

A relação entre as instituições religiosas e suas práticas radiofônicas

Auro dos Santos¹
Faculdades Integradas no Brasil (Unibrasil)

Resumo

Este trabalho estuda a relação que a religião católica e Protestante possuem com o rádio. Por conseguinte tem como objetivo analisar a importância que o rádio tem para estas duas religiões no Brasil. Será analisado como e porque as instituições religiosas se apropriam deste meio como uma ferramenta imprescindível na disseminação e suas mensagens. Para a compreensão desta relação foi uma pesquisa quantitativa com o objetivo de representar o tempo e espaço que ambas as religiões possuem nas rádios de Curitiba.

Palavras-chave:

Rádio; Religião; Bens Simbólicos

Introdução

A religião é uma das formas mais antigas do ser humano se relacionar com o desconhecido. Por conseguinte, o homem passou a usá-la para compreender seu próprio mundo. Seja ela monoteísta, que se acredita somente na existência de um Deus, ou politeísta, que crê em vários deuses, suas mensagens normalmente valorizam o respeito, tolerância, diálogo e outros valores.

De acordo com o último censo realizado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), divulgado em agosto de 2011, o número de católicos é 68,4%, de evangélicos 20,2%. Isto significa que 88,6% da população se declaram frequentar alguma instituição religiosa, o que, por conseguinte demonstra que a religião possui uma relevância na vida destas pessoas. (FVG, 2010)

Para compreender este assunto foi utilizado o livro de Luís Mauro Martinho (2003) aborda o tema sobre o viés dos meios de comunicação e sua representação simbólica.

Em seu artigo, Ricardo Mariano (2008), enfatiza que: “ No Brasil, desde a proclamação da República (1889), triunfou o ideal de se separar a esfera pública da privada. Desta forma conclui o autor que “ Na esfera pública foi colocada a política e,

¹ Estudante do oitavo período das Faculdades Integradas do Brasil, UniBrasil, (Curitiba)

mais tarde, os meios de comunicação de massa”(CAMPOS, 2008, p.5). Por conseguinte a religião passou a ser considerada algo ligado á esfera privada, isolando-se da política e dos meios de comunicação. Por isso, religião, política e mídia são entendidas como coisas à parte, que não devem se misturar. Contudo este conceito não se sustenta após o surgimento principalmente do rádio, onde a união meios de comunicação e religião passa a ser notável.

Sendo assim, o mesmo veículo que estas instituições usam com tanto afínco, uma vez sendo o rádio o veículo escolhido, uma pesquisa de campo foi realizada com o intuito de saber quantas rádios estão Curitiba, e qual as relações que elas possuem com religião ou instituições religiosas.

Outro momento da pesquisa refere-se ao processo de compreensão de como a comunicação passa a ser importante na disseminação da mensagem religiosa. Para isto é analisada baseada na obra de Joana Puntel²(2005), onde a autora discute de que forma as instituições religiosas podem utilizar os meios de comunicação com inteligibilidade, ou seja, explorar todas as formas de linguagem e interação que mídia oferece. Por outro viés de análise Luís Mauro de Sá Martino, analisa a forma da relação entre mídia e religião e como se estruturam entre as instituições religiosas. Neste contexto o autor no remete á uma reflexão entre a necessidade das instituições religiosas se apropriarem dos meios de comunicação como uma forma de ser acima de um bem econômico um bem simbólico.

Desenvolvimento

1.A apropriação do rádio pelas instituições religiosas

A primeira vez que um rádio teve sua programação transmitida no Brasil foi ao dia de sua independência em 7 de Setembro de 1922. Após relutar em conhecer a importância deste veículo como em meio eficaz no que se refere a influenciar seus ouvintes, as instituições religiosas passam a utilizá-lo com o objetivo de arrebatar féis para suas respectivas igrejas. Desta forma, este veículo de comunicação de massa,

² Joana T. Puntel pertence à Congregação das Irmãs Paulinas. É jornalista, mestra em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, doutora em Comunicação Social pela Simon Fraser University (Canadá) e pós-doutora pela The London School of Economics and Political Science (Inglaterra).

efetivamente, passa a ser explorado por grupos distintos da sociedade como sindicatos, igrejas etc.

Para se ter uma ideia, aproximadamente 20 anos após sua chegada no Brasil, este meio de comunicação passa a ser usado pelo catolicismo. “As rádios católicas surgiram a partir dos anos 40, consideradas indispensáveis à ação pastoral, e sempre foi a mídia mais exploradas pelos religiosos” (JUNG, 2004, p. 62). Em sua pesquisa realizada Cida Golin^{3*} relata como era visto o rádio quando chegou ao Brasil.

A temporalidade cronometrada pela ação da Igreja, cujo índice sonoro se traduz no toque do sino, marcou boa parte da trajetória do rádio no século XX, quando era hábito uma prece ou o canto no crepúsculo, seja nas pequenas emissoras, nos altofalantes das cidades do interior ou mesmo nas capitais. (GOLIN, 2004,p.2)

Esse processo reflete bem o cenário do rádio brasileiro em que o catolicismo, protestantismo e demais grupos religiosos passaram a dividir a preferência das concessões governamentais das rádios que até então era explorada em sua maioria pelos políticos. Um levantamento no setor de comunicação da Conferencia Nacional dos Bispos dos Brasil (CNBB) aponta que 58% das dioceses possuem emissoras. (GOLIM, 2009, p. 2)

A religião influencia fortemente a programação radiofônica no país. Rádios que não possui nenhum vínculo com alguma religião, também abrem espaço para preces, e mensagens religiosas. A origem dessa relação ainda citando Godim pode ser compreendida.

No caso do Brasil, a consagração de nossa Senhora como padroeira ocorre justamente nos anos 30, época de fortalecimento do Estado e início da popularização do rádio, veículo que ira se engajar no projeto de construção e transmissão do sentimento de nacionalidade. Nada mais natural, portanto, que a evocação á mais emblemática figura feminina tenha tido seu horário assegurado no veículo que amalgamou idiossincrasias regionais. (GOLIN, 2004, p.59)

Neste contexto, as empresas radiofônicas perceberam a necessidade de destinar sua mensagens para públicos diferentes. Nasceu assim a ideia da segmentação de públicos e mercados. Por conseguinte para que as rádios pudessem atingir diretamente seus

³ Doutora em Letras, Professora do Departamento de Comunicação da Universidade de Caxias do Sul e editora de publicações do Museu de Arte do RS (POA). Coordena a pesquisa O rádio é a cidade na UCS.

ouvintes tinham que passar por uma mudança em suas programações, tendo em vista a necessidade atingir determinadas parcelas da sociedade.

Milton Jung (2004) afirma que a especialização em segmentos de público faz com que hoje parte destes, sejam mais facilmente alcançados pelo rádio do que pela televisão. Neste sentido uma das características desse veículo segundo o autor: “baixo custo, rapidez, participação, possibilidade de sugerir uma conversa individual e companhia, é baseado no som, elemento envolvente, que estimula a emoção e imaginação, além de atingir com facilidade camadas sociais excluídas”.(JUNG, 2004, p. 22)

Na verdade as instituições religiosas passam a ter o rádio muito mais do que um simples meio de comunicação, mas sim um verdadeiro instrumento de trabalho como afirma Meditsch (2001). “O rádio não é um veículo, mas sim um instrumento, um grande instrumento potencial de educação e cultura populares; e como todo instrumento exige conhecê-lo, manejá-lo, adaptar-se a suas limitações e suas possibilidades (Meditsch, 2004, p.53)

Portanto usar bem o rádio mais que uma técnica, trata-se de uma arte, e isto as instituições religiosas fazem de forma a conquistar cada vez mais fiéis, considerando que reconhecem a importância do veículo de comunicação que tem em mãos.

2.Convergências das mídias e novos desafios para as religiões

As instituições religiosas observam as invenções e inovações tecnológicas com cautela e receio. “Passaram-se vários anos e houve muitas discussões para mudar as opiniões da igreja sobre os meios de comunicação, considerados simplesmente meios de difusão de mensagens negativas e do mal”. (Puntel, 2005, p.120). Para a Igreja (Católica), além de serem usados pelas forças do mal, o avanço dos meios de comunicação, propiciavam uma aceleração do Protestantismo que reconheceu sabiamente este meio para disseminar suas ideias.

Contudo esta posição não permaneceria por muito tempo, a tal ponto que o Papa Leão XIII, concedeu uma entrevista oficial a imprensa da época no ano de 1789. Neste contexto a filosofia da igreja frente à imprensa, tinha mudado onde defendia a seguinte posição:

A postura eclesial era de usar as tecnologias dos meios de comunicação como um campo de batalha: se a sociedade estava utilizando os meios de comunicação social para difundir o mal, então a Igreja também deveria usar esses mesmos recursos para

difundir a boa mensagem, de modo a combater esse mal”.
(Puntel, 2005, p.119).

Ou seja, a igreja concluiu que impedir o uso dos meios de comunicação não estava sendo o melhor recurso para manter sua hegemonia político e religioso naquele contexto. No entanto somente reconheceu a potencialidade dos meios de comunicação como algo extremamente benéfico para a evangelização através do decreto *Inter mirifica*^{4*} onde enfatizava que: “ O decreto *Inter mirifica* é o segundo dos dezesseis documentos publicados pelo vaticano II. Aprovado em 4 de dezembro de 1963, assinala a primeira vez que um concílio geral da igreja se volta para a questão da comunicação.”
(Puntel, 2005, p.122)

Até este momento embora usando os meios de comunicação para seus objetivos o catolicismo ainda mantinha certa cautela em relação a estas tecnologias. Com este decreto além de ser um divisor de águas na relação que a igreja passa a ter com a mídia, onde sua postura fica bem clara:

A Igreja católica tendo sido constituída por Cristo Nosso Senhor, a fim de levar a salvação a todos os homens e, por isso, impelida pela necessidade de evangelizar, considera como sua obrigação pregar a mensagem de salvação, também com os recursos dos instrumentos de comunicação social, e ensinar aos homens seu uso correto. Portanto, pertence á igreja o direito natural de empregar e possuir toda sorte desses instrumentos, enquanto necessários e úteis á educação cristã e a toda a sua obra de salvação das almas. (Puntel, 2005, p.122)

Através deste decreto a igreja católica se apropria definitivamente dos meios de comunicação da época como o cinema, a televisão e o rádio, onde deixa bem clara seu objetivo frente a esta tecnologia. Nesta perspectiva, onde as instituições religiosas passam a por consideráveis alterações com relação aos seus discursos. Seguindo esta lógica, vale lembrar o conceito de Peter Berger*,segundo o autor a religião passa por uma crise das suas estruturas de plausibilidade, isto é, com o fim da metafísica, o advento da modernidade, foi tirada da religião a função de sustentar e explicar a realidade. “ A crise da religião é um dos efeitos claros da secularização, ou seja, o processo pelo qual setores da sociedade e da cultura são subtraídos à dominação das instituições e símbolos religiosos.” (Peter Berger; apud Martino, 2003, p. 60)

⁴ O surgimento do decreto *Inter mirifica* (IM) foi como que uma necessidade para orientar os cristãos e convocá-los para um uso correcto dos meios de comunicação. Foi uma maneira de reconhecer a importância da comunicação de massa no catolicismo

Com o fim da religião como ordenadora da realidade, entramos num estado de pluralismo, onde todas as instituições religiosas podem explicar e, sobretudo fundamentar a realidade. Segundo Martino (2003) “ O pluralismo é uma situação objetiva, real, de algo que já aconteceu dentro do individuo, em sua consciência” (Martino, 2008, p.60)

Essa padronização segundo Martino, aproxima a religião, enquanto produtoras de bens simbólicos, da indústria cultural. “ Tendo em vista, que ela também produz nos indivíduos efeitos psíquicos que deixam os bens simbólicos despercebidos como mercadoria, criando, por conseguinte o desejo de consumo destes bens.” (Martino,2003, p. 64) Entende-se por estes bens, no cenário religioso a formação de novos líderes; igrejas; estratégias comunicacionais e o marketing que por conseguinte leva os fiéis ao consumo da palavra cristã e divina, além de produtos como Dvds, Cds, livros de autoajuda etc.

Seguindo este mesmo raciocínio, o autor defende que os métodos e meios de evangelização precisam se adequar se adaptar as práticas seguida pelo jornalismo, onde há a relação comunicador-receptor.

Cada experiência está marcada por uma infinidade de variáveis que compõem-se de cinco elementos: *comunicador, mensagem, canal, receptor, contexto*, e ao serem associadas às perguntas do lead jornalístico - *Quem? Onde? Quando? Por quê? O quê? Como?* - constituem um ponto de partida para que a igreja possa estruturar e questionar seus métodos de evangelização. (Martino, 2003, p 44)

Thompson⁵ (1937-2005) considera a comunicação como: “... um tipo distinto de atividade social que envolve a produção, a transmissão e a recepção de formas simbólicas e implica a utilização de recursos de vários tipos.” (Thompson 1998 apud Martino p.25) Como toda atividade social, a comunicação religiosa está ancorada em um contexto social, cultural e econômico. Nele, o processo de comunicação acontece graças aos meios técnicos que lhe são dados pela cultura e pelas tecnologias disponíveis naquele momento como enfatiza Puntel:

Contextualizando a comunicação na pós – modernidade, ela não se restringe mais há um único setor da atividade humana. Hoje a comunicação inaugura o advento de um complexo modo de

⁵ Thompson foi um criador de um estilo denominado Jornalismo Gonzo. Esse estilo se caracteriza por acabar com a distinção entre autor e sujeito, ficção e não-ficção.

viver, redistribui e interage com a cotidianidade das pessoas, mas se constroem os significados por meio das formas simbólicas e das diversidades de linguagens da mídia. (Puntel, 2005, p.135)

Assim sendo assim cabem às instituições religiosas se adaptarem com todos os recursos que a tecnologia da informação disponibiliza, tendo em vista que a convergência midiática nos obriga a sermos multimídias. “ Durante a sua formação os futuros sacerdotes, religiosos devem conhecer a incidência dos meios de comunicação na sociedade, bem como sua técnica e uso para que não permaneçam alheios á realidade” (Puntel ,2005, p.136). Realidade esta que oferece as instituições religiosas a oportunidade de chegar a seus fiéis a qualquer hora, qualquer lugar e tempo.

3.Os meios de comunicação no protestantismo

Para compreendermos a importância do rádio no protestantismo, se faz necessário analisarmos algumas características desta religião que se consolidou e expandiu-se nos Estados Unidos. No que se refere à utilização dos meios de comunicação como forma de alcançar e manter fieis, o Protestantismo americano teve algumas diferenças com relação ao protestantismo que chegou ao Brasil, embora em sua maioria quase todos sejam oriundos dos EUA.

Historicamente o rádio e os movimentos religiosos estadunidenses estão ligados desde o início com ensaios e experimentos. As primeiras palavras que foram transmitidas através das ondas radiofônicas, naquele país, se deram a partir de Massachusetts, na véspera do natal de 1906, quando foi lido um trecho do Evangelho de São Lucas onde narra o nascimento de Jesus. (LIMA; apud FONSECA, 2009:59).

Semelhante ao catolicismo, no protestantismo havia algumas igrejas que se opunham a utilização do rádio como um veículo decente para pregar a palavra de Deus. Isto se dava pelo fato de grande parte de seus fieis e até mesmo líderes serem oriundos de regiões distantes das capitais, o que por conseguinte observavam o rádio como uma fonte de maldição. “Apesar de extraordinário instrumento de evangelização, reconhecia-se também seu poder na propagação de mensagens e músicas “mundanas”, além da inclinação à substituição das pregações tradicionais realizadas nos templos pelas pregações no rádio”. (FONSECA, 2009, p.4)

No entanto como o protestantismo possui uma tendência a valorizar a oralidade, aos poucos este meio de comunicação deixa de ser visto como obstáculo, e passa a ser visto como um meio que acima entreter e informar, poderia ser um canal de comunicação entre a igreja e seus fieis. “ A partir de 1940 surgiram no Brasil os primeiros programas evangélicos no rádio, as denominações pioneiras foram a Igreja Adventista, a primeira a alcançar o rádio a nível nacional”. (FONSECA, 2009, p.9)

Outra igrejas pentecostais como a Assembleia de Deus, a Igreja do Evangelho Quadrangular, O Brasil Para Cristo e a Igreja Deus é Amor também entraram na onda do rádio, mas somente no final da década de 40 e início de 50.

O programa pioneiro do rádio evangelismo na igreja Assembleia de Deus Lawrence Oslon, ainda que sob forte oposição, foi ao ar em 1947, na Rádio Cultura de Lavras em Minas Gerais. Em 1950, o pastor José Gomes Moreno da cidade de Curitiba deu início ao programa “Voz Evangélica das Assembleias de Deus” pela Rádio Guairacá. (LIMA,)

Conforme Ricardo Mariano enfatiza em seu artigo, o evangelismo midiático em rádio e tevê constitui o mais poderoso meio para atrair e recrutar rapidamente elevado número de adeptos. No entanto, mesmo com a chegada da televisão no Brasil na década de 1950 o rádio continuou sendo o veículo preferido dos evangélicos para a propagação de suas mensagens.

4. Metodologia

Para chegar a algum conhecimento científico a respeito de determinado assunto, é necessário realizar algumas observações e pesquisas. Neste contexto a forma como determinado assunto será abordado, influencia na forma de pesquisa que será usada. Como o objetivo deste artigo é retratar a importância que os meios de comunicação de massa são importantes para as instituições religiosas. Para obter tal resultado foi realizada dois tipos de pesquisa: a exploratória e a quantitativa. A respeito, Gil (1996) esclarece quais os objetivos de uma pesquisa exploratória.

Estudos exploratórios são investigações de pesquisa empírica que tem por finalidade formular um problema ou esclarecer questões para desenvolver hipóteses. O estudo exploratório aumenta a familiaridade do pesquisador com ambiente que pretende investigar. São também usadas utilizadas para esclarecer e modificar conceitos. (Gil, 1996, p.58)

Baseado nestes conceitos, a respeito do tema proposto na pesquisa, cujo objetivo foi possibilitar uma maior compreensão do assunto, bem como poder contextualizar como se encontra as publicações que abordam o tema na contemporaneidade.

Simultaneamente a pesquisa exploratória, uma explanação histórica é realizada uma vez que partindo do princípio de que as atuais formas de comportamento e vida social e sobretudo os costumes tem origem no passado, é importante pesquisar suas raízes, para compreender seu comportamento na sociedade. A respeito de uma abordagem histórica, os conceitos defendidos por Marconi e Lakatos (1991) traz a importância de voltar na história principalmente em uma pesquisa exploratória:

O método histórico consiste em investigar acontecimentos, processos e instituições do passado para verificar sua influência na sociedade de hoje. O método histórico preenche vazios dos fatos e acontecimentos, apoiando-se em um tempo, mesmo que artificialmente reconstituído, que assegura a percepção da continuidade e dos entrelaçamentos dos fenômenos. (Marconi /Lakatos,1991,p.22)

Uma vez que o produto final será um radio documentário sobre o fundamentalismo religioso foi realizada uma a pesquisa quantitativa respeito do espaço que as religiões possuem nas rádios de Curitiba. No resultado desta análise realizada em maio de 2011 ficou constatado que em Curitiba e Região Metropolitana possuem 37 emissoras de rádio, sendo que 17 são AM e 20 FM. As rádios exclusivamente religiosas somam 12 emissoras, destas seis operam na frequência FM, seis são AM. Outras seis emissoras também transmitem programas religiosos no decorrer de suas programações. O período desta pesquisa foi realizado entre o mês de Maio e Junho de 2011.

5.Rádios cuja programação é somente religiosa: Católicas frequência AM

5.1. Rádio Canção Nova AM 1370

Fundada em 2004 esta rádio pertence a Fundação João Paulo II. Antes desta data era a conhecida rádio Indecência do Paraná, cuja programação era uma mistura de entretenimento com músicas sertanejas. Se destacou no meio jornalístico na década de 80 e 90. Sendo do segmento católico, a emissora embora tendo sua programação toda voltada para questões religiosas como debates, orações e músicas.

5.2. Rádio Evangelizar AM 1060

Antiga rádio Paraná até 2007, hoje é administrada pelo padre Reginaldo Manzotti. Administrada antigamente pelo grupo Champagnat, sua programação era basicamente

musical (sertanejo). Atualmente o destaque na rádio são os programas apresentados pelo padre Reginaldo, o programa que vai ao ar às 10 da manhã. Somado aos programas religiosos, também é possível ouvir programas musicais e informativos, no entanto sempre voltados para as temáticas sociais.

6. Rádios cuja programação é religiosa: evangélica frequência AM

6.1. Rádio Atalaia AM 1170

A Rádio Atalaia, associada ao Grupo Record, faz parte de uma rede mantida pela igreja Universal do Reino de Deus (Rede Aleluia). A emissora, possui um conteúdo religioso, apresentado por pastores. Além desta programação, a rádio conta com conteúdo informativo, hinos, onde predomina os cantores e bandas da gravadora Line-Records que é a gravadora mantida pela igreja.

6.2. Rádio Marumby AM 730

A Rádio Marumby AM integra o Sistema Iensen de Comunicação. Desde 1976 pertence ao político Matheus Iensen, que iniciou as suas atividades na rádio em 1966. A rede conta também com a rádio Marumby de Florianópolis, antiga Rádio Diário da Manhã. A programação foca o público evangélico com ênfase para o público das igrejas Assembleia de Deus, Evangelho Quadrangular dentre outras. O conteúdo religioso é explorado na música gospel e nos programas de evangelização.

6.3. Rádio Cultura de Curitiba AM 930

A Rádio Cultura de Curitiba foi fundada em fevereiro de 1971. A emissora teve o seu fundamento até 2004. Esta rádio se diferenciava das demais de devido a sua programação que era voltada para a MPB e ritmos como o Chorinho. Atualmente pertence ao sistema Josué Damasceno de Comunicação com uma programação exclusivamente evangélica de várias igrejas e comunidades, uma vez que a rádio não pertence a nenhuma denominação religiosa. A rádio se destaca por não ser segmentada no que se refere a sua programação. Além do conteúdo religioso somente 5% de sua programação é voltado para o jornalismo.

6.4. Super Rádio Deus é Amor AM 1120

Como a maioria das rádios religiosas esta era conhecida como a famosa rádio Tupi de Curitiba, conhecida hoje como a Super-Rádio Deus é Amor. Semelhantes às demais rádio religiosas evangélicas, divide sua programação entre hinos e pregações. A rádio

pertence ao grupo Voz da Libertação, é uma rede nacional criada pela igreja Deus é Amor fundado por David Miranda em 1962.

Obs: As demais rádios Mas, a programação é um mosaico variando entre programas religiosos; esportivos; entretenimento e jornalísticos.

7. Rádios FMs religiosas

7.1. Sara Brasil FM 107,5

Criada em 2001 pela comunidade religioso Sara nossa Terra, a programação varia entre pregações, aconselhamento pastoral aos ouvintes, e hinos religiosos. Algumas programações são encabeçadas pela rede geral que está localizada em Brasília. No que se refere às informações, a rádio oferece pouco espaço que é apresentado em forma de boletins de hora em hora. A rádio abre espaço para a pregação para de outras denominações.

7.2. Rádio Gospel FM 89,3

Inaugurada em 2007, a rádio pertence ao grupo Takaima de comunicação, cujo slogan é: transmitindo vida. Sua programação varia entre hinos, participação do ouvinte e cultos transmitidos ao vivo nos fins de semana. Os ouvintes podem interagir com os locutores através de celular e do site da rádio. A programação tem uma linguagem voltada para o público jovem.

7.3. Rádio Marumby FM 88,5

Pertencente a rede Aleluia, a rádio Marumby FM, foi fundada em 2002, a rádio pertence a igreja Universal do Reino de Deus, é uma das 64 rádios ligadas a esta rede. A programação é uma mescla de boletins informativos, hinos, dicas de saúde testemunhos de fiéis e chamadas de pastores para que os ouvintes participem dos cultos da igreja. Uma das características desta rádio, trata-se dos documentários semelhantes as rádios novelas, com ênfase nas parábolas e narrativas bíblicas.

7.4. Rádio Novo Tempo FM 106,5

Estreada em 1996, ligada à igreja Adventista do Sétimo dia, faz parte da rede Adventista de comunicação. A programação é semelhante às demais rádios religiosas variando entre testemunhos de fiéis, música gospel, orações e pregações. Toda programação é exclusivamente da Igreja Adventista do sétimo dia.

7.5. Rádio BB& FM 92,3

Antiga rádio Scala FM, tinha uma programação com músicas instrumental e orquestras. A rádio BBN foi inaugurada em 1999, e pertence a rede RRB-Rede de

Rádiodifusão Bíblica. Uma das diferenças desta rádio é que esta não possui nenhum tipo de propaganda. Por conseguinte, é mantida através das doações dos seus ouvintes, conhecidos como mantenedores. Sua programação é exclusivamente religiosa, onde a cada hora um boletim informativo é apresentado com duração de cinco minutos. A programação varia entre programas religiosos de várias denominações religiosas, muito embora predomine as mensagens da Igreja Batista..

7.6. Rádio Se tu uma Bênção 92,9:

Antiga rádio Mix FM, foi adquirida pela Igreja Mundial do Poder de Deus fundada em 2010 pelo ex-bispo da Igreja Universal do Reino de Deus, hoje conhecido como apóstolo Valdemar. A programação é essencialmente religiosa variando entre hinos, testemunhos pregações do Apóstolo, bem como de pastores de Curitiba e região metropolitana. Também possui programas musicais com a participação de ouvintes.

Obs: As demais rádios Fms de Curitiba não apresentam nenhum programa religioso, exceto a Caioba e Ouro Verde FM, que possui o programa Momento Espírita com duração que varia entre 6 e 7 minutos. Vai ao ar duas vezes ao dia: às 6:hs e 19:hs simultaneamente nas duas emissoras.

8. Conclusão

Apesar dos mais variados meios de comunicação existentes como a internet, a televisão dentre outros, para as instituições religiosas, o rádio possui uma particularidade própria, principalmente no que se refere à transmissão de mensagens religiosas, que por sua natureza, valorizam a oralidade e, por conseguinte a escuta.

Neste contexto das rádios, uma das observações que pode ser constatada é que há uma diferença entre o espaço que se dá para programas de cunho religioso entre as duas frequências de rádios (AM/FM) que operam em Curitiba. Nota-se que na frequência AM, há rádios cuja programação é totalmente voltada para programas religiosos, tanto para Católicos, como para Protestantes.

Em outro momento pode ser observado que entre as rádios AMs, mesmo não mantendo nenhuma relação com alguma instituição religiosa, algumas abrem espaços para programas religiosos. Um exemplo é o caso da rádio Globo, cujo programa de

maior atração, é o Momento de Fé, apresentado diariamente pelo Padre Marcelo, das 9 às 10 horas da manhã.

Na frequência FM, umas das características destas rádios se deve ao fato de não haver uma mescla entre os programas, ou se tem programas religiosos ou não. Nesta faixa, somente veiculam programas religiosos as rádios que possuem tal características, que por sua vez estão ligadas diretamente com alguma instituição religiosa. Neste caso a mais recente neste segmento, a antiga Mix FM, hoje a rádio Se tu uma Bênção mantida pela igreja Mundial do poder de Deus. Contatou-se também que nesta frequência, (FM), somente ha rádios evangélicas, não há nenhuma que possua algum programa relacionado com Igreja Católica. Isto explica a audiência que o programa Evangelizar (AM), tem uma vez que para os católicos, há menos alternativas neste segmento em relação aos evangélicos. Segundo esta lógica, se deduz que ha um maior interesse do protestantismo em detrimento do catolicismo na utilização deste meio como forma de atingir sua meta principal: a evangelização.

9.Referências

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Ed: Atlas.1996

Hoffer, Eric. **Fanatismo e Movimento de Massa**. Rio de Janeiro: Ed. Lidador 1968

JUNG, Milton. **Jornalismo de Rádio**.2.ed. São Paulo:Ed: Contexto, 2005.

MARCONI, M.A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia Científica**: São Paulo. Ed: Atlas, 1991

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e poder simbólico**: um ensaio sobre comunicação e campo religioso. São Paulo: Paulus, 2003.

MEDISTSCH Eduardo. **O Radio na Era da Informação**; Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo: Santa Catarina:Ed.Insular. 2001

ORTRIWWANO, Gisela Swetlana. **A Informação no Rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo:Ed.Summus, 1986.

PUNTEL.Joana.**Cultura Midiática e Igreja**; Uma nova ambiência,São Paulo:Ed.Paulinas,2005

Artigos consultados

CAMPOS, Leonildo Silveira. **Teatro, templo e Mercado**: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 1997.

IBGE, Instituto Brasileiro de Estatística e Geografia. **Dados Populacionais**. Disponível em www.ibge.gov.br Acesso em 19 set. 2011

Mariano Ricardo, **Os Pentecostais e a Teologia da Prosperidade**. Revista Novos Estudos CEBRAP, São Paulo, n.3, p.24-42 ,1996

Fundação Getúlio Vargas disponível em [:WWW.fgv.br/cps/religião](http://WWW.fgv.br/cps/religião). Acesso em 21/09/2011