



O pregador midiático ¹

João Batista de Abreu ²

Resumo: O trabalho analisa seis meses de transmissão do programa *Nosso momento de fé*, apresentado pelo padre católico Marcelo Rossi, veiculado diariamente em 95 emissoras de rádio e líder nacional de audiência, com 2,1 milhões de ouvintes por minuto. O objetivo é examinar as estratégias empregadas no discurso radiofônico e sua eficácia no imaginário popular, conjugando a palavra, a música, os efeitos sonoros e o silêncio. Durante uma hora, o apresentador estabelece um vínculo com o ouvinte, baseado nas técnicas radiofônicas, no carisma e na capacidade de oferecer conforto espiritual a um público cada vez mais carente de afeto e esperança.

Palavras-chave

linguagem radiofônica, retórica, paisagem sonora, Nosso momento de fé, Ágape

Palavra, música, efeitos sonoros, silêncio/pausa. Assim podemos resumir os mandamentos de um programa radiofônico que deseja estabelecer uma relação mágica de envolvimento com o ouvinte. A presença desses quatro elementos do rádio, na visão de Armand Balsebre, ajuda a explicar o êxito alcançado nos últimos 10 anos por **Nosso momento de fé**, líder nacional de audiência e recordista em algumas capitais brasileiras.

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

¹ Trabalho submetido ao grupo de rádio e mídia sonora do 34º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Professor associado do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense



estivéssemos em um culto. Mesmo que o desejo não se realize, a ideia predominante é a de conforto do espírito.

Transmitido ao vivo pelo Sistema Globo de Rádio, de segunda-feira a sábado, de 9h05min às 10h10min, abrange uma rede de 95 emissoras em todo o País.

Apresentado pelo padre católico Marcelo Rossi, tem como coadjuvantes os radialistas Carlos Maglio e Mário Duarte, que conversam no ar com o apresentador principal, dividem a leitura das mensagens religiosas e anunciam nos intervalos as caravanas ao Santuário Nossa Senhora Mãe de Deus (antigo Santuário do Terço Bizantino), em Jurubatuba, Santo Amaro.³ Na mesa de controle, o operador Daniel Palma.⁴

Marcelo Rossi apresenta o programa a partir de um estúdio localizado no santuário, enquanto os produtores e o operador ficam na sede da Rádio Globo em São Paulo, no bairro de Santa Cecília. Ele se comunica com a equipe por um canal privado, ao vivo ou, no caso específico do operador Daniel Palma, por Nextel ou mandando um sinal sonoro pela mesa.

A audiência média em na Grande São Paulo alcança 480 mil ouvintes por minuto, enquanto na Região Metropolitana do Rio de Janeiro fica em 380 mil ouvintes.⁵ Desde 2010 com as transmissões simultâneas em AM e FM, o programa é o único da Rádio Globo carioca que supera a audiência da Rádio Tupi, líder no gênero *talk radio*. Em todo o país, o programa atinge a marca de 2,1 milhões de ouvintes por minuto.

Paulistano, 44 anos, formado em Educação Física desde 1989, Marcelo Mendonça Rossi ordenou-se sacerdote em 1994 e logo se tornou conhecido pelas missas voltadas para jovens no bairro de Santo Amaro, que seguem uma liturgia identificada com o movimento da Renovação Carismática. Possui um site (www.padremarcelorossi.com.br), sete *facebook*s e seis CDs musicais.⁶

A estrutura do **Nosso momento de fé** alterna pregações, orações, mensagens para o ouvinte, como horários de missa no santuário e viagens pelo Brasil para lançamento do livro *Ágape*⁷, promessas de cura e palavras de conforto. Testemunhos de

³ O santuário está em fase final de construção.

⁴ O sonoplasta Evandro Almeida opera o transmissor, grava os loopings com as músicas instrumentais.. Antes a seleção musical era feita por Marcos Souza Cruz, o Monange.

⁵ Os números baseiam-se no boletim do Ibope do 2º trimestre de 2011. O pico de audiência ocorreu entre 2004 e 2005, quando o programa chegou a registrar 820 mil ouvintes por minuto em São Paulo e 850 mil ouvintes no Rio de Janeiro.

⁶ Marcelo Rossi começou a atuar em rádio em 1996 na Jovem Pan, com um programa de cinco minutos. Depois de gravar seu primeiro CD de música, ganhou um programa de uma hora na Rádio América.

⁷ Lançado pela Editora Globo, o livro vendeu 4 milhões de exemplares entre agosto de 2010 e junho de 2011, tornando-se um recorde no mercado editorial.



fiéis, por carta ou telefone, e o quadro **Capela Virtual** completam a grade. O padre agradece a Deus por ter ficado imobilizado por semanas após fraturar uma das pernas, o que, segundo ele, teria viabilizado a preparação do livro, de 12 capítulos e 125 páginas, inspirados no Evangelho de São João. *“Deus permitiu que eu quebrasse a perna para poder escrever o livro.”*

A palavra *Ágape* é pronunciada diversas vezes ao longo do programa. Serve tanto para se referir ao livro, quanto no sentido de amor espiritual e também como forma de saudação.⁸

“(Este livro) é um diálogo que, na condição de padre, faço com os meus filhos. O meu sacrifício é um serviço ao Senhor. Nas celebrações eucarísticas, nos programas de rádio, nas visitas aos doentes, nos sacramentos que com amor realizo, tenho a humilde intenção de fazer com que as pessoas percebam o *Ágape*, o amor de Deus que dá significado à nossa vida.” (pág 22).

Rossi chama os ouvintes de “amados” e manda recados aos que ouvem o programa involuntariamente por estarem junto a um aparelho de rádio sintonizado por familiar ou colega de trabalho. Rossi os considera “ouvintes por tabela”.

Aqui é importante distinguir o conceito de “ouvinte eventual”, de Abraham Moles, aquele que sintoniza eventualmente a emissora, mas tem a intenção de fazê-lo, e o que Rossi entende por “ouvinte por tabela”.

No dia 4 de janeiro, ele manda um recado para uma empregada doméstica que ouviu o rádio ao lado da patroa. *“Tem gente que está me ouvindo por tabela. Faz tempo que você tirou férias de Jesus. Volta pra Deus. Sei que você foi enganada porque freqüentava uma igreja que só pedia dinheiro. Volta para a igreja, não essa, mas a Igreja de Deus. Você veio da Bahia, depois ficou fanática. Não vou citar o nome dela por uma questão de ética”* . .

O apresentador faz questão de dizer que respeita os evangélicos e tem diversos amigos pastores, mas critica indiretamente aqueles que pedem dinheiro nos cultos. *“Eu ligo a televisão e vejo uma pessoa que diz que faz milagres. Às vezes até faz mesmo. Infelizmente muitas usam o nome de Jesus em proveito próprio, mas eu não posso julgar”*.(11/3/2011)

Ao contrário da tolerância demonstrada com os evangélicos, o espiritismo é sempre referenciado como ocultismo.⁹

⁸ No 7 dia de junho, Marcelo Rossi pronunciou a palavra *Ágape* 54 vezes em menos de uma hora de transmissão.



Rossi faz preces em que suplica a Deus, conta histórias, reza Ave Maria e o Pai Nosso, abençoa os ouvintes com o sinal da cruz, usa parábolas, conversa com ouvintes por telefone e lê cartas de pessoas que obtiveram graças. Muitas vezes comove-se com os testemunhos e chora no ar. A seleção da correspondência cabe aos produtores e o padre faz questão de dizer que lê de primeira, sem ensaio.

Breno Lucas da Silva Andrade, de Pernambuco – em carta lida no ar no dia 7 de junho –, foi um dos que comoveram o apresentador. Ele conta que perdeu o pai assassinado e pouco depois a mãe, vítima de câncer. Hoje diz que compra todo mês 19 exemplares do *Ágape* para dar de presente. Rossi interrompe a leitura da carta e começa a chorar. A pausa/ interrupção ocasionada pelo choro remete à idéia de silêncio na comunicação radiofônica.

Balsebre (1996, pág 23) observa que a mensagem radiofônica compõe-se da percepção intercorrente de silêncios e registros sonoros.

Assim como o som se percebe como forma sobre um fundo de silêncio na estrutura sequencial constituída por pares de unidade som/silêncio, assim também, por oposição, podemos afirmar que o silêncio pode ser percebido como forma não sonora sobre um fundo de sons, em sua relação estrutural com o som.¹⁰

É freqüente o recurso à parábola como forma de pregação. Uma delas é a história dos meninos que brincam de patins no gelo, narrada no dia 17 de fevereiro.

De repente o gelo se quebra e um dos meninos cai na água gelada. O amigo começa a bater com força e consegue quebrar o gelo. Os adultos, quando chega o socorro, se surpreendem com a força e a obstinação do menino e lhe perguntam como conseguiu. E ele responde: porque não havia ninguém para me dizer que eu não conseguiria.

⁹ Nos seis meses de pesquisa (janeiro a junho de 2011), não foi possível perceber se o apresentador faz distinção entre os kardecistas e os adeptos da umbanda.

¹⁰ Em espanhol, as expressões “sonoro” e “sonido” têm sentidos específicos. Talvez a melhor tradução para sonoro seja “audiovisual” no aspecto perceptivo, diferente de som.



A parábola expõe a ideia de obstinação, da vontade sem limites de uma criança inocente que não tem um adulto para desencorajá-la.

Marcelo Rossi sabe fazer pausas e mudar o tom de voz de forma impressionante, modulando a fala de acordo com a emoção do enunciado. Sussurra, para, lança frases exultantes, numa alternância de ritmo que prende a atenção do ouvinte. Aqui temos presente o conceito de tempo psicológico, de Mário Kaplun, segundo o qual o ritmo adequado de um programa de rádio pode contribuir para comprimir a sensação do tempo dedicado à audição. Quanto maior a atenção, menor o tempo psicológico.

Quando lhe perguntam onde aprendeu a técnica radiofônica, diz que é inato. Criança, não tinha hábito de ouvir rádio; apenas gostava de cantar. Também refuta a classificação de artista: *“Eu sou padre, não sou artista, não sou cantor. Apenas uso os instrumentos de evangelização que estão por aí”*, assevera o padre no programa que foi ao ar em 7 de junho.

As falas do apresentador carregam uma forte dose de improviso, baseado na intuição e na experiência como pregador nas missas dominicais. Para justificar, Rossi diz que *“o programa é costurado por Deus na unção”* (6/5/2011).

Balsebre (1996, pág 39)) lembra que o improviso pode representar a expressão mais direta de um sentimento.

“Se o diálogo é uma das formas expressivas que no rádio melhor se aproximam da comunicação interpessoal, o improviso é o significante dessa forma expressiva, a expressão mais direta de uma ideia ou de um sentimento. O locutor radiofônico deve exercitar-se diariamente no domínio de todos os recursos expressivos do improviso e trabalhar paralelamente a naturalidade do texto escrito.”

Arnheim (apud Balsebre, pág 25) frisa que o rádio tem a capacidade de estimular os sentidos não apenas por meio da música, da harmonia e do ritmo, mas também através da palavra.

“O rádio está de posse não somente do maior estímulo que o homem conhece para captar os sentidos, como a música, a harmonia e o ritmo, mas também é capaz de oferecer uma descrição da realidade por meio de ruídos e pelo mais amplo e abstrato meio de divulgação: a palavra. A palavra é fundamental, pois o rádio é um meio de comunicação entre pessoas.”

Nos programas do gênero *talk radio*, a função de linguagem mais presente (na concepção de Roman Jakobson) é a fática, aquela em que o emissor manifesta a necessidade de se comunicar diretamente com o receptor. Para Vanoye (1997, pág 54), “a função fática está centrada sobre o contato (físico ou psicológico). Tudo o que numa mensagem serve para estabelecer, manter ou cortar o contato (portanto a comunicação) concerne a essa função”.

Rossi conversa com o ouvinte ou com os apresentadores coadjuvantes. Em **Nosso momento de fé** os coadjuvantes adotam uma atitude de confirmação no diálogo com o comunicador principal. Não há debate, nem conflito. Predomina a redundância, recurso de retórica presente na catequese e nos discursos voltados para camadas populares.

A origem da retórica remonta ao século 5 a C. Segundo Vanoye (1977, pág 47) reúne um conjunto de estratégias e técnicas discursivas para conquistar seus objetivos.

“Era um meio de chegar ao domínio da linguagem verbal. Além disso, a abordagem de tais técnicas levava a estudar a linguagem e seus componentes e fazer disso um objeto da ciência. Infelizmente, a retórica confundiu rapidamente seus fins e seus meios. Reduziu-se a uma técnica de ornamentação do discurso, exagerando as sutilezas nas distinções das figuras. Depois de ter sido objeto de ensino prático da linguagem e da ciência, contribuiu para esclerosar a eloquência e sufocar o discurso verbal pela multiplicidade de regras e figuras; não tardou a apagar-se e a se tornar sinônima de afetação ou declaração falsa. Mas, de alguns anos para cá, vem ela reconquistando seu lugar de honra.”

..

A preocupação em se fazer compreendido é permanente. Rossi suspende uma narração para, didaticamente, explicar o significado de um substantivo que possa parecer desconhecido do ouvinte, como sudorese, por exemplo (14/7/2011). Ele pergunta se Mário Duarte sofre de sudorese (*suor excessivo*) e diz que enfrenta esse problema quando reza missas no santuário por conta dos holofotes. Aqui temos a idéia de diálogo simulado para expor o significado de uma palavra que se supõe desconhecida de parte do público. Em outra ocasião, faz questão de explicar aos ouvintes que utiliza o verbo “incendiar” apenas no sentido de “queimar o mal que há dentro de nós”.

Poucas vezes o apresentador utiliza a linguagem referencial, própria do discurso jornalístico. Lança mão da linguagem referencial quando conta parábolas. A pregação, sob a forma de conversa ou *charla* (na expressão consagrada por Mário Kaplun), pode tratar o interlocutor tanto no plural (“vocês, amados”), quanto no singular, para se



aproximar do ouvinte, como se pretendesse simular uma intimidade. Nesse momento, ele manda recados e recomendações e diz que a pessoa a quem se dirige saberá identificar a mensagem.

Na transmissão de 9 de fevereiro de 2011, Rossi aconselha as gestantes a guardar segredo sobre a gravidez, para evitar a inveja. Devem contar só para o marido: *“Quando você está fraca, vem o inimigo e as coisas acontecem”*.

No dia seguinte, no programa dedicado ao tema arrogância versus humildade, ele volta a se referir ao chamado “ouvinte por tabela”, alguém que estaria escutando o programa com a mãe. Reza uma oração junto com a *charla*. *“Naquele dia deixei um reflexo de meus triunfos passados e passei a ser um reflexo do presente. E nessa nossa visão a arrogância não pode ter espaço em meu ser, que já foi preenchido pelo amor.”*

O padre fala de Maria e da simplicidade de sua presença ao lado de Jesus. *“Quando alguma coisa faltar, intercede por mim. Quando eu me perder, intercede por mim”*. Rossi compara o “se perder” à arrogância e atribui o orgulho à “coisa de Satanás”. São frequentes as referências ao demônio, visto quase sempre como tentação para o mal. Ele explora a oposição entre bem e mal, céu e inferno, amigo e inimigo, arrogância e humildade.

Na Igreja católica as referências ao demônio se intensificam durante o período medieval, para marcar a dicotomia entre o bem e o mal, consagrando o que se convencionou chamar de “religião do medo”.

São raras as menções a temas socioeconômicos. Uma das poucas vezes se passa no dia 8 de janeiro, quando ele pergunta a um coadjuvante: “Sabe quanto ganha uma professora? Minha mãe é professora. É uma vergonha!”. Em outra ocasião critica os detentos que lêem o Evangelho, dizem que se converteram, mas quando saem da prisão voltam a assaltar. *“Quem conhece o sistema penal sabe disso”* (8/1/2011). Mas acena com uma palavra de conforto aos familiares, dizendo; “Você que tem um filho na cadeia” ou “você que tem um filho no hospital”.

Percebe-se a necessidade de mostrar que ele é solidário com o drama de um cidadão comum em dificuldades. No dia 9 de julho, o padre refere-se ao frio do estúdio. Conta que veste três blusas e lembra as pessoas que não possuem nenhuma blusa para se vestir no inverno de São Paulo.

Marcelo Rossi recorre bastante a frases de efeito, como *“Não diga para Deus que você tem um grande problema. Diga ao problema que você tem um grande Deus”*. *“Pequenas viagens acabam convertendo-se em grandes rios”*. *“Viver é servir, servir é*



amar” ou “Quem ama o que faz fará sempre com amor”. “O pouco com Deus é muito; e muito sem Deus é nada”. Muitas delas são retiradas de *sites* cristãos pela equipe de produção. Além destas, possui 400 mensagens cristãs, alternadas ao longo da transmissão.

Integrante quando jovem da torcida organizada do Corinthians, ele chega a adaptar refrões entoados pela Fiel para evangelizar durante o programa.

“Não para, não para, não para
Não para, não para, não para
Com Jesus”

Ágape dá nome ao livro lançado em agosto de 2010 pela Editora Globo. São freqüentes as referências a frases do livro, que é apresentado como instrumento de cura para os males espirituais e também do corpo. O padre adverte que a leitura do livro só traz efeito “se for feita em oração”, recorrendo ao mesmo expediente dos pregadores evangélicos, para quem a cura estaria na fé. “*O Ágape está libertando vidas. O ágape está curando depressão.*”, anuncia Marcelo Rossi no programa que foi ar no dia 10 de fevereiro. .

No dia 18 de março, o padre cita as palavras do pregador oficial do Vaticano; segundo o qual o amor se divide em duas faces: Eros e ágape”. E se pergunta se o teólogo não teria lido o livro. “Coincidência?”, deixa no ar.

O dualismo aristotélico está presente na distinção entre o mundo de Eros, entendido como o amor carnal, passageiro, egoísta e ciumento, (“*da paixão que se transforma em ódio, porque infelizmente vivemos num mundo em que o amor foi erotizado*”, lamenta Rossi) e o Ágape, visto como o amor espiritual, eterno (“porque Deus quer mais do que esse amor filial”).¹¹

Rossi baseia-se no 1º mandamento das tábuas de Moisés (“Amar a Deus sobre todas as coisas”), para estabelecer a diferença entre Eros e Ágape e convida os fiéis a optarem por Ágape. Ele admite um terceiro tipo de amor, o filial, de Pai para Filho.

¹¹ Rossi também se refere ao amor *philos*, o amor familiar, de pai para filho.



Aos ouvintes do programa, explica a distinção entre o significado de “ouvir” e “escutar”. Ouvir pressupõe dispersão, ao passo que escutar exigiria atenção; atenção com a palavra de Deus. Da mesma forma, alerta para a diferença entre assistir ou participar do programa. Assistir estaria no mesmo plano de ouvir, enquanto participar no plano de escutar. Como o rádio é um veículo que oferece portabilidade e a capacidade de realizar várias atividades simultaneamente, pode-se supor que o objetivo do padre é cativar a atenção, levando o ouvinte a suspender temporariamente as outras tarefas.

O quadro **Capela Virtual** remete ao *site* de Marcelo Rossi, cujo endereço é apresentado no ar diariamente. São lidas mensagens para cada uma das velas, normalmente súplicas baseadas no sentimento humano (depressão, angústia, frustração, medo). Rossi cita a cor da vela e Mário Duarte lê a frase programada:

Rossi. Vela branca

Duarte: Liberte-nos desta frustração,

Rossi: Vela Verde:

Duarte: Liberte nossa família desta frustração;

Rossi: Vela Vermelha:

Duarte: Liberte-nos da frustração no trabalho;

Rossi: Vela Roxa

Duarte: Liberte-nos da desilusão,;

A aclamação da última vela, chamada de Grande Vela, é entoada em coro pelos apresentadores coadjuvantes.

Rossi: Grande Vela

Duarte e Maglio: Ágape Jesus, amor incondicional, amor sem limites, amor que me preenche por inteiro, amor que não divide. Amém.

Em **Nosso momento de fé**, os pedidos de ajuda variam entre emprego, cura de doenças graves, gravidez bem sucedida, reconciliação conjugal, casos de alcoolismo e dependência química; a maioria anunciada por pessoas de origem humilde. Entre 4 de janeiro e 14 de julho de 2011, mais de 80% dos depoimentos foram de mulheres na faixa dos 16 aos 50 anos. Os outros 20% se dividiram entre homens e crianças.



Apresentador e ouvintes recorrem à expressão “deixa a mãezinha passar”, para solicitar a intervenção de Nossa Senhora na obtenção de uma graça..

No testemunho ao vivo por telefone de Juliano, 11 anos, natural de São Paulo (11/7/2011), o menino conta que está sozinho em casa com a irmã Denise, 10 anos, porque a mãe saiu para trabalhar. O padre mostra-se preocupado e o aconselha a não ligar o gás do fogão. A seguir comove-se quando Juliano lhe pede para orar para que o pai volte para casa, que deixou desde janeiro.

O programa de 6 de janeiro é dedicado aos desempregados. Um mês depois, no dia 3 de fevereiro, Rossi lê a carta da mineira Aline Carvalho de Oliveira, de Vespasiano, para mostrar que as orações surtiram efeito. Aline diz que acompanhou o **Nosso momento de fé**, compareceu a uma série de entrevistas de seleção durante uma semana e acabou sendo aprovada em todos os testes.

De Natal, Rosimeire Aparecida dos Santos conta por telefone (16/2/2011) a história da irmã que tinha uma doença que a impedia de trabalhar. Depois de alguns meses sem marcar a perícia, conseguiu finalmente se aposentar.

Os depoimentos mais comoventes, principalmente os de graças alcançadas, são sucedidos por hinos de louvor ao Espírito Santo, que na Santíssima Trindade é a pessoa vinculada ao conhecimento e à fé. “*Eu não vou mais abafar o carisma*”, desabafa o padre.

A todos Rossi aconselha que leiam o *Ágape* e faz uma recomendação para que a leitura se dê em oração. Para explicar, lança mão da metáfora do abajur.

“*Não adianta ter um abajur na cabeceira junto à tomada. É preciso ligar o interruptor.*”. (18/3/2011)

A metáfora do abajur remete ao conceito de fé, presente nos milagres de Jesus de Nazaré narrados no Novo Testamento. O milagre só acontece quando o fiel dá provas de que crê na possibilidade de obtenção da graça. Assim, se o autor do pedido não conseguir concentrar-se para ler em oração, a graça não será alcançada. Discurso semelhante também costuma ser adotado por pastores evangélicos.

De acordo com os pedidos encaminhados por carta ou telefonema, o padre recomenda os capítulos do livro, como se fossem remédios. Uma frase repetida algumas vezes alerta: “*O remédio vai nas conseqüências. O Ágape vai na causa*”. (14/7/2011) Rossi refere-se ao livro como “santo remédio” ou “manual.de sobrevivência” e pede aos coadjuvantes para registrar em arquivo todas as definições do *Ágape* enviadas pelos



ouvintes. Recomenda ao ouvinte deixar o livro exposto num lugar da casa, para facilitar o acesso dos familiares. E acrescenta: “*Satanás não deixa ler o livro, porque sabe que quem ler vai se libertar*”.(7/3/2011)

Os conceitos de fé e destino permeiam os desejos de obtenção de graças. Se ter fé significa ler o *Ágape* em oração, deixar a solução de problema nas mãos de Deus introduz a questão do destino. Diversas vezes Rossi recorre à metáfora da folha assinada em branco pelo fiel. Nesta folha o espaço vazio deve ser preenchido por Deus. “*Um anjo trouxe uma pluma e uma folha em branco Escreva seu nome inteiro e assine embaixo. Se for uma criança, marque com o polegar. Confiar em Deus é entregar uma folha em branco e deixar que ELE a preencha*”. Assim, se tal graça não for alcançada, é porque ou o fiel não demonstrou fé nas orações, ou porque estava predestinado.

Um dos talentos demonstrados pelo apresentador é a construção de imagens, como a do dia 2 de junho. Ele pede a um homem enfermo para colocar a mão no coração. “*Ponha a mão não no peito, mas no coração. O senhor conseguiu desobstruir uma artéria sua. Olhe: procure seu médico; ainda tem alguma coisa para ver. Mas não conte para o médico que fui eu que disse, não. Você ainda tem muita coisa pra fazer por aqui*”. Em seguida, convida o homem a enxergar a imagem de São Francisco com quatro pássaros.

A imagem do homem enfermo funciona como metonímia dos milhares de ouvintes sintonizados naquele momento e que sofrem problemas cardíacos. Assim fica a impressão de que o apresentador está falando para cada um deles.

Em outra oportunidade, ao final de um programa dedicado ao perdão, Rossi pega o livro, diz que vai fechar os olhos e pedir a Deus para escolher uma oração. A página 62 traz uma prece sobre a necessidade de perdoar os irmãos. Ele comenta surpreso: “Que coincidência! Deus é testemunha. Eu abro (o livro) e ele fala” (6/5/2011).

PAISAGEM SONORA

A paisagem sonora – ou plástica na linguagem da técnica radiofônica – representa um dos pontos altos de **Nosso Momento de Fé**. O programa mescla músicas instrumentais extraídas de trilhas sonoras de longas-metragens consagradas, como *O último moicano*, *Coração Valente*, *Gladiador*, *Titanic*, *Colombo – 1492, a conquista do Paraíso* e *Era uma vez no oeste*, que nada têm a ver com religião, com *Ave Maria*, de Gounod, e *Ária da Quarta Corda*, de Bach, canções evangélicas ou da corrente católica



conhecida como Renovação Carismática. Um coro entoia a vinheta de passagem exibida no início e no fim de cada intervalo: “Com você no colo de Jesus”.

Um pequeno solo de piano introduz a pregação final, que costuma terminar com uma mensagem otimista. O solo fica 5 segundos e cai em BG (*back ground*) até desaparecer em *fade*. Muitas vezes essa mensagem final é gravada às 8h, quando o padre estabelece o primeiro contato matinal por telefone com a equipe de produção, na sede da Rádio Globo de São Paulo. Rossi ensaia algumas inflexões de voz, troca palavras e começa a gravação. A trilha sonora é colocada na hora da transmissão.

A equipe técnica tem gravados dois *loopings* (semelhante ao antigo cartucho sem fim), de mais de 20 minutos de duração, com trechos de músicas instrumentais que permanecem em BG ao longo das principais pregações.

A canção mais utilizada para fechar o **Nosso Momento de Fé** chama-se *Força e vitória*, composta por Sandro de Andrade e interpretada por Eliana Ribeiro. O padre a batizou de “hino do Ágape”.¹²

Jeeeeesus, ele tem poder
Jeeeeesus, ele é o senhor

Estrilho

Nada poderá me abalar
Nada poderá me derrotar
Pois minha força e vitória
Tem um nome
É Jesus
Pois minha força e vitória é Jesus .

O operador sobe e desce o volume de acordo com as entradas de Rossi, que canta junto com a intérprete e aproveita as pequenas pausas e extensões vocais (Jeeeeeesus) para enviar mensagens de louvor a Deus. Esse recurso faz com que o programa termine de forma exultante ou “pra cima”, no jargão radiofônico. A sensação de conforto espiritual é evidente. Tudo é realizado ao vivo, o que exige extrema perícia do operador para equalizar a voz do apresentador com a parte vocal da música.

¹² *Força e vitória* será a música de trabalho do próximo CD de Marcelo Rossi, gravado ao vivo no Santuário Mãe de Deus.



A trilha sonora reforça o aspecto dramático por meio da excitação sentimental do processo comunicativo. Um dos efeitos sonoros mais utilizados é o do batimento do coração. Para Balsebre (1996, pág 29), a linguagem radiofônica guarda uma conexão com o discurso simbólico e conotativo.

“A linguagem radiofônica necessita integrar no sistema semiótico aqueles elementos expressivos que codificam o sentido simbólico. A utilização da música e os efeitos sonoros na produção de enunciados significantes, como signos substitutivos de uma determinada idéia expressiva ou narrativa, pode superar muitas vezes o próprio sentido simbólico e conotativo da palavra”.

ANÚNCIOS COMERCIAIS

Nosso Momento de Fé possui três intervalos (*breaks* no jargão de rádio), que oscilam entre três e quatro minutos. Nas janelas locais são anunciadas as caravanas para o santuário. Predominam comerciais de supermercados e de remédios populares, como Doril para dor de cabeça e Castanha da Índia, que promete curar varizes. No início de 2011, em corte seco (sem vinheta de passagem) o comercial vinha introduzido pela voz da astróloga Zora Yonara: “minha amiga, você tem varizes?”

O comercial de maior destaque no primeiro semestre de 2011 foi o da Ultrafarma, distribuidora de medicamentos em domicílio. Diversas vezes aparece a voz do próprio dono da distribuidora, propagando as vantagens de comprar pela Internet.

No último bloco, o padre faz uma chamada da atração seguinte das emissoras do Sistema Globo de Rádio (São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte). No caso do Rio, o apresentador Roberto Canásio (**Manhã da Globo**) encena uma conversa com Rossi, mas por se tratar de uma gravação fica evidente o *fake* da prosa simulada, pela falta de retorno do interlocutor.

Um estudo da pesquisadora argentina Maria Cristina Matta mostra os requisitos básicos para que uma emissora popular estabeleça um vínculo de identidade com o ouvinte. Uma delas é o da representação, seja através da oferta de serviços e cooperação material, seja por meio da oferta simbólica. Embora o Sistema Globo de Rádio não se enquadre no perfil de emissora popular proposto por Cristina Matta (2005, pág 274), existem aspectos do **Nosso momento de fé** que se identificam.



“As rádios de audiência popular se mantêm enquanto remetem à ilusão de um intercâmbio entre iguais que os setores populares sentem ausente em outras emissoras. É esse intercâmbio ilusório que facilita a assimilação das idéias de serviço e cooperação propostas partir das emissoras; um particular tipo de interação baseado na bondade e sensibilidade individuais.”

De acordo com a equipe de produção, Marcelo Rossi reivindicou à direção da emissora a extensão do **Nosso momento de fé** até 10h10min, para compensar os 10 minutos de intervalos. Assim, o noticiário **Globo no Ar**, que em todos outros os horários obedece a hora cheia, é apresentado por volta de 10h10min. Essa transgressão no mapa de programação é facilmente compreendida se levarmos em conta que o programa de Marcelo Rossi é o de maior audiência do Sistema Globo de Rádio em praticamente todo o País, auferindo lucros substanciais à emissora.

Mesmo reconhecendo que, como frisa Maria Cristina Matta, as identidades de público-alvo não se constroem rapidamente, nem se perpetuam, é preciso reconhecer a capacidade de determinado discurso ser absorvido por um contingente de ouvintes, quando atende expectativas que nem sempre as pesquisas de audiência expressam. Estes requisitos estão associados ao afeto e à sensação de conforto espiritual que extrapola a profissão de fé.

A linguagem radiofônica articula simultaneamente recursos que conduzem à harmonia entre a consciência e o sentimento, entre o fazer saber e o fazer sentir. Quando bem dosados, sem exageros, nem apelações, esses recursos atingem o emocional do ouvinte. O radialista realiza a mediação entre o saber e o sentir, entre a palavra e a pausa, entre o sussurro e a eloquência. Entrevistados para esta pesquisa, profissionais que atuam em **Nosso momento de fé** atribuem certo poder mediúnico ao padre pela capacidade de antever situações durante e fora do programa. A questão não faz parte da investigação acadêmica, mas não custa observar que mídia e médium possuem a mesma origem etimológica.

Referências bibliográficas

- BALSEBRE, A. El lenguaje radiofónico, Madrid, Signo e Imagem, 1996
VANOYE, F. Usos da linguagem – problemas e técnicas na produção oral e escrita, São Paulo, Martins Fontes, 1977



KAPLUN, M.. Producción de Programas de Rádio – el guión, la realización, Quito, Ciespal, 1978

MATTA, M. C.. Rádio: memórias da recepção, aproximação à identidade dos setores populares, in MEDITSCH, Eduardo. Teorias do Rádio – textos e contextos, volume 1, Florianópolis, Insular, 2005

ROSSI, M. Ágape, São Paulo, Globo, 2010

Agradecimentos

A toda equipe de produção de Nosso momento de fé, que me facilitou o acesso às informações e à trilha sonora, e ao radialista Marcus Aurélio de Carvalho, gerente de programação da Rádio Globo de São Paulo, pelas importantes contribuições.