



## **Expansão midiática da programação radiofônica religiosa: estratégia, técnica e linguagem<sup>1</sup>**

Cláudia Figueiredo MODESTO<sup>2</sup>  
Márcio de Oliveira GUERRA<sup>3</sup>

**Resumo:** Este artigo integra uma dissertação de mestrado defendida em março de 2012 sobre “A identidade feminina na mídia neopentecostal do Reino de Deus: narrativas eletrônicas de conversão” e investiga a expansão midiática da programação religiosa da Igreja Universal através das técnicas e linguagens radiofônicas. Em 2010, no início desta pesquisa, a Rede Aleluia de rádio - segmento midiático da Igreja Universal do Reino de Deus -, contava com 62 emissoras no Brasil. Ao terminá-la, a rede soma hoje 71 emissoras de rádio (AM e FM), alcançando 75 por cento de todo o território nacional. Este trabalho mostra a crescente concentração do mercado de radiodifusão sonora no país com a hegemonia de grandes grupos de comunicação ligados à organizações religiosas, principalmente pentecostais.

**Palavras-chave:** Rádio; técnica; linguagem; expansão; programação religiosa.

### **Introdução**

Nas duas últimas décadas do século passado e nos primeiros anos do século vinte e um, percebemos uma mudança no conteúdo midiático, inclusive no dial dos radinhos de pilha. Sintonizados em diferentes canais, passamos a escutar, além de música, informação e jogos de futebol, também extensa programação religiosa. Embora os evangélicos já ocupem as programações radiofônicas desde os anos de 1940 e os católicos desde a década de 1950, o *boom*<sup>4</sup> de emissoras religiosas aconteceu com mais intensidade no final do século vinte. Utilizando-se de técnicas e linguagens radiofônicas, padres, pastores e missionários ocuparam os microfones de emissoras, vendidas ou arrendadas a grupos religiosos, alguns com objetivos políticos, a fim de propagar seus dogmas e arrebanhar fieis.

Uma das representantes deste movimento é a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), liderada por Edir Macedo. Desde o princípio, Macedo adotou a evangelização eletrônica como carro-chefe de sua estratégia proselitista. Primeiro adquiriu popularidade como apresentador de um programa religioso na Rádio

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação (UFJF). A autora agradece à Capes pelo financiamento desta pesquisa. Email: [figueiredo.claudia@hotmail.com](mailto:figueiredo.claudia@hotmail.com)

<sup>3</sup> Doutor e Mestre em Comunicação (UFRJ), Professor da FACOM UFJF e orientador deste trabalho. Email: [marcio.guerra@uff.edu.br](mailto:marcio.guerra@uff.edu.br)

<sup>4</sup> Explosão.



Metropolitana do Rio de Janeiro, depois passou a alugar e comprar emissoras de rádio e TV em todo o Brasil e até no exterior. Quando iniciamos esta pesquisa, há dois anos, a Rede Aleluia de rádio - segmento midiático da Igreja Universal do Reino de Deus -, contava com 62 emissoras no Brasil. Ao terminá-la, a rede soma hoje 71 emissoras de rádio (AM e FM). A IURD forma um verdadeiro “império”<sup>5</sup> midiático com empresas de jornais, editoras, emissoras de TV, gravadoras e inúmeras empresas nos mais variados ramos<sup>6</sup>.

Com base nos estudos de Mariano (2005), Penha Rocha (2006), Kischinhevsky (2011), além de outros, relatamos como a Igreja Universal do Reino de Deus, fundada em 09 de julho de 1977, por Edir Macedo, na cidade do Rio de Janeiro, é hoje uma das principais denominações religiosas com grande impacto no mercado de comunicação de massa, especialmente no meio radiofônico.

### **O rádio pentecostal**

Novos tipos de igrejas pentecostais, surgidas a partir da década de 70 foram as que utilizaram o rádio de forma mais profissional e com olhar empresarial. O líder da Igreja Universal do Reino de Deus, Edir Macedo, é dono da nona rede de rádio em FM e quarta rede de TV no Brasil, segundo dados do portal Donos da Mídia<sup>7</sup>, que reúne informações sobre a radiodifusão brasileira. No entanto, o site só contabiliza 40 emissoras da Rede Aleluia transmitindo em FM, desprezando totalmente a transmissão em AM.

Kischinhevsky (2011, p. 11) chama atenção para a disparidade das informações que dificulta a análise do mercado de radiodifusão sonora, “reconfigurado nas últimas duas décadas pela possibilidade de formação de redes via satélite e pelo avanço de grandes grupos de comunicação e organizações religiosas, muitas vezes de forma articulada com a política partidária local e regional”.

### **IURD e Mídia**

De acordo com Freston (1994, p. 135-136) “os evangélicos têm por princípio religioso a divulgação de sua fé e isto deve acontecer por quaisquer meios de comunicação”. No entanto, o sociólogo frisa que há um interesse especial pelo rádio, como foi verificado por nossa pesquisa: o rádio está presente em número superior dentre

---

<sup>5</sup> Termo utilizado pela professora e pesquisadora Penha Rocha (2006).

<sup>6</sup> O crescimento empresarial e enriquecimento de Edir Macedo levaram o Ministério Público Federal de São Paulo a denunciar, por duas vezes (em 1999 e em 2011), o bispo e outros três dirigentes da Igreja Universal do Reino de Deus, sob a acusação de formação de quadrilha e lavagem de dinheiro ofertado pelos fiéis. O primeiro processo foi anulado pelo Tribunal de Justiça que entendeu que se tratava de um caso da esfera federal.

<sup>7</sup> Disponível em < <http://donosdamidia.com.br>> Acesso em 31 de outubro de 2010.



as outras mídias iurdianas, como descrito mais adiante nesta pesquisa. Nossas investigações vão ao encontro dos julgamentos de Freston (idem) de que o “rádio domina a mídia evangélica” e de Santana (2005, p. 59) quando afirma que “é através do rádio que os evangélicos se inserem na comunicação de massa do Brasil”. A própria história do rádio iurdiano, desde o princípio, reforça a importância do veículo como meio de comunicação eficaz para atingir evangélicos e não-evangélicos através de mensagens proselitistas. Desde o aparecimento da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) havia uma preocupação em abrir novos espaços de culto e ter visibilidade através do rádio.

As prioridades eram abrir novos pontos de pregação e manter a qualquer custo um programa diário na Rádio Metropolitana do Rio de Janeiro em horário alugado. Os programas relatavam milagres e convidavam as pessoas a comparecer aos cultos. (MARIANO apud CARREIRO, 2007, p. 248)

O crescente evangelismo eletrônico pentecostal tem tido significativo impacto no mercado de comunicação de massa, sobretudo em função das iniciativas empresariais nessa área por parte da IURD. Com o passar do tempo, inúmeras empresas<sup>8</sup> agregadas à IURD formaram uma verdadeira *holding*<sup>9</sup>. Para Penha Rocha (2006, p. 8), “a extensão dos negócios de Edir Macedo talvez faça dele o mais poderoso empresário de comunicação no Brasil, já que seu holding tem mais emissoras de TVs próprias que afiliadas – a Rede Globo conta com o maior número de afiliadas no território nacional”.

Fundada em 09 de julho de 1977, por Edir Macedo, na cidade do Rio de Janeiro, em pouco tempo, ramificações deste segmento de evangélicos se instalaram em todos os estados do país, inclusive no exterior<sup>10</sup>.

Inaugurando um templo por dia em média, a Universal constitui o grande fenômeno atual do pentecostalismo nacional. Seu crescimento, sobretudo a partir dos meados dos anos 80, quando começa a adquirir as primeiras rádios, tem sido impressionante. [...] Em duas décadas de existência, conseguiu a proeza de estar entre as maiores igrejas evangélicas do país. (MARIANO, 2005, p. 53 – 54)

A tese defendida pela professora Penha Rocha (2006), na Universidade Federal do Rio de Janeiro, esclarece a dimensão do “império multinacional” construído por Edir Macedo.

---

<sup>8</sup> Listadas mais à frente deste artigo.

<sup>9</sup> Empresa que possui a maioria das ações de outras empresas e que detém o controle de sua administração e políticas empresariais

<sup>10</sup> Atualmente são mais de 4.750 templos em 180 países, segundo a Folha Universal. Disponível em <http://www.arcauniversal.com/iurd/historia/mundo.html>. Acesso em 30 de junho de 2011.



Esse sistema de mídia, usado como estratégia para conquistar mais fiéis, abrange: uma rede de rádios tanto em AM como em FM; emissoras de TV; a maior gravadora gospel do país [Line Records]; o jornal Folha Universal com distribuição nacional; (...) o jornal mineiro Hoje em Dia; um portal na Internet [Arca Universal]; uma editora de livros e de materiais “cristãos”, impressos em parque gráfico próprio e vendidos em livrarias próprias presentes em todas as capitais brasileiras. (idem, p. 15 – 16)

Em matéria publicada no portal Arca Universal<sup>11</sup>, em comemoração aos 34 anos da Igreja Universal do Reino de Deus (completados em 09 de julho de 2011), fica reiterada a expansão deste “império” através das mídias impressas, televisivas, radiofônicas e digitais.

Nossa pesquisa apurou que a IURD possui hoje 71 emissoras de rádio (AM e FM), 23 emissoras de TV, entre elas a TV Record, o jornal mineiro Hoje em Dia, a gravadora Line Records, a Editora Gráfica Universal (responsável pela edição e publicação em nível nacional da Revista Plenitude, com tiragem nacional de 322.865 exemplares), a Revista Obreiro de Fé (tiragem de 300 mil exemplares, dirigida a obreiros e obreiras de igrejas em geral), Revista Mão Amiga (destinada a divulgar o trabalho de assistência social da Igreja realizado pela Associação Beneficente Cristã – ABC), o jornal Folha Universal (com tiragem semanal de 1,5 milhão de exemplares); a Uni Line (empresa de processamento de dados), a Frame (produtora de vídeo), a Line Records, maior gravadora gospel do país e o portal na internet Arca Universal.

E, de acordo com Mariano (2005), a IURD ainda é proprietária dos jornais Tribuna Universal (Portugal) e *Stop Suffering: a new life awaits you!*<sup>12</sup> (África do Sul), além do Banco de Crédito Metropolitano, Unimetro Empreendimentos, Cremo Empreendimentos, New Tour (agência de viagens), Unitec (construtora), Uni Corretora (seguradora), Investholding Limited (com sede nas Ilhas Cayman), Editora Gráfica Universal Ltda, Ediminas S/A (BH), uma fábrica de móveis (que faz os bancos da igreja), e ainda seis emissoras de rádio em Portugal, duas na França, onde ainda possui uma construtora e duas agências de viagens.

Podemos ainda incluir nesta listagem o portal “R7” ou “R7.com”, cujo conteúdo varia entre notícias e entretenimento, e a IURD TV (TV na internet), que segundo dados do portal Arca Universal, tem mais de dois milhões de acessos por mês. Contribuem para incrementar estes números as constantes chamadas radiofônicas para

---

<sup>11</sup> Disponível em <<http://www.arcauniversal.com/iurd/noticias/-6303.html>> Acesso em 10 de julho de 2011.

<sup>12</sup> Pare de sofrer: uma nova vida espera por você! (tradução livre da autora)



ouvir e assistir os programas que, desde maio de 2011, passaram a ser apresentados diretamente de São Paulo<sup>13</sup> para toda Rede Aleluia, via satélite e também pela internet.

África do Sul, Moçambique, Portugal, Argentina e Equador são alguns dos países onde a IURD também possui periódicos e revistas. Na literatura, a Igreja Universal também é responsável por diversos livros com objetivos religiosos claros.

A “Rede Aleluia” também transmite os programas apresentados na “IURD TV” pelos bispos Edir Macedo, Romualdo Panceiro, Guaracy Santos e Darlan Ávila. Trata-se de uma reconfiguração do modelo de rádio da forma que o conhecemos no século 20. “A estrutura das rádios interliga-se ao ciberespaço. A web deixou de ser apenas sinônimo de navegação em sites e, hoje, reconfigura vários meios de comunicação e o cinema. Ela ajuda a divulgar as emissoras de rádio e televisão, jornais e revistas” (ABDALLA, 2006, p. 38). Por meio dos programas, as pessoas têm contato e interação com bispos e pastores 24 horas, pelo endereço <http://www.arcauniversal.com/iurdtv>.

De acordo com Penha Rocha (2006), a área de abrangência das emissoras de rádio iurdianas cobre 75 por cento do território nacional, o que consolida a Rede Aleluia de Rádio como um fenômeno da comunicação de massa no Brasil, presente no *dial* tanto em AM como em FM (ANEXO).

Com exceção dos estados da região norte Acre e Roraima, a Rede Aleluia de Rádio está presente em todos os outros estados brasileiros, com forte concentração na região sudeste (34 emissoras), seguida pelo Nordeste (14 emissoras) e Sul (13 emissoras). O Norte e o Centro-Oeste têm, cada um, cinco emissoras integrantes desta rede. Entre os estados brasileiros que possuem três emissoras afiliadas figuram a Bahia e Pernambuco. Minas Gerais e Paraná possuem, cada um, cinco emissoras afiliadas, seguidos por Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro com seis emissoras cada. O estado com maior concentração de emissoras da Rede Aleluia é São Paulo, com 22 representantes. Este panorama acompanha a distribuição de emissoras de rádio comerciais no Brasil cuja concentração também está na região sudeste brasileira. (C.f. MODESTO, GUERRA, 2011, p. 74 – 75)

Recente pesquisa do Professor Marcelo Kischinhevsky denominada “Concentração e regulação no mercado brasileiro de radiodifusão sonora” (2011) constata a estabilidade da presença do rádio nos lares brasileiros – 87,9% do total.

---

<sup>13</sup> E depois passaram a ter transmissões diretas de outras capitais e outros países, conforme tabela posterior.



Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), de 2009<sup>14</sup>, revela ainda que a presença do rádio nos lares brasileiros ocorre em índices superiores aos da televisão. Em alguns casos, 100% superiores. A hegemonia do rádio impera, principalmente, em regiões de difícil acesso.

No Brasil, o rádio continua constituindo um importante veículo de informação e cultura, com diferenças marcantes entre regiões e estados. (...) Dentro da realidade brasileira, o rádio ainda representa o único meio de informação em regiões menos industrializadas e menos habitadas, como o estado da Amazônia, por exemplo. (MODESTO, GUERRA, 2011, p. 74 - 75)

Não podemos deixar de citar a tecnologia que possibilita ouvir qualquer emissora FM convencional através de um aparelho móvel como o celular. Em março de 2011, o Brasil atingiu a marca de 210,5 milhões de assinantes de telefonia celular, segundo dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), ultrapassando a marca de um celular por habitante. O número de celulares com acesso à internet móvel também continua crescendo: até março de 2011, foram 24,3 milhões ou cerca de 800 mil a mais que em fevereiro do mesmo ano. Desse total, 18,1 milhões dos acessos foram feitos pelo celular; os outros 6,2 milhões via modem. Em âmbito nacional e internacional, a Rede Aleluia também é transmitida pela internet e via satélite.

### **IURD e rádio**

Para inúmeros ouvintes, analfabetos ou não, o rádio se constitui, muitas vezes, no único canal de informação, de conhecimento e de ligação mais ampla com universos distanciados de sua realidade social. “Desde o seu início, o veículo serviu de expressão às diferentes manifestações culturais, principalmente através da música, do esporte e da informação. Mas, possibilitou também outros usos, como o político, e mais recentemente, o religioso” (HAUSSEN, 2004, p. 27).

Acompanhando a programação da Rede Aleluia é possível perceber que existe uma preocupação com o público feminino quando o apresentador (geralmente um pastor ou bispo da igreja) se refere em especial à mulher, com expressões como “minha amiga”. E não é por acaso: pesquisa<sup>15</sup> aponta que, no Brasil, 53 por cento da audiência radiofônica são femininas.

---

<sup>14</sup> “Análise do perfil sócio-econômico do setor de radiodifusão no Brasil”, 23 de setembro de 2008, Ibre/FGV (dados preliminares).

<sup>15</sup> Fontes: Elvio Mencarini - Diretor Geral da Rádio2. Roberto Mencarini - Profissional de Marketing da Rádio 2. Alfredo Nastari - Publicitário do Escritório de Comunicação. Instituto de Pesquisas Mídia Dados. Instituto de Pesquisas Ibope.



As mulheres também são maioria no segmento evangélico. Os evangélicos encontram-se entre os grupos religiosos que apresentam as maiores taxas de fieis do sexo feminino em suas fileiras, 56%. Na Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), a desproporção entre homens e mulheres mostra-se maior do que aquela encontrada no conjunto dos evangélicos, o que acaba por dar um rosto feminino à IURD (MACHADO, 2005, p. 1).

Um dos principais fatores de atração das igrejas que se multiplicam por todo o continente seria a ênfase concedida às questões domésticas e de interesse imediato das mulheres pobres que, constituem a maioria dos seus adeptos (MACHADO, 1999, p. 2). Machado (2005) aponta que a migração de fieis para o segmento pentecostal seria resultante de uma tendência a “flexibilização da moral e dos costumes e em uma incessante revisão das estratégias de recrutamento dos fieis e das formas de atuação das lideranças religiosas” (Ibid., p.388). O líder iurdiano fala abertamente sobre sua posição favorável ao aborto e ao uso de métodos contraceptivos (enaltecendo, inclusive, a vasectomia), rechaçando, com veemência, a violência de gênero.

Porém, nestes dois anos de pesquisa, a programação da Rede Aleluia mudou bastante. Sempre em busca de melhores estratégias de arrebanhamento de fieis, os dirigentes foram experimentando vários formatos de programa até chegar na programação em rede com transmissão pela internet.

Quem inaugurou este novo formato foi o próprio bispo Edir Macedo. Consciente de seu poder para atrair ouvintes, colocou-se à frente da nova programação a fim de garantir audiência. O aspecto de fidelidade da audiência está enraizada na extrema aproximação que o ouvinte cria com o locutor (no caso aqui, pastor) e a emissora. Mas, aos poucos, ele foi se retirando da programação e colocando outros bispos e pastores no comando das atrações. Conseqüentemente, as afiliadas também perderam suas transmissões locais. Ouvintes já habituados com os locutores-pastores das respectivas praças passaram a receber uma programação homogênea. Penha Rocha (2006, p. 97) lembra que “uma característica de um meio de comunicação que trabalha em rede é o fator de padronização”. Mas se antes, segundo a pesquisadora, “na Rede Aleluia a diferença era que cada rádio tinha a sua programação e só as notícias que eram as mesmas” (ROCHA, 2006, 97), com a nova grade os espaços para os programas locais ficaram reduzidos a cinco horas diárias: de 5h às 8h e de 20h às 22h, de acordo com a tabela a seguir:



**Programação REDE ALELUIA/IURD TV Semana de 24/10/2011 à  
28/10/2011 (segunda à sexta)<sup>16</sup>**

00:00	Força Jovem (Pastor Jean)
02:00	Finding Answers (Bp Celso Jr./Inglaterra)
03:00	Nuestro Tiempo (Pr Valber/Espanha)
04:00	6º Sentido (Bp Júlio C. Freitas/Portugal)
05:00	Programação IURD
06:00	Programação IURD
08:00	Retrato de Família (Pastor Nilson/SP)
09:00	Nosso Tempo (Bispo Guaracy/SP)
10:00	Nosso Tempo (Bispo Jadson/SP)
11:00	Palavra Amiga (Bispo Clodomir e Bispo Macedo/SP)
12:00	Nosso Tempo (Bispo Romualdo/SP)
14:00	Nosso Tempo (Bispo Darlan/RJ)
15:00	Escola do Amor (Bispo Renato Cardoso e Cristiane Cardoso/EUA)
16:00	Nosso Tempo (Bispo Odivan/GO)
17:00	Nosso Tempo (Bispo Márcio/MG)
18:00	Nosso Tempo (Bispo Adilson/PE)
19:00	Voz do Brasil*
20:00	Programação IURD
22:00	Obreiros em Foco (Bispo Sérgio Correia)
23:00	Santo culto / Reprise 09h30 (Bispo Macedo/SP)

\* Na IURD TV, a programação é Nosso Tempo (Bispo Domingos/DF).

O programa estreou na Rede Aleluia, com transmissão direta da Rádio 99,3 FM, em São Paulo (SP) para todas as afiliadas. Depois, foram feitos investimentos em estúdios para transmissões das principais capitais brasileiras: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Goiânia e Recife, além de outras cidades estrangeiras localizadas nos Estados Unidos, Inglaterra, Espanha e Portugal. Se por um lado, houve investimento em tecnologia, por outro lado houve economia com funcionários nas praças, bem aos moldes da globalização capitalista.

É pertinente lembrar que o processo de globalização trouxe profundas transformações para as sociedades contemporâneas, como a agilidade e a economia em função do acelerado desenvolvimento tecnológico e multicultural, sobretudo na área da comunicação, o que vem caracterizar uma nova etapa do capitalismo, das relações de trabalho e, principalmente, poder. (PENHA ROCHA, 2006, p. 96)

Para conquistar mais fieis e arrecadar recordes em doações, os pastores trabalham arduamente, inclusive nas emissoras de rádio. É importante observar que a única participação feminina no quadro dos comunicadores é de Cristiane Cardoso, filha de Edir Macedo. Mesmo assim, ela se apresenta ao lado do marido, o Bispo Renato Cardoso, que prega nos Estados Unidos.

Basta ligar o rádio no canal iurdiano para perceber que é dada extrema relevância à audiência feminina<sup>17</sup>. Dentro da programação, são exibidos os testemunhos

<sup>16</sup> Disponível em <http://www.arcauniversal.com/iurdtv/programacao.php> Acesso em 24 de outubro de 2011.



peçoais de conversão de pessoas que obtiveram sucesso em suas vidas. A produção é feita em São Paulo e difundida para todo o Brasil, através das 71 emissoras repetidoras, de duas maneiras: em rede<sup>18</sup> ou através dos programas locais. Dos templos religiosos, os dramas individuais ocupam o dial do rádio e mais recentemente a IURD TV, com transmissão pela internet e através de todas as emissoras de rádio afiliadas, simultaneamente.

### **Testemunhos radiofônicos**

O testemunho é uma prática bastante antiga e largamente conhecida; é aquilo que se declara a respeito de uma pessoa ou de um fato, com o objetivo de produzir convicção. Presente no rádio desde seu primórdio por conta de sua tradição oral, o testemunho produz sentido e um lugar de fala que causa identificação. Religiosamente, ele se limitava aos púlpitos dentro dos templos, porém, na era da midiáticação da religião, o testemunho vem se consagrando como um importante recurso retórico na tarefa de convencimento de novos fieis.

Os testemunhos apresentados nos programas de rádio iurdianos são concebidos como partes integrantes de um conjunto de estratégias midiáticas empregadas pela IURD com vistas à sua autopromoção, à sua legitimação junto ao social e, principalmente, à convocação da audiência para comparecer ao templo religioso, seja ao vivo, gravado e editado ou através de chamadas<sup>19</sup>.

As chamadas podem conter: depoimentos de fé e/ou de conversão, temas que serão trabalhados nos cultos da igreja, campanhas religiosas, ou mesmo dramatizações com base nos problemas supostamente vivenciados pelo público alvo do programa. São realizadas montagens com realocamentos de cenas recortadas de filmes, de reportagens, dos cultos, de clipes musicais de cunho religioso e de dramatizações, sempre acrescidas de musicalidade e efeitos sonoros.

As chamadas têm função promocional e/ou informativa, ocupam o lugar que seria destinado à propaganda (caso o programa fosse de cunho comercial). O recurso para manter as emissoras é feito através de doações de ouvintes e podem ser feitas através de depósito bancário, boleto ou carnê.

---

<sup>17</sup> Nestes dois anos de investigação da Rede Aleluia de Rádio, foi possível confirmar esta afirmação na programação radiofônica das seguintes cidades: Vitória (ES), Caxias do Sul (RS), São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (MG), Cabo Frio (RJ), Recife (PE), além de Juiz de Fora (MG) onde esta pesquisa foi realizada.

<sup>18</sup> Transmitir em rede significa que todas as afiliadas retransmitem a mesma programação ao mesmo tempo.

<sup>19</sup> Termo utilizado para representar o anúncio de alguma atração na programação audiovisual.



É importante salientar que não há um cuidado em produzir material exclusivamente radiofônico, portanto, é comum ouvir frases como: “veja como esta pessoa se curou” ou “bem aqui em frente deste prédio”. Ou seja, utiliza-se do material produzido para a televisão (aberta ou pela internet) para veiculação no rádio.

A captura deste material é feita diretamente dos cultos realizados na IURD através de câmeras filmadoras e aparelhos de gravação e reprodução de sons e/ou imagens, instaladas dentro da própria igreja. Nada é feito escondido, pelo contrário, é de conhecimento de todos que frequentam os cultos, pois podem ser facilmente visualizados.

No rádio iurdiano as mulheres narram suas histórias de conversão, às vezes antecedidas por apresentações e em outras vezes não. No entanto, as vinhetas de abertura e encerramento estão sempre presentes, embora não estejam fixadas aos limites comerciais estabelecidos em trinta ou quinze segundos. Algumas vezes, o fragmento é maior que trinta segundos, em outras, menor que quinze. Porém, cumprem a função de sinalizar ao ouvinte que é “hora de prestar atenção”.

As técnicas radiofônicas conhecidas para criar um ambiente sonoro são utilizadas com profissionalismo em quatro elementos-chave: a música, os efeitos sonoros, a palavra e o silêncio. Para Ortiz e Marchamalo (2005, p. 63 – 64) “música, efeitos e palavra, combinados de forma correta, são os elementos que contêm os códigos suficientes para que o receptor gere a imagem concreta que se pretende transmitir”. E os autores completam afirmando que “o silêncio, entendido também como um recurso de montagem ou dramático, marca certos momentos de tensão” (Op. Cit.).

Na realização deste tipo de programa é fundamental o processo de montagem. Portanto, a gravação original será a base sobre a qual deve ser estruturado o programa. Convém recordar que a história deve ser apresentada com um tom coloquial e natural. Isso só se consegue deixando que o protagonista fale, permitindo-lhe que utilize sua própria linguagem, sem mais restrições que a imposta pela ordenada narração da história. (...) Finalmente, e por meio da montagem, serão selecionadas as partes da narração que interessam e lhes será dada uma continuidade estética e estrutural. (ORTIZ e MARCHAMALO, 2005, p. 124)

Para o professor da Universidade Federal Fluminense, João Batista de Abreu (2010, p. 1), elementos como palavra, música, efeitos sonoros, silêncio/pausa resumem “os mandamentos de um programa radiofônico que deseja estabelecer uma relação mágica de envolvimento com o ouvinte”.



Ferrareto (2007) argumenta que, englobando o uso da voz humana, do silêncio, da música e dos efeitos sonoros, utilizados de maneira isolados ou ajustados entre si de inúmeras formas, a linguagem radiofônica se especifica das demais. A fala sugere o conteúdo do fato, já os recursos não verbais remetem o ouvinte a sensorialidade, criando um ambiente, um plano de fundo sonoro para a informação, essa prática tem a função de transportar o ouvinte ao cenário da mensagem. Para Meditsch (2007, p. 148) “a linguagem do rádio vai além da oralidade e da escrita, absorve características de ambas para as negar”.

A respeito do caráter expressivo na linguagem radiofônica, a música é a moldura do programa. Ela cria atmosfera e aumenta o impacto sonoro. Faz com que as palavras soem verdadeiras ou heroicas, ou urgentes; ajuda a acordar e surpreender o ouvinte. Porém, a música deve ser usada com parcimônia para não competir com o conteúdo e tirar sua autoridade. Geralmente usa-se de três segundos a quinze segundos de música separando trechos de voz.

A música utilizada como trilha sonora é empregada para diversas conotações, seja para situar o ouvinte no ambiente da mensagem, para pontuar ou suscitar um cenário emocional. Como na linguagem radiofônica há predomínio de uma estrutura linear e contínua, a música também pode ser aplicada como um fundo sonoro (background), promovendo o clima necessário para o desenvolvimento da ação.

No caso específico dos programas da Igreja Universal do Reino de Deus, durante o período analisado, as músicas utilizadas, tanto como trilha quanto para fundo sonoro, são todas da categoria *gospel*<sup>20</sup>.

Portanto, as características da linguagem radiofônica, marcada por música, efeitos sonoros, palavra e silêncio, podem interferir diretamente na efetivação da comunicação. A captura dos depoimentos valoriza as memórias e recordações das mulheres, recolhendo informações dos fatos vivenciados por elas. Portanto, as narrativas são entremeadas por emoções.

Para o radialista Cyro César, as narrativas radiofônicas não podem ser dissociadas da emoção. Para ele, o rádio é a mídia da emoção porque reúne instantaneidade, proximidade com os ouvintes e porque “o veículo envolve, seduz e mexe com todos os sentidos” (CÉSAR, 2005, p. 9).

---

<sup>20</sup> *Gospel* é uma palavra de origem americana que significa "evangelho" "boa nova". Disponível em <http://www.palavraquefunciona.com/variedades/o-significado-da-palavra-gospel/>



### **Considerações Finais**

A linguagem radiofônica bem explorada é capaz de envolver os ouvintes numa harmonia entre a consciência e o sentimento, atingindo, assim, o emocional do ouvinte. Portanto, é preciso reconhecer a competência do discurso em ser absorvido por uma parcela de ouvintes, principalmente quando associados ao afeto e à sensação de conforto espiritual que extrapola, inclusive, os dogmas religiosos individuais.

Os líderes iurdianos, familiarizados com a oratória, parecem bastante à vontade frente aos microfones e dominam com maestria as técnicas de persuasão, eloquência e comunicação, aliados à emoção construída através da fala, música, efeitos sonoros e silêncio.

Estabelecer um contato com o sagrado, sem ao menos sair de casa ou de dentro do carro, ficou mais fácil através das radioevangelizações. A salvação se mostra disponível a qualquer pessoa, 24 horas por dia, de forma democrática. Basta ligar o rádio e sintonizar uma das 71 emissoras espalhadas pelo país. Reiteramos que, na perspectiva da evangelização eletrônica, o rádio é um meio eficaz para atingir pessoas e conquistar fieis, pois tem audiência ampla, pode estar presente em qualquer lugar e é um meio popular.

Não obstante, observamos que ao mesmo tempo em que os líderes da igreja se ocupam de conquistar cada vez mais canais de rádio, parecem se importar menos com as técnicas de linguagem do veículo ao se aproveitar de material audiovisual para um meio exclusivamente sonoro.

Porém, não podemos negar a tentativa de adaptação desta igreja em acompanhar o intensivo uso da mídia como uma ferramenta eficiente de comunicação, visto que inúmeros tipos de investimentos estão sendo feitos para incrementar a transmissão das mensagens religiosas e, assim, convencer ainda mais as pessoas de que a religião pode ser algo pleno. O uso do rádio em outros suportes de comunicação, como a internet, é um bom exemplo.

Por fim, terminamos afirmando que o rádio ainda é um veículo de comunicação importante dentro do Brasil. É através dele que uma considerável parcela da população recebe informação e estabelece trocas com o mundo.

### **Referências Bibliográficas**



ABDALLA, Clarice. As novas possibilidades do rádio na era da comunicação digital. In: **Contemporânea**. Nº 6, 2006.1. p. 37 – 46. Disponível em <[http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed\\_12ex/contemporanea\\_n6\\_03\\_clarice.pdf](http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_12ex/contemporanea_n6_03_clarice.pdf)> Acesso em 07 de julho de 2011.

ABREU, João Batista. **O pregador midiático**. Trabalho submetido ao grupo de rádio mídia sonora do 34º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul, RS – 2 a 6 de setembro de 2010.

CARREIRO, Gamaliel da Silva. **Análise sócio-desenvolvimental do crescimento do crescimento evangélico no Brasil**. Tese de Doutorado. UnB, 2007.

CÉSAR, Cyro. **Rádio: a mídia da emoção**. São Paulo : Summus, 2005.

FERRARETTO, L. A. . **O hábito de escuta: pistas para a compreensão das alterações nas formas do ouvir radiofônico**. Ghrebh-, v. 9, p. 15, 2007.

FRESTON, Paul. Breve história do pentecostalismo brasileiro. In: A. Antoniazzi et alii (orgs.), **Nem anjos, nem demônios**. Petrópolis: Vozes. pp. 67-159, 1994.

HAUSSEN, Dóris Fagundes. **A construção da identidade nacional e as identidades regionais no rádio brasileiro (o caso gaúcho)**. Conferência proferida na Sessão Plenária inaugural do VI Lusocom, em 21 de abril de 2004, subordinada ao tema “Comunicação e Identidades”.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Concentração e regulação no mercado brasileiro de radiodifusão sonora**. Trabalho apresentado na Sessão Temática 5 – Economia Política da Comunicação, do 1º Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana, realizado em São Paulo (SP), em agosto de 2011.

MACHADO, Maria das Dores Campos. **SOS Mulher – A Identidade Feminina na Mídia Pentecostal**. Ciencias Sociales y Religión/Ciências Sociais e Religião. Vol. 1. Nº 1, 1999, p. 167-188.

\_\_\_\_\_. **Representações e relações de gênero nos grupos pentecostais**. Estudos Feministas, Florianópolis, 13(2): 256, maio-agosto/2005.

MARIANO, Ricardo. **Neopentecostais: Sociologia do Novo Pentecostalismo no Brasil**. São Paulo: Loyola, 2005.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação – teoria e técnica do novo radiojornalismo**. Florianópolis : Insular, Ed. Da UFSC, 2007.

MODESTO, C. F., GUERRA, M. O.. Mundialização e comunicação: para além do rádio analógico // Globalization and Communication: In addition to analog radio. Contemporanea - Revista de Comunicação e Cultura, América do Norte, 9, mai. 2011. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/4027/3692>>.

ORTIZ, Miguel Ángel; MARCHAMALO, Jesús. **Técnicas de comunicação pelo rádio**. Trad. Alda da Anunciação Machado. São Paulo : Edições Loyola, 2005.

ROCHA, Penha. **As estratégias de Comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus**. Tese de Doutorado. ECO, UFRJ, 2006. 222p.



SANTANA, Luther King de Andrade. **Religião e Mercado: a mídia empresarial-religiosa.** Rever, v. 1, n. 1, p. 54-67, 2005.

### ANEXO – REDE ALELUIA DE RÁDIO

REGIÃO	Estado	Cidade	Frequência
NORDESTE	Alagoas	Maceió	100,3 FM
	Bahia	Salvador	95,9 FM
		Ilhéus	97,9 FM
		Itabuna	96,9 FM
	Ceará	Juazeiro do Norte	850 AM
		Fortaleza	99,9 FM
		Maranhão	São Luiz
	Paraíba	João Pessoa	99,7 FM
	Piauí	Teresina	94,1 FM
	Pernambuco	Caruaru	98,9 FM
		Garanhuns	550 AM
		Recife	91,9 FM
		Rio Grande do Norte	Natal
	Sergipe	Aracaju	98,1 FM
	NORTE	Amapá	Macapá
Amazonas		Manaus	1440 AM
Pará		Belém	98,5 FM
Rondônia		Porto Velho	104,5 FM
Tocantins		Palmas	960 AM
CENTRO-OESTE	Distrito Federal	Brasília	99,3 FM
	Goiás	Anápolis	100,3 FM
		Inhumas/Goiânia	105,3 FM
	Mato Grosso	Cuiabá	101,9 FM
	Mato Grosso do Sul	Campo Grande	930 AM
SUDESTE	Espírito Santo	Vitória	90,1 FM
		Minas Gerais	Belo Horizonte
	Juiz de Fora	93,5 FM	
	Poços de Caldas	96,7 FM	
	Uberlândia	99,9 FM	
	Uberaba	103,7 FM	
	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	105,1 FM
		Campos dos Goytacazes	89,1 FM
		Volta Redonda	101,5 FM
		Macaé	103,1 FM
Cabo Frio		102,1 FM	



		Angra dos Reis	101,1 FM
	São Paulo	Guarujá/Santos	94,3 FM
		Catanduva	94,9 FM
		Lins	103,1 FM
		São Carlos	96,9 FM
		Araraquara	104,3 FM
		Vinhedo	94,1 FM
		Araçatuba	104,3 FM
		Bauru	103,7 FM
		Botucatu	93,1 FM
		Campinas	100,3 FM
		Franca	98,3 FM
		Limeira	95,1 FM
		Marília	101,9 FM
		Piracicaba	97,1 FM
		Ribeirão Preto	103,5 FM
		Registro	750 AM
		São José dos Campos	99,7 FM
		São José do Rio Preto	97,1 FM
		Sorocaba	99,7 FM
		Taubaté	106,5 FM
		Votuporanga	99,1 FM
		Jaú	98,5 FM
SUL	Paraná	Foz do Iguaçu	105,7 FM
		Maringá	104,3 FM
		Cascavel	99,5 FM
		Curitiba	88,5 FM
		Londrina	105,5 FM
	Rio Grande do Sul	Santa Maria	104,7 FM
		Carazinho	103,5 FM
		Porto Alegre	100,5 FM
		Pelotas	93,3 FM
		Rio Grande	92,5 FM
		Caxias do Sul	93,5 FM
	Santa Catarina	Criciúma	96,3 FM
		Florianópolis	99,3 FM