



A RELIGIÃO NAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS “GOSPEL FM” E “JORNAL FM”

Marcelo de Oliveira Volpato¹

RESUMO: O estudo versa sobre a possibilidade de a mídia comunitária, ao veicular programação religiosa, manter o foco na comunidade com abertura ao pluralismo de idéias e opiniões. Baseado em pesquisa bibliográfica, entrevista e observação assistemática de conteúdo de programação, a pesquisa resulta em estudo de caso de caráter descritivo de duas rádios comunitárias. Conclui-se que se a programação religiosa estiver ligada às necessidades da comunidade, a rádio comunitária consegue promover o bem-comum e a cidadania. Isso depende, portanto, das intenções dos responsáveis pela gestão da emissora. Quando a intenção destes é comercial e/ou proselitista, os interesses comunitários são, notadamente, prejudicados.

PALAVRAS-CHAVE: *Rádio comunitária; Comunidade; Religião; Proselitismo.*

¹ Mestrando em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Jornalista formado pela Universidade de Marília. Pesquisador do Comuni – Núcleo de Estudos de Comunicação Comunitária e Local. E-mail: volpatomarclo@hotmail.com.

Introdução

Parece-nos oportuno refletir acerca das configurações das rádios comunitárias uma vez que este modelo de emissoras representa um avanço significativo na democratização da comunicação. Apesar de algumas distorções, este tipo de mídia veicula uma programação diferenciada da grande mídia porque apresenta conteúdos ligados à comunidade.

Existem emissoras de baixa potência com diferentes interesses o que resulta em diferentes configurações. Sabemos que existem emissoras eminentemente comunitárias que se preocupam em dar visibilidade à comunidade, mas existem outras mais ligadas a interesses comerciais e também aquelas vinculadas a igrejas interessadas no proselitismo. Importa, então, analisar as configurações destas emissoras para compreender a possibilidade de, ao veicular uma programação religiosa, manter foco na comunidade.

Como metodologia, parte-se de pesquisa bibliográfica, entrevista e observação assistemática de conteúdo da programação de rádios comunitárias, resultando em estudo de caso de caráter descritivo da “Rádio Gospel FM”, de Marília (SP) e da “Rádio Jornal FM”, de Pirajuí (SP). O trabalho aborda as características da mídia comunitária e as relações entre religião e mídia comunitária para, então, apresentar as principais características e tendências dos dois casos estudados.

Rádio Comunitária: características e tendências

Discutir as nuances das rádios comunitárias brasileiras é tarefa importante para os que pretendem pensar a comunicação no país, uma vez que existem emissoras de rádio de baixa potência com finalidades diferentes, entretanto todas são chamadas de comunitárias. Rádios Comunitárias, a nosso ver, são aquelas que desenvolvem um trabalho junto à comunidade difundindo informações de interesse local, aberta à participação popular, capazes de promover a cidadania e processos educativos.

Ao discutir esta idéia, Cicilia Peruzzo (1998: 9) relata que as distorções se apresentam nas seguintes tendências: a) as eminentemente comunitárias; b) as que estão sob controle de algumas pessoas; c) as comerciais; d) as de cunho político-eleitoral; e) as de cunho religioso.

Todos estes modelos de rádios comunitárias prestam relevantes serviços à população local, entretanto é preciso ressaltar que as emissoras que, em maior escala, promovem a cidadania, desenvolvendo processos educativos e participativos, são as eminentemente comunitárias.

Entendemos que a “cidadania” está relacionada diretamente ao processo histórico-social e pode, então, ser compreendida de várias formas. Assim, pode estar ligada ao direito de pertencer a uma nação, igualdade perante a lei, direito à liberdade de acesso à informação, direito à comunicação, etc. (PERUZZO, 2002: 78-9).

Há, por isso, que se considerar que as pessoas, ao exercerem as funções de um veículo de comunicação, além de desenvolverem diversas capacidades como ampliar seus conhecimentos técnicos, aprender a falar em público, etc., ampliam a consciência do direito de ter direito.

O direito de acesso do cidadão aos meios de comunicação como produtor, emissor e gestor por si só, a nosso ver, caracterizaria o exercício da cidadania em sua dimensão cultural. Entretanto, a mídia comunitária, além disso, promove a conscientização da população sobre os seus direitos².

Este “tipo” de emissora se constitui como comunicação contra-hegemônica porque veicula um conteúdo diferente da grande mídia, baseado na pluralidade das vozes da população local. Difere-se do conteúdo da grande mídia porque contribui “não apenas para democratizar o diálogo, mas principalmente para reduzir visões preconcebidas e preconceituosas sobre os mais diversificados grupos humanos e propostas” (PAIVA, 2007: 141).

Ser uma rádio comunitária não significa se contrapor à produção de qualidade, mas sim promover de fato uma comunicação dialógica e bidirecional, ou seja, onde o receptor torna-se emissor e vice-versa, onde as manifestações político-sócio-culturais da comunidade em que está inserida têm visibilidade. Segundo López Vigil (2004: 499), as rádios comunitárias não devem fazer da carência de recursos técnicos e profissionais uma virtude. “Precisamente por serem comunitárias [...], desafiar-nos-emos a ser tanto

² Sobre liberdade de comunicação e cidadania ver PERUZZO, Cicília M. K. Ética, liberdade de imprensa, democracia e cidadania. In: **III Encontro Nacional de Investigadores de la Comunicación**. Bolívia, Santa Cruz de la Sierra, junho de 2002.

ou mais profissionais que as rádios comerciais. E a pagar bons salários, até melhores que os deles”.

Este espaço de acesso aos meios de comunicação pelas comunidades é assegurado, no Brasil, pela lei 9.612/98 que, apesar de suas limitações, estabelece a concessão do serviço de radiodifusão comunitária a fundações e associações comunitárias sem fins lucrativos com sede no local de prestação de serviço.

Entretanto, entendemos como necessária uma fonte de renda para que a emissora possa desenvolver um trabalho responsável e de qualidade junto à “comunidade”. Para isso, acreditamos ser possível uma mobilização da própria comunidade que poderá atuar de diversas formas seja através de apoios culturais, através de cotas, como associados, enfim, através do trabalho e da movimentação das próprias pessoas.

Vale destacar que, por vezes, algumas pessoas resolvem privatizar a rádio comunitária para seus próprios benefícios. Estes promotores de uma comunicação monológica, vertical, impositiva monopolizam aquilo que seria um dos maiores avanços no acesso aos meios de comunicação do Brasil. Além de não possibilitarem o acesso da comunidade ao meio de comunicação e, por conseqüência, não darem visibilidade às suas manifestações, reproduzem os conteúdos dos grandes meios de comunicação.

4

Mas, como já dissemos, devemos chamar de rádio comunitária aquelas que atuam como um espaço plural, aberto à participação da comunidade, auto-gerida pelas entidades representativas da comunidade, independentes em relação ao governo, grande mídia, partidos políticos e religiosos³.

Quanto aos níveis de participação na mídia comunitária urge destacar a importância de se atingir níveis mais efetivos de participação popular. Para uma mídia eminentemente comunitária espera-se não apenas que se dê voz à população, mas sim que a comunidade esteja inserida neste processo de “fazer comunicação”, inclusive na gestão da emissora. A maioria dos *media* apresenta baixos níveis de participação como em entrevistas, depoimentos; poucos casos apresentam participação na produção das mensagens; raros casos apresentam participação no planejamento e gestão dos meios⁴.

³ Ver as características da mídia comunitária em PERUZZO, Círcia M. K. Mídia Local e suas interfaces com a mídia comunitária. In: **Anuário Internacional de Comunicação Lusófona**. v. 4, n. 1, 2006.

⁴ Sobre níveis de participação na mídia comunitária ver PERUZZO (2004).

Contudo, níveis ampliados de participação é que viabilizam processos de educação e de promoção da cidadania mais ampliados.

Em relação ao conteúdo, a mídia comunitária os apresenta de forma diferente das outras mídias. Segundo Peruzzo,

os conteúdos dizem respeito às necessidades, problemáticas, artes, cultura e outros temas de interesse local, como por exemplo: notícias sobre as atividades de grupos populares organizados, esclarecimentos visando afastar crianças do tráfico de drogas, campanhas contra a discriminação da mulher e das raças, dicas de saúde, informações sobre prevenção de doenças, reivindicações de serviços públicos de uso coletivo e outras informações de utilidade pública (PERUZZO, 2007: 149)

Enquanto que os veículos de comunicação comunitária veiculam informações relacionadas àquela determinada “comunidade”, a grande mídia, por atingir públicos maiores, apresenta informações mais gerais como catástrofes, crimes cometidos, esporte nacional e internacional, escândalos no governo estadual ou federal, etc.

Patrick Alumuku e Robert White (2005: 57-58) trazem apontamentos sobre as características de rádios comunitárias da África. As emissoras de Gana, por exemplo, apresentam diversas características parecidas com as brasileiras eminentemente comunitárias como produzir programas educativos, procurar alertar a comunidade sobre os principais problemas locais, abordar a questão da violência, saúde, exclusão, entretanto algumas contribuições para o caso brasileiro podem ser observadas como ser dirigida por um pequeno quadro assalariado de pessoas experientes em desenvolvimento e educação comunitários e que atuem como incentivadores da participação da comunidade, angariar apoio através de várias fontes: pagamento de anúncios, publicidade, campanhas de arrecadação de fundos, subvenção de agências estrangeiras para o desenvolvimento.

Sabemos que no Brasil as rádios eminentemente comunitárias enfrentam diversos problemas quanto à escassez de recursos financeiros, uma vez que a legislação brasileira permite apenas a veiculação de propagandas a título de apoios culturais. Seguindo o mesmo raciocínio de López Vigil (2004: 503) salientamos a necessidade de a mídia comunitária ter o direito de se estabelecer como instituição/associação e arrecadar recursos de forma eficaz. Indiscutivelmente arrecadar recursos não significa

privatizar os benefícios arrecadados, isto é, destinar o lucro a algumas poucas pessoas, mas sim, à melhoria e ao aperfeiçoamento da emissora.

No mesmo sentido parece acenar Gláucia Conceição Ventura (2004: 97) quando compara os principais aspectos das rádios comunitárias do Brasil e do Canadá. Segundo ela, no Canadá existem rádios “financiadas por doações provenientes de sua audiência, por organismos de desenvolvimento internacional, por meio de publicidade e por parte dos governos” (VENTURA, 2004: 97). A autora ainda afirma que algumas emissoras canadenses “pertencem a organizações sem fins lucrativos ou cooperativas cujos membros constituem sua própria audiência. Outras pertencem a estudantes, universidades, municípios, igrejas ou sindicatos” (VENTURA, 2004: 97).

Outra disparidade considerável entre os dois países é quanto à autorização pela legislação canadense do funcionamento das emissoras comunitárias tanto em amplitude modulada (AM) como em frequência modulada (FM), enquanto que no Brasil autoriza-se apenas o segundo tipo de modulação. Para López Vigil (2004: 496-497), a comunicação comunitária deve ser “realizada com base em qualquer frequência, até das numéricas, às quais a sociedade civil tem todo o direito de ter acesso [...]. Em qualquer onda podem viajar mensagens democráticas”.

6

Conforme nos mostra Ventura (2004: 101), enquanto o governo do Canadá demonstra grande cuidado e preocupação na preservação da língua e da cultura, no Brasil o que se percebe é uma indisposição por parte do Ministério das Comunicações no processo de aprovação de pedidos de autorização para funcionamento e mesmo no dia-a-dia das emissoras haja vista o grande índice de “interferências, lacre e apreensão de equipamentos e perseguição política” às lideranças de rádios comunitárias. Como se pode observar, sem dúvida, as leis e decretos que regem estas emissoras carecem de uma cuidadosa discussão.

Repensar a aplicabilidade da legislação vigente, assim como o papel do jornalista na comunicação comunitária, são necessidades imprescindíveis. “A função desse profissional, considerado frequentemente como agente externo, é provocar a participação” (PAIVA, 2003: 143). Há que se promover o acesso da comunidade à emissora de forma efetiva. Quanto maiores os níveis de participação, maior também serão os processos educativos e a promoção da cidadania. Como nos salienta a autora,

“para ser comunitária é preciso que seja gestão permanente da comunidade. Para ser educativa não basta transmitir aulas e cursos, é preciso uma visão do processo educativo comprometido com a ética e com as mudanças sociais” (PAIVA, 2003: 147).

Ruídos nas ondas do rádio

Diante das características das rádios comunitárias e observando a situação de algumas emissoras autorizadas podemos encontrar alguns ruídos, ou seja, “é muito comum meios populares serem produzidos por uns poucos e estes fazerem suas próprias interpretações das necessidades de informações e de outras mensagens dos receptores” (PERUZZO, 2004: 141). Segundo a autora, “isso favorece a reprodução de padrões de dominação e uma contradição da prática mais ampla dos movimentos”.

Desta forma, o que dizer de instituições religiosas que se apropriam do espectro da rádio comunitária? Estas emissoras, sob gerência de entidades religiosas, veiculando uma programação estritamente religiosa conseguiriam a pluralidade de opinião, idéias e assuntos? E as rádios comunitárias que vendem espaço em suas grades para veiculação de programas religiosos, teriam condições de se colocar a serviço da comunidade e viabilizar a participação dos integrantes desta localidade?

É preciso considerar que a religião, por estar ligada à cultura das pessoas, é um assunto que deve ter visibilidade nos meios de comunicação das comunidades. Por outro lado, até que ponto estes veículos conseguem dar visibilidade à diversidade religiosa brasileira?

A nosso ver, partindo das principais características da mídia comunitária, se a ocupação destes veículos pelas religiões ocorrer de forma indiscriminada e desigual, não estará contribuindo para a democratização das comunicações.

Há ainda o caso de emissoras situadas em “comunidades” de determinada religião que também têm o direito de ocupar seu espaço no espectro das rádios comunitárias, veiculando uma programação ligada aos seus interesses, viabilizando a participação e mobilizando os ouvintes às ações sociais.

Com relação aos veículos que vendem espaços às instituições religiosas, o que dizer daquelas manifestações religiosas que não possuem condições econômicas de

pagar? Mesmo fazendo parte da cultura da comunidade, estas não terão visibilidade na programação.

Na perspectiva de López Vigil (2004: 501) não existe uma emissora que possa ser considerada 100% comunitária. O que se observa são emissoras que se aproximam mais ou menos dos interesses comunitários.

Diante desta complexidade, Rafael Roncagliolo (apud LÓPEZ VIGIL, 2004: 505) propõe três lógicas de funcionamento para a mídia comunitária: a) lógica da rentabilidade econômica; b) lógica da rentabilidade política; c) lógica da rentabilidade sociocultural. Ao item “b” acrescentaríamos, para este trabalho, a rentabilidade proselitista.

Assim, as rádios comerciais são instituições que colocam como objetivo principal o lucro. As rádios políticas procuram persuadir eleitores visando seus votos. As rádios religiosas podem ter como finalidade angariar adeptos às suas igrejas, o chamado proselitismo religioso. Por fim, a rádio comunitária é aquela que está a serviço da comunidade.

Venício A. de Lima e Cristiano Aguiar Lopes (2007: 44) ao mapearem⁵ os vínculos políticos e/ou religiosos das rádios comunitárias do Brasil, observaram que, de um total de 2205 emissoras, 120 possuem vínculos religiosos, o que representa 5,4%. Destas 120 rádios, 83 (69,2%) estavam ligadas à igreja católica, 33 (27,5%) a igrejas protestantes, 2 (1,66%) a ambas, 1 à doutrina espírita (0,8%) e 1 (0,8%) ao umbandismo.

Jacques Mick e Fabiana Vieira (2003) ao pesquisarem as 32 emissoras autorizadas do Estado de Santa Catarina puderam constatar que 14 (43,75%) estavam nas mãos de políticos, 10 (31,25%) eram lideradas por religiosos. 5 (15,63%) emissoras afirmaram não ter nenhum tipo de vínculo e 3 (9,37%) não quiseram revelar a composição de sua associação por medo de represálias.

Gisele Sayeg Nunes Ferreira (2006) ao pesquisar as 21 rádios comunitárias autorizadas da região noroeste do Estado de São Paulo pôde verificar que 11 (52%) são de cunho empresarial, 4 (19%) de motivação política, 3 (14%) de finalidades religiosas,

⁵ A pesquisa abrange as rádios comunitárias outorgadas entre 1999 e 2004.

2 (10%) de interesses comunitários e 1 (5%) motivação empresarial e política, em igual proporção.

Mick e Vieira (2003: 16) ressaltam que o principal pretexto para as vinculações sejam políticas ou religiosas é a “lentidão no processo para obter a autorização para a abertura das emissoras”. Neste mesmo sentido parece acenar Ferreira (2006) ao dizer que “mais do que julgar e condenar peremptoriamente os possíveis desvios praticados pelas RadCom, [...] consideramos urgente rever um dos pontos mais polêmicos da legislação: a limitação ao apoio cultural”.

As rádios comunitárias precisam pagar suas contas de água, luz, CDs, equipamentos, profissionais, etc. Desta forma, não se justifica proibi-las de arrecadar recursos através de publicidade. López Vigil (2004: 503) propõe várias formas de arrecadação: a) de agências de colaboração internacional; b) de fundos públicos; c) colaboração da própria audiência; d) iniciativas culturais, artísticas e de entretenimento, como bailes, rifas, livrarias, projeção de filmes, escolas de locução e jornalismo; e) mercado publicitário.

O problema está na independência editorial que a emissora deve ter e não na publicidade em si. Entretanto, “uma emissora comunitária pode – se com isso se corromper ou prostituir – captar publicidade comercial e transmiti-la. Sua finalidade não é o lucro, mas lucra para poder realizar sua finalidade” (LÓPEZ VIGIL, 2004: 505).

Todavia, os responsáveis pela gestão devem estar atentos às principais finalidades das rádios comunitárias de servir a população, de auxiliar na resolução dos seus problemas, de dar visibilidade à pluralidade de assuntos e opiniões, e à efetiva viabilização da participação popular, etc. As emissoras que assim se posicionam deixam de transitar pelas lógicas econômicas, políticas, religiosas e passam para a lógica de rentabilidade sociocultural, na qual sua razão de ser está na ampliação da democracia.

Rádio Gospel FM

A Rádio Gospel FM, da cidade de Marília⁶, vinculada à Igreja Evangélica das Nações, entrou no ar em janeiro de 1996 e operou, por força de liminar, concedida pelo

⁶ Município do interior do Estado de São Paulo, a cerca de 400 km da Capital, com mais de 218 mil habitantes.

juiz federal Luiz Alberto de Sousa Ribeiro, até setembro de 2004, quando agentes da Polícia Federal apresentaram mandado de busca e apreensão por infração ao artigo 183 da lei 9.472/97, ao operar emissora de rádio sem autorização legal. A liminar, pela qual a rádio operava, foi revogada apenas um mês depois da data de busca e apreensão (SANTOS, 2007: 30).

O fato foi encarado com surpresa pelos gestores da rádio, haja vista a frequência com que agentes da polícia federal e funcionários da Anatel – Agência Nacional de Telecomunicações – visitavam a emissora para fiscalização.

Ruídos também são notados no sistema de concessão de canais de radiodifusão comunitária, seja pela morosidade no andamento dos processos, seja pela concentração de poder nas mãos do governo federal, em determinar quais e quem serão os contemplados com o direito de informar e de ser informado.

Se nos basearmos na Constituição Federal, no artigo 5º, inciso IX, que garante a livre expressão e comunicação, independentemente de licença, o sistema de concessão de rádio e televisão é inconstitucional e não as organizações e associações que almejam um espaço no espectro da radiodifusão para prestarem serviços relevantes à comunidade (BRASIL, on-line).

10

Segundo Santos (2007: 22-3), a compra do terreno e a construção do prédio da emissora foram resultado de campanhas promovidas pelas pessoas envolvidas. Já nos primeiros quinze dias de funcionamento, a emissora recebia uma média de 230 ligações por dia, o que pode evidenciar um envolvimento dos ouvintes desde seu surgimento.

A Gospel FM, durante seu funcionamento, promoveu campanhas sociais nas quais se destacaram a arrecadação de medicamentos e alimentos para o Hospital de Guarantã, Campanhas de Doação de Sangue para o Hemocentro de Marília, aos desabrigados do Bairro Santa Antonieta e diversas Campanhas do Agasalho. A emissora também desenvolveu campanhas em favor de pessoas carentes na compra de alimentos, botijões de gás, cestas básicas, móveis, roupas, cadeiras de rodas, colchão d'água, macas, muletas e medicamentos para pessoas doentes ou portadores de deficiências, pagamento de contas de água, luz. Um outro caso que se destaca é o de dois alunos de cursos do Senac (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial) que fizeram o curso

com ajuda financeira dos ouvintes. Até empresas de Recursos Humanos enviavam propostas de emprego para divulgação pela rádio.

A programação ficava no ar durante 24 horas por dia e contava, inclusive, com participação da Polícia Militar sobre prevenção de acidentes, trânsito, dicas de segurança, além de divulgação de algumas campanhas desenvolvidas pela PM como arrecadação de brinquedos para crianças. A rádio fazia a ligação entre a polícia e a comunidade, inclusive com participação ao vivo do ouvinte. Nestes programas houve até denúncias anônimas de crimes.

Os recursos financeiros eram angariados através de “apoio cultural” de empresas e igrejas, além de contribuições mensais de associados e o quadro de funcionários era composto por ouvintes voluntários que ao participarem dos trabalhos da rádio recebiam o convite do diretor. Com isso, vários cursos de locução, mixagem, gravação, dicção, cuidados com o Português, radiojornalismo, leitura de texto comercial, etc. eram oferecidos no prédio da emissora.

Segundo Paulo Berbel Lopes, Pastor da Igreja Evangélica das Nações, a qual a rádio era vinculada, a Gospel FM desenvolvia um trabalho que “divulga[va] culturalmente a música Gospel [...] abençoando vidas na área espiritual e ação social, fazendo missões e alcançando os não alcançados, no poder do Espírito Santo” (apud SANTOS, 2007: 29).

Isto posto, observa-se que a Gospel FM veiculava uma programação essencialmente religiosa o que, a priori, a encaixaria na lógica de rentabilidade proselitista. Contudo, se observarmos as inúmeras campanhas desenvolvidas visando o bem-estar da comunidade e a forma como os gestores viabilizam a participação dos ouvintes, entendemos que a emissora encontra-se na esfera da lógica de rentabilidade sociocultural, o que, certamente, a aproxima das emissoras comunitárias.

Rádio Jornal FM

A Rádio Jornal FM, da cidade de Pirajuí⁷, está vinculada à Associação Cultural Comunitária de Pirajuí que foi fundada em 1996. Segundo Américo Pereira, membro da

⁷ Município do interior do Estado de São Paulo (a cerca de 400 km da capital), com pouco mais de 20 mil habitantes.

diretoria,

A fundação da Rádio Jornal FM aconteceu gradativamente. Primeiro foi fundada a Assoc. Cult. Comunitária de Pirajuí em 1996, quando foi reunido um grupo que constituiu um estatuto social. A partir daí foi formada uma diretoria, conselho deliberativo e realizada a primeira reunião registrada em Ata tratando da fundação de uma emissora de rádio.⁸

Através desta fala de Pereira, percebemos que a finalidade principal da criação da Associação era o pedido da concessão de uma Rádio Comunitária. É de conhecimento comum que estas emissoras são concessões do Governo Federal e regidas pela Lei 9.612/98.

A emissora cumpre uma jornada de 18 horas de programação, em sua maior parte musical. Conta com um noticiário de 30 minutos com informações internacionais, nacionais, regionais e locais. Veiculam-se ainda boletins informativos de hora em hora com áudios, em sua maioria, retirados do portal da Central de Radiojornalismo⁹.

Ao observarmos a programação desta emissora percebemos o predomínio de espaços destinados à música, selecionadas seja através de pedidos por carta, telefone, correio eletrônico ou pela própria equipe responsável pela produção e gestão.

12

Destacamos ainda o fato de a programação ser muito parecida com a da Pirajuí Rádio Clube¹⁰. A razão estaria ligada a uma tentativa da emissora em disputar uma fatia da audiência e, principalmente, uma fatia do mercado local. A “Clube” faz parte da comunidade desde a década de 40, enquanto que a Rádio Jornal iniciou efetivamente sua transmissão em 2004.

Quanto à gestão da Rádio Jornal FM, restringe-se à cúpula organizacional, aos poucos funcionários e aos interessados e possibilitados em adquirir um horário na programação.

⁸ Entrevista concedida ao autor via correio eletrônico.

⁹ Agência de Notícias que disponibiliza conteúdos em áudio gratuitamente, disponível em <http://www.radiojornalismo.com.br/>.

¹⁰ Uma outra emissora da cidade que opera em frequência AM. É ligada à Rede Católica de Rádios. Sobre a programação desta emissora ver VOLPATO, Marcelo de Oliveira. Participação e cidadania na mídia local: o caso de Pirajuí/SP. In: **Inovcom – Revista Brasileira de Inovação Científica em Comunicação**. v. 2, n. 2, 2007. Disponível em: <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/inovcom/article/view/4849/4546>

A programação da emissora reserva ainda alguns espaços para manifestações religiosas católicas e evangélicas: **Visão Cristã:** ligado à Igreja Cristã Missionária; **Revelação da Graça de Deus:** ligado à Igreja Evangélica Cristo Vive; **Jesus é a Salvação:** ligado à Igreja Evangélica Assembléia de Deus; **A voz da libertação:** ligado à Igreja Pentecostal Deus é Amor; **Momentos Espíritos:** ligado ao pré-candidato às eleições municipais Gilmar Segato Martinez; **Consagração à Nossa Senhora:** ligado à Igreja Católica, apresenta orações e a “Consagração à Nossa Senhora”; **A Hora da Ave-Maria:** ligado à Igreja Católica, apresenta orações e a “benção aos desempregados”.

Os programas ligados às igrejas evangélicas apresentam conteúdos parecidos como leituras bíblicas, mensagens e músicas evangélicas, além de veicularem anúncios publicitários de empresas locais. Ou são apresentados por algum adepto da igreja e coordenados pelo pastor ou são apresentados pelo próprio pastor. Utilizam deste espaço para divulgação de horários de cultos, endereço das igrejas, e para difusão de suas doutrinas.

Eu creio que a sua vida não vai ser mais a mesma. Se você está há muitos anos em algum lugar e não viu a sua vida mudar, então, venha congregar conosco um pouco da graça de Deus, venha ouvir a genuína palavra da graça de Deus, seja firme na genuína palavra da graça de Deus, que você esteja confiante na graça de Deus e você vai ver a sua vida mudar. [...] Este ministério Cristo Vive é um ministério que vive da fé [...]. Olha, ouvinte mais do que vencedor, em alguns momentos de nossas vidas, nós vamos precisar de milagres, da intervenção sobrenatural de Deus [...]. Hoje, eu tenho a ousadia de perguntar: o que você precisa da vida? Paciência? Você não está bem consigo mesmo? Forças pra viver? Saúde? Mudança nas finanças? Mudanças nas famílias? Mudança existencial? Você está frustrado? Sem força pra prosseguir? Nós acreditamos no nosso ministério, que o Deus a quem servimos é capaz de vivificar mortos.¹¹

13

No trecho do programa descrito parece-nos clara a intenção de divulgar a doutrina da igreja visando à conversão e adesão dos ouvintes, entendidos como fieis potenciais, evidenciando o proselitismo através do espectro das rádios comunitárias.

Nota-se que a emissora estabelece contratos com instituições, igrejas ou locutores interessados em participar da programação. Todo o lucro angariado através

¹¹ Trecho do Programa “Revelação da Graça de Deus”, ligado à Igreja Evangélica Cristo Vive, veiculado dia 25 de junho de 2008 e apresentado pela Pastora Ângela Saraiva.

dos anúncios publicitários para o programa é destinado à instituição ou aos locutores e uma quantia fixa é repassada à diretoria da emissora.

Os programas ligados à Igreja Católica obedecem outra lógica. São gravações de orações e veiculam apenas uma empresa patrocinadora¹².

Nesta perspectiva, observa-se a utilização de espaços no espectro da rádio comunitária visando o lucro, por parte dos responsáveis pela gestão da emissora e o proselitismo religioso, por parte das igrejas evangélicas.

Considerações

Considera-se, a partir dos casos estudados, que as rádios comunitárias configuram-se como espaço em potencial para o desenvolvimento de processos educativos, da promoção da cidadania, de mobilização, de viabilização da participação e do empoderamento popular dos meios de comunicação.

A “Rádio Jornal FM”, apesar de veicular programas de diferentes segmentos religiosos, como evangélicos, católicos e espíritas, o faz com objetivos de mercado, comercializando espaços em sua grade de programação. As instituições religiosas, por sua vez, recorrem à emissora aspirando à visibilidade local e o proselitismo. Neste caso, o distanciamento da emissora com a comunidade evidencia-se, já que sua principal finalidade é a utilização do espectro das rádios comunitárias como nicho de mercado.

Já a “Rádio Gospel FM”, mesmo sem primar pela pluralidade de opiniões e idéias no que tange a diversidade religiosa, aproxima-se mais do comunitário do que a outra emissora estudada, seja pela viabilização da participação popular, seja pelas ações sociais, seja pelos processos educativos e de cidadania promovidos.

¹² “Guaraná Noroeste” patrocina “A hora da Ave-Maria” e “Sindicato dos trabalhadores rurais de Pirajuí” patrocina a “Consagração à Nossa Senhora”, conforme edições da semana de 23 de junho de 2008.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALUMUKU, P.; WHITE, R. “Rádio Comunitária para o Desenvolvimento na África”. *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona*. vol. 3, n. 1. 2005. p. 56-65.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm>.

Acesso em 29 jun. 08.

FERREIRA, Gisele S. N. *Rádios Comunitárias e Poder Local*: perfil das Rádios Comunitárias legalizadas da região noroeste do Estado de São Paulo. Trabalho apresentado ao NP Rádio e Mídia Sonora, do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB. 6 a 9 set. 06.

LIMA Venício A. de; LOPES Cristiano A. *Rádios Comunitárias*. Coronelismo eletrônico de novo tipo (1999-2004). As autorizações de emissoras como moeda de barganha política. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/download/Coronelismo_eletronico_de_novo_tipo.pdf>. Acesso em: 20 jun 08.

15

LÓPEZ VIGIL, J. I. *Manual urgente para radialistas apaixonados*. 2 ed. São Paulo: Paulinas, 2004.

MICK, Jacques; Vieira, Fabiana. *Política e religião nas rádios comunitárias de SC*. Trabalho apresentado no Núcleo de Mídia Sonora. Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG. 2 a 6 set. 03.

PAIVA, R. “Para reinterpretar a Comunicação Comunitária”. In: PAIVA, R. *O retorno da comunidade*: os novos caminhos do social. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. p. 133-148.

_____. *O espírito comum*: Comunidades, Mídia e Globalismo. 2 ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2003.

PERUZZO, C. M. K. “Rádio Comunitária, Educomunicação e Desenvolvimento”. In: PAIVA, Raquel. *O retorno da comunidade: os novos caminhos do social*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. p. 69-94.

_____. “Rádios Comunitárias: entre controvérsias, legalidade e repressão”. In: MARQUES DE MELO, J.; GOBBI, M. C.; SATHLER, L (org.). *Mídia Cidadã: Utopia Brasileira*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006. p. 183-192.

_____. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

_____. “Ética, liberdade de imprensa, democracia e cidadania”. *Palestra proferida no III Encontro Nacional de Investigadores de la Comunicación*. Bolívia, Santa Cruz de la Sierra, junho de 2002.

_____. *Participação nas rádios comunitárias no Brasil*. Versão ampliada do paper apresentado no GT Cultura e Comunicação Popular, XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife-PE, 9 a 14 de setembro de 1998. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt>>. Acesso em: 04 mar. 2008.

16

SANTOS, Fernando Kid Gon Gon G. dos. *Rádio comunitária: entre a lei e a realidade*. Estudo de Caso da “Rádio Gospel FM de Marília”. 2007. 57 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação Social – Jornalismo). Universidade de Marília, São Paulo, 2007.

VENTURA, G. C. “Rádios Comunitárias: análise comparativa entre Brasil e Canadá”. *Revista interfaces Brasil/Canadá*. Rio Grande, n. 4, 2004. Disponível em: <<http://www.revistabecan.com.br>>. Acesso em: fev. 2008. p. 91-102.