesmo ano, a emissora passou por mudanças técnicas e de pessoal. Mudou-se também o nome da emissora, que passou a se chamar Rádio Transpaz. Ocupou, nos quatro anos seguintes, a liderança entre as emissoras de rádio em Belém. Com as mudanças na programação – promovidas pela nova diretoria, a Fundação Evangélica Boas Novas – que eliminou os programas e as músicas populares, como pagode, pop, rock, música romântica, tornando a rádio de conteúdo exclusivamente cristão evangélico, a audiência diminuiu, e só voltou a crescer com as mudanças na programação trazidas em 2007.

⁹ Very High Frequency: Frequência muito alta; utilizada para transmissão em âmbito local de sinal de rádio ou televisão.

¹⁰ Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, IBOPE.



Com isso, o pastor, juntamente com a liderança do seu ministério, visava alavancar ainda mais o processo de evangelização e arrebanhamento de fiéis. O pastor seguiu uma tendência observada por Gomes (2011) onde o rádio é utilizado “como meio prático e efetivo na conquista de novos fiéis” (Fuser, 2002 *apud.* Gomes, 2011, p. 8).

Além de trazer programação para um público já evangélico, o rádio ainda pode atuar como agente de evangelização, atingindo os públicos mais diversos que estiverem no rádio. É fundamental entender, porém, que, obviamente, nem todos estão no rádio, e a parcela da população que está fora do rádio passaria despercebida pela existência da emissora. Ainda assim, através das palavras do pastor Samuel Câmara, a Rede Boas Novas caracteriza-se como “a maior missionária do mundo”, prova da sua consciência com relação ao alcance conferido pela emissora à obra de evangelização. A programação da emissora de rádio se manteve a mesma durante vários anos até 2007, ano em que mudanças começaram a acontecer na programação e na estrutura de pessoal. Conta, atualmente, com vários programas musicais, doutrinários e jornalísticos, numa grade totalmente cristã de doutrina evangélica. Seu horário de maior audiência é o horário da manhã e nesse horário é transmitido um dos principais programas da emissora, o programa “Culto doméstico”, apresentado pelo pastor Honório Pinto.

O programa “Culto doméstico”

O programa “Culto doméstico” surgiu com a nova direção da Rádio Boas Novas sendo exercida pela Fundação Evangélica Boas Novas, a partir de 1999. O pastor evangélico Sales Batista foi quem deu início a apresentação do programa, que era veiculado todos os dias, por uma hora. O formato era ao vivo, com participação dos ouvintes e entradas musicais. A partir de 2007, o pastor Sales Batista segue para liderar a igreja Assembleia de Deus em Marabá, e o programa passa a ter a apresentação do pastor Honório Pinto, que trouxe muitas mudanças para o programa. O formato foi modificado, agora o programa é gravado, com duração de 30 minutos e veiculado de domingo a domingo, das 7h às 7h30 da manhã.

Segundo as informações obtidas com o apresentador do programa, as mudanças empreendidas no formato do programa vieram trazer mais eficácia, dinamismo e objetividade à mensagem transmitida. De acordo com Honório Pinto, o que mais prejudicava o programa eram as entradas ao vivo, que acabavam tomando muito tempo no programa, fazendo com que a mensagem baseada na Bíblia acabasse tendo um tempo reduzido. Com



isso, o pastor e apresentador decidiu cortar a duração do programa pela metade, fazê-lo gravado e estabelecer um roteiro que cria uma conformidade com o ouvinte.

O programa começa com uma saudação do pastor, logo depois entra uma música gospel, chamada pelo pastor, que geralmente traz uma mensagem de acordo com o tema que será abordado no programa. Logo após isso, o apresentador dá início à pregação da mensagem, que usa como base versículos da Bíblia dos mais variados, dando sequência ao tema abordado. Os temas abordados, em sua maioria, tratam de assuntos relacionados à vida particular, com a qual muitos ouvintes se identificam. Fala-se de família, casamento, criação dos filhos, dinheiro e problemas emocionais. Trata-se também de assuntos puramente teológicos, como o serviço na igreja, os usos e costumes do povo cristão, a “libertação” de pecados, maldições, doenças, fidelidade nos compromissos serviços e financeiros com a igreja. Fala-se ainda de temas relacionados à Escatologia¹¹, como a “Volta de Cristo”, o arrebatamento da igreja, a pregação do Evangelho aos povos mais distantes da Terra. Todas essas mensagens são retiradas da Bíblia, através de versículos específicos, e interpretadas ao longo da duração do programa pelo pastor Honório Pinto.

Características sutis também podem ser observadas durante a apresentação do programa. A diminuição da duração do programa, segundo Honório Pinto, visa atingir um público que não tem muito tempo para parar e ouvir rádio, tendo que fazê-lo ao celular, dentro de um ônibus ou carro, à caminho da escola, faculdade ou trabalho. A linguagem simples utilizada pelo pastor na pregação via rádio objetiva atingir públicos variados, desde as pessoas mais simples, com pouco grau de instrução, até as mais instruídas, fazendo com que todos possam receber a mensagem da mesma forma. Apesar da existência dessa estratégia, o programa encontra grande parte do seu público na classe média – como poderá ser visto na análise das entrevistas feitas para o trabalho. Característica marcante do programa é a entonação de voz utilizada pelo apresentador na pregação da mensagem. O tom emocionalista faz com que a mensagem tenha uma recepção mais intimista por parte do ouvinte. Como citado anteriormente, José Ozean Gomes nos fala acerca do objetivo que direciona o uso de uma entonação emotiva na mensagem religiosa pregada no rádio. O autor afirma:

Ao se ouvir os programas evangélicos nessas emissoras, normalmente observa-se uma espécie de uniformidade do discurso com forte apelo ao indivíduo, às emoções. (...) Na narração desses

¹¹ Estudo, baseado na Teologia e Filosofia, de teses e textos sobre os eventos finais da história humana, considerado popularmente como o fim do mundo.



locutores é possível observar o uso de palavras emocionalistas que são atrativas e também presentes em sermões e pregações de seus representantes religiosos – palavras como ‘cura’, ‘milagre’ e ‘salvação’ são mencionadas. (GOMES, 2011, p. 9)

A utilização da emocionalidade ou emotividade nas pregações radiofônicas é empregada no sentido de sensibilizar o ouvinte, para fazer com que este tenha uma recepção mais completa da mensagem, e assim haja uma identificação e uma apropriação da mensagem. Com isso, até mesmo vínculos afetivos são criados. Como observam Freitas e Nascimento (2012), a emoção é empregada com o objetivo de sensibilizar o ouvinte, criando com isso, um laço de afetividade com o programa e com o apresentador. Isso faz com que o programa se mantenha em execução e os ouvintes, para que possam continuar tendo alívio às dificuldades e orientação nas horas incertas da vida, se mantenham como investidores dessa mídia – uma vez que o programa “Culto doméstico”, assim como a emissora “Boas Novas FM”, é mantido financeiramente por doações dos ouvintes.

É bom compreender que o conceito de emocionalidade para o cristão evangélico tem um significado diferente. Passando rapidamente pelo conceito – que se adéqua mais à Ciência da Religião do que à Comunicação – a emotividade vem da “carne”, como conceituam os cristãos evangélicos quando falam de sentimentos passageiros ou paixões humanas. Já as mensagens religiosas, incluindo as transmitidas pelo rádio ou por qualquer outra forma de comunicação, baseadas na Bíblia, chamada de “Palavra de Deus”, são consideradas “espirituais”, mensagens de inspiração divina. Por isso, na visão dos evangélicos, a mensagem não contém emocionalidade, mas sim espiritualidade.

Debalde toda essa discussão, a observação das características que existem na produção e veiculação do programa só vem confirmar aquilo que foi verificado nas pesquisas voltadas ao público. Todo esse conjunto faz com que o programa tenha êxito na propagação da mensagem religiosa e consiga atingir o seu objetivo, fazendo com que o público adquira os ideais pregados e viva de acordo com a ideologia passada no programa de rádio.

A metodologia de pesquisa com o público

Ponto decisivo da pesquisa, o público representa o alvo principal do programa. Na pesquisa, ele representa a parte mais importante, sendo que a sua identificação é o que dá sustentação à análise teórica feita até então. Como metodologia de estudo foi utilizada a



entrevista em profundidade, que, de acordo com Jorge Duarte é uma “técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada” (DUARTE, 2009, p. 62). Partindo dessa definição, as entrevistas em profundidade foram realizadas com pessoas que se propunha serem ouvintes do programa, especificamente, cristãos evangélicos, pertencentes à Igreja Evangélica Assembleia de Deus. O público alvo torna-se evidente graças à segmentação das rádios evangélicas de acordo com suas igrejas mantenedoras.

Foi utilizada ainda uma entrevista com o apresentador e diretor do programa pesquisado, o pastor evangélico da Assembleia de Deus em Belém, Honório Pinto, onde pontos da elaboração do programa puderam ser melhor observados, características próprias e particularidades do apresentador para construir o modelo e o sentido do programa puderam ser destacados e contrapontos puderam ser estabelecidos com os depoimentos dos ouvintes, receptores finais de todo o processo. O apresentador foi ouvido no dia 25 de novembro de 2013.

Foram entrevistadas, em dois períodos – 24 de novembro de 2013 e 1º de dezembro de 2013 – cerca de 20 ouvintes do programa, com idades entre 18 e 63 anos. O critério de escolha dos entrevistados levou em conta o seu interesse em participar da pesquisa e o fato de serem ouvintes do programa ao menos uma vez na semana. As entrevistas foram feitas presencialmente e em dias específicos, aos domingos, por se configurar este como o principal dia de reunião dos evangélicos em seus templos para realização dos cultos. As perguntas que compunham a entrevista tratavam da frequência com que os ouvintes escutavam o programa, se eles eram levados a escutá-lo por vontade própria ou por vontades externas e o que ele acreditava que o programa havia trazido de importante para a sua vida.

Das 20 respostas dos entrevistados, durante as entrevistas, uma foi unânime. Quando perguntados “o que lhes chamava a atenção no programa”, ou seja, por que ouviam o programa, todos responderam que escutavam o programa para aprender mais, quer seja sobre como lidar com a família, com os parentes, com os colegas de trabalhos, quer seja com os filhos ou com o cônjuge. A maioria quase absoluta respondeu da mesma forma ao ser questionada “porque o programa era importante para eles” ou seja, se o programa havia trazido alguma lição de vida para os ouvintes. Dos vinte entrevistados, 19 responderam que sim, e que o programa edificava suas vidas. A única entrevistada que respondeu “não” já era uma idosa de 63 anos, cristã evangélica há 40 anos. A maioria dos entrevistados exercia profissões de menor remuneração, consideradas mais simples, como assalariados, diaristas,



aposentados e estudantes. Com isso, infere-se que o público do programa é um público mais simples, de classe média baixa, público mais receptivo à religiosidade.

Dois entrevistados relataram que haviam se convertido graças à mensagem trazida pelo programa de rádio, prova maior de que a mensagem veiculada no rádio atingiu seu objetivo, que é conquista de fiéis e propagação do Evangelho. Como conta o pastor e apresentador Honório Pinto, ao falar de pessoas que se convertem à “religião evangélica” graças, entre outras coisas, à evangelização via rádio:

Outro dia, ali no Centenário¹² teve uma moça que (...) estava atrás de mim, chorando: pastor Honório, queria lhe dar um abraço, por que, minha família, meu pai, minha mãe, meus irmãos não são “flores que se cheirem”, eles moram ali para a ilha em frente à Belém, e onde eles estão tem umas rádios que não pegam direito, a que pega bem é a Boas Novas e eles (...) sempre ouviam o culto doméstico, (...) e agora todo mundo é crente¹³ por causa do Culto doméstico, ali a casa é conhecida como Igreja do Culto doméstico. (PINTO, 2013)

Depoimentos pessoais como estes atestam a aplicabilidade do objetivo do programa, que é fazer com que a mensagem religiosa chegue a mais lugares e atinja cada vez mais pessoas para a conversão. Tudo isso confirma o que autores vão explicar dizendo que, agora, a religiosidade não sobrevive apenas em seus lugares sagrados, como templos ou igrejas menores, mas também está agora presente na mídia, fazendo uso de seus recursos e os readaptando ao público cristão (Freitas; Nascimento, 2012).

Considerações finais

A partir de toda a pesquisa desenvolvida, dos métodos aplicados, pode-se perceber que o rádio ganha força na comunicação voltada para a propagação de ideologias religiosas cristãs evangélicas, e que essa mídia ainda encontra força entre seus ouvintes mais fiéis e assíduos. De acordo com as pesquisas de público, o programa atinge uma classe, que é a classe média, de mesma forma que exerce uma dada influência também sobre outros ouvintes de classe social mais elevada, o que é mais difícil, graças ao elevado grau de conhecimento das camadas dominantes.

¹² Centro de Convenções da Assembleia de Deus em Belém, inaugurado nas comemorações de 100 anos da denominação, localizado na Avenida Augusto Montenegro.

¹³ Terminologia utilizada para se referir ao cristão evangélico. Aquele que crê. Em Deus ou em Jesus Cristo.



Com essa pesquisa também é possível entender que o surgimento e a alavancada de uma indústria cultural gospel favoreceu também o rádio, sendo este um dos principais veiculadores da produção cultural gospel – em sua maioria musical – aos grandes públicos, em sua maioria, evangélicos. Entende-se também que o ouvinte se apropria do programa para obter maior aprendizado acerca da vida, dos desafios, de questões bíblicas e espirituais. E o objetivo do programa é alcançado no momento em que seus ouvintes recebem a mensagem e permitem que ela aja sobre eles, transformando-os pouco a pouco, de acordo com aquilo que é pregado tanto na igreja como no culto midiaticizado. Para que isso aconteça, técnicas sutis são utilizadas na gravação do programa e na pós-produção do mesmo, o que lhe confere um ar emocional, capaz de cativar o ouvinte.

Sendo assim, pode-se concluir que o rádio é eficaz na propagação das mensagens religiosas em Belém, operando há quase 20 anos, fazendo com que as relações entre os indivíduos, o apresentador e a mensagem sejam estabelecidas e propagadas a diante. Pode, ainda, representar parcela uma ampla parcela na obra de evangelização. Com isso, o rádio pode ser considerado um instrumento de evangelização, um facilitador na divulgação da mensagem religiosa.

REFERÊNCIAS

BERCOT, David W. **Que falem os primeiros cristãos**. Uma análise da igreja moderna sob a luz do cristianismo primitivo. São Paulo: Literatura Monte Sião do Brasil, 2012. p. 105-114 Edição em PDF Disponível em <http://www.igrejaprimitiva.com/igrejaprimitiva_Xaigrejaatual.pdf>. Acesso em 1 novembro. 2013

CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO ECLESIAL, 6., 2011, São Paulo. Anais... São Paulo: ECLESIOCOM, 2011. Disponível em <<https://www.metodista.br/eclesiocom/2011/programacao>>. Acesso em 25 novembro. 2013.

CENSO 2010: resultados. In: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em <<http://censo2010.ibge.gov.br/resultados>>. Acesso em 1 dezembro. 2013

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. (Orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009. p.62-83.

ESTAÇÕES de rádio de Belém: predefinição. Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/Predefinição:Estacoes_de_radio_de_Belem. Acesso em 19 novembro. 2013.

FERRARETO, Luiz Artur. Produção. In: FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2000. p.285-306

FREITAS, Goretti Maria Sampaio; NASCIMENTO, Robéria Nádia Araújo. **A midiaticização nas ondas do rádio**: mapeamento dos programas religiosos das emissoras de Campina Grande. In



CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., 2012, Manaus: UFAM, 2012

GOMES, José Ozean. **Diversidade religiosa e mídia radiofônica**: o uso das rádios comunitárias por instituições evangélicas no Brasil. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO ECLESIAL, 6., 2011, São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2011

GUIA de mídia: rádios no Pará Disponível em <<http://www.guiademidia.com.br/radios/brasil/para.htm>>. Acesso em 25 novembro. 2013

HOERLLE, Elisa. **A emergência de uma indústria cultural evangélica**. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO ECLESIAL 6., 2011, São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2011.

MAPA-mídia: blog do Projeto de Mapeamento da Comunicação no Cariri. Disponível em <<http://mapa-midia.blogspot.com.br/2012/03/radio-e-religiao.html>> Acesso em 28 novembro. 2013.

MARTINO, Luiz Mauro de Sá. Autonomia relativa dos campos. In: MARTINO, Luiz Mauro de Sá. **Mídia e poder simbólico**: um ensaio sobre comunicação e campo religioso. São Paulo: Paulus, 2003. p.21-45

NOVELLI, Ana Lúcia Romero. Pesquisa de opinião. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009. p.164-179

PINTO, H. **Honório Pinto**: depoimento [nov.2013] Entrevistador: Lameira, Alesson L.R. Belém: FACOM-PA, 2013. Entrevista concedida para o projeto de artigo científico.

PRESTES, Maria Luci de Mesquita. **A pesquisa e a construção do conhecimento científico**: do planejamento aos textos, da escola à academia. 2. ed. São Paulo: Rêspel. 2003. p. 256.

WOLF, Mauro. A abordagem empírica em campo ou “dos efeitos limitados”. In: WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009. p.32-38