

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
Departamento de Comunicação Social**

FÁBIO SEBASTIÃO POLATO

O uso do rádio e da TV por instituições religiosas:
Um fenômeno crescente nos mais variados canais de comunicação

**Bauru
2015**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
Departamento de Comunicação Social**

FÁBIO SEBASTIÃO POLATO

O uso do rádio e da TV por instituições religiosas:
Um fenômeno crescente nos mais variados canais de comunicação

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social- Jornalismo.

Orientador:

Prof. Dr. Antonio Francisco Magnoni

**Bauru
2015**

O uso do rádio e da TV por instituições religiosas:
Um fenômeno crescente nos mais variados canais de comunicação

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social- Jornalismo.

Atesto que o projeto desenvolvido pelo formando e orientado por mim tem qualidade acadêmica para ser apresentado

Bauru ____, de _____ de 20 ____.

ANTONIO FRANCISCO MAGNONI

(ORIENTADOR)

FÁBIO SEBASTIÃO POLATO

(FORMANDO)

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos aqueles que, de alguma forma, foram essenciais para a realização deste trabalho acadêmico:

Inicialmente agradeço as orientações e palavras de apoio do meu orientador, professor Antônio Francisco Magnoni, que se empenhou a esse trabalho com enorme dedicação e profissionalismo. Muito obrigado pela confiança e por não ter desistido de me ver jornalista formado, me dando apoio profissional e pessoal para que eu concluísse a jornada.

Aos professores do Departamento de Comunicação Social da FAAC/UNESP que me proporcionaram ensino profissional e companheirismo, em especial Prof. Dr. Ângelo Sottovia e Prof. Dr. Pedro Celso Campos.

A minha esposa, Gilmara Aparecida Pinto Polato, pela paciência, carinho e amor.

Aos meus pais e a todos os meus familiares, que sempre confiaram em minha capacidade de cumprir meus objetivos, e sempre estiveram ao meu lado nos momentos bons e nos mais difíceis.

A todos que me ajudaram, de uma forma ou de outra, no desenvolvimento dessa pesquisa. A todos que passaram pela minha vida e me ensinaram indelévels lições, meus singelos agradecimentos. Que a vida lhes retribua com bênçãos e muita felicidade!

Dedico este trabalho de conclusão de curso aos meus pais e à minha esposa, que foram fundamentais para que eu concluísse essa monografia. Eles deram todo o apoio e força durante os meus momentos de grandes dificuldades, e nunca deixaram que eu desistisse de meus objetivos e de meus sonhos.

“A natureza do jornalismo está no medo. O medo do desconhecido, que leva o homem a querer exatamente o contrário, ou seja, conhecer.”

(Felipe Pena, em “Teoria do Jornalismo”, São Paulo: Editora Contexto, 2005)

RESUMO

No presente trabalho se propôs estudar o uso das emissoras de rádio e televisão do Brasil pelas diversas vertentes cristãs radicadas no país. O objetivo central foi analisar como as igrejas definem a orientação ou as estratégias de uso desses dois abrangentes e tradicionais veículos midiáticos, que ainda são os mais populares meios de comunicação de massa, tanto para a formação da cultura e da opinião pública nacional, tanto nos estados e municípios, onde demarcam e conservam os traços regionais que diferenciam culturalmente, economicamente e socialmente as diversas populações brasileiras. As igrejas cristãs buscam cada vez mais brechas e facilidades legais, espaços públicos e meios de difusão que facilitem a conquista de seguidores de suas ideologias teológicas. Pelo rádio, pela televisão e também pelas redes sociais da internet, pastores, padres, bispos e até cristãos leigos buscam seus potenciais públicos tanto no espaço domiciliar quanto de forma individual, utilizando antigos e novos dispositivos individuais e portáteis de recepção de conteúdos audiovisuais. Todos os pregadores disputam acirradamente os espaços “arrendados” nas redes abertas de televisão, em estações de rádio nacionais e locais e investem na organização de emissoras “comunitárias” legalizadas ou “informais”. O trabalho também busca estudar as concessões de rádio e televisão na cidade de Bauru, para mostrar as falhas que ocorrem na gestão do espectro de radiodifusão pelo governo federal, e também para que o leitor entenda o que a Constituição diz sobre a utilização desses veículos de concessão pública por instituições religiosas.

PALAVRAS-CHAVE: radiodifusão, uso religioso das concessões de rádio e televisão.

ABSTRACT

In the present study aimed to study the use of radio and television in Brazil by the various Christian aspects rooted in the country. The main objective was to analyze how the churches define the orientation or the use of strategies of both comprehensive and traditional media vehicles, which are still the most popular mass media, both for the formation of culture and national public opinion in both states and municipalities, which demarcate and retain regional traits that differentiate culturally, economically and socially diverse Brazilian populations. Christian churches are increasingly seeking loopholes and legal facilities, public spaces and broadcast media to facilitate the achievement of followers of their theological ideologies. On the radio, on television and also through social networks of the Internet, pastors, priests, bishops and lay Christians to seek their potential both in public space and home individually, using old and new individual devices and portable reception of audiovisual content. All preachers fiercely competing for space "leased" the open television networks, in national and local radio stations and invest in the organization of broadcasters "Community" legalized or "informal". The work also aims to study the radio and television concessions in Bauru, to show the failures that occur in broadcasting spectrum management by the federal government and also for the reader to understand what the Constitution says about the use of these vehicles public concession by religious institutions.

KEYWORDS: Broadcasting, religious use of radio and television concessions.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1- Afiliadas da Rede Globo vinculadas a políticos.

TABELA 2- Outorgas de televisão controladas por políticos.

TABELA 3- Emissoras ligadas às igrejas nas regiões metropolitanas.

TABELA 4- Programação semanal da Rádio Bandeirantes Bauru.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1- Charge de Alberto Alpino Filho em seu blog no portal de notícias Yahoo.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 CONCESSÕES PÚBLICAS	14
1.1 OS TIPOS DE OUTORGAS	15
1.2 UM QUADRO DESESPERADOR	17
1.3 UM BREVE HISTÓRICO DAS CONCESSÕES	18
1.4 RENOVAÇÕES SEM NORMAS E CRITÉRIOS	20
2 A RELIGIÃO E O USO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO	25
2.1 OS EVANGÉLICOS NOS PRIMÓRDIOS DO RÁDIO NOS EUA E NA AMÉRICA LATINA	28
2.2 A PROGRAMAÇÃO RELIGIOSA E O RÁDIO NO BRASIL	30
2.3 A RELIGIÃO E SUAS ORIGENS NA MÍDIA TELEVISIVA	33
2.3.1 A origem dos evangélicos na televisão do Brasil	35
3 AS RÁDIOS COMUNITÁRIAS NO BRASIL	36
3.1 A BUSCA PELA AUTORIZAÇÃO	37
3.2 FINALIDADE SOCIAL	38
3.3 O USO PELAS INSTITUIÇÕES RELIGIOSAS	39
4 A QUESTÃO DAS EDUCATIVAS	42
5 UM NOVO PANORAMA: RELIGIOSOS DISPUTAM O DOMÍNIO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO	44
5.1 O CRESCIMENTO DOS NEOPENTECOSTAIS COM OS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO	45
5.1.1 Igreja Universal do Reino de Deus	46
5.1.2 Igreja Apostólica Renascer em Cristo	47
5.1.3 Igreja Internacional da Graça de Deus	47
5.1.4 Igreja Mundial do Poder de Deus	48
5.1.5 Igreja Apostólica Plenitude do Trono de Deus	49

6 PREFERÊNCIAS DE GRUPOS RELIGIOSOS PELA MÍDIA RADIOFÔNICA	50
7 PLURALIDADE RELIGIOSA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO	55
8 A RELIGIÃO NA MÍDIA	57
8.1 MEDIDAS DO PARLAMENTO PARA VETAR HORÁRIOS RELIGIOSOS NA TELEVISÃO	57
8.2 FATURAMENTO DAS EMISSORAS POR INSTITUIÇÕES RELIGIOSAS.....	57
8.3 PROSELITISMO RELIGIOSO VERSUS A LAICIDADE DO ESTADO...	59
8.4 O DISCURSO DOS LÍDERES RELIGIOSOS NA MÍDIA.....	61
9 O USO DO RÁDIO E TV POR INSTITUIÇÕES RELIGIOSAS NA CIDADE DE BAURU.....	63
9.1 RÁDIO COMUNITÁRIA 87 FM.....	63
9.2 RÁDIO ADELE 92,3 FM.....	64
9.3 RÁDIO CÂMARA 93,9 FM.....	65
9.4 RÁDIO 94 FM.....	66
9.5 RÁDIO 96 FM.....	66
9.6 TOP FM.....	66
9.7 RÁDIO ALELUIA	67
9.8 RÁDIO UNIVERSITÁRIA UNESP	67
9.9 RÁDIO AURIVERDE	68
9.10 RÁDIO CANÇÃO NOVA.....	69
9.11 RÁDIO BANDEIRANTES	69
9.12 TV TEM	73
9.13 TV RECORD PAULISTA.....	73
9.14 TV UNESP	74
9.15 TV PREVÊ.....	74
9.16 TV CÂMARA	76
10 CONCLUSÃO	77
REFERÊNCIAS.....	81

INTRODUÇÃO

O uso do rádio, da televisão, e também da internet, por instituições religiosas brasileiras tem sido cada vez mais frequente. Quando falamos da relação desses meios de comunicação com entidades religiosas, observamos que os evangélicos formam o segmento religioso que mais e melhor se aproveita dos vários tipos de veículos eletrônicos. Os outros segmentos religiosos também utilizam bastante o rádio, a televisão e o ciberespaço, mas a intensidade de uso e aproveitamento deles é menor e menos eficiente, em relação aos métodos e estratégias de comunicação dos evangélicos.

Esse trabalho tem como foco mostrar o uso disseminado e excessivo dos meios de comunicação, prioritariamente do rádio e da televisão, pelas mais diversas instituições religiosas. As empresas radiofônicas e televisivas brasileiras priorizam o faturamento financeiro e na maioria das vezes, não se preocupam em cumprir a função social por serem concessionários governamentais oferecendo aos seus públicos uma programação informativa relevante e investigativa, entretenimento de boa qualidade e outros serviços de utilidade pública.

Os concessionários descumprem cabalmente o regulamento e as normas das concessões impostas pela Constituição, e vendem os seus horários, muitas vezes até a grade completa da emissora para serem veiculados programas religiosos. Aumenta continuamente o número de igrejas que domina, em diversos horários, a grade de programação de emissoras, agindo livremente e não se preocupando em momento algum com os aspectos das linguagens e das regras profissionais e legais típicas de cada meio de comunicação. Na maioria dos casos, os “pregadores eletrônicos” desconhecem os meios e até as normas da língua portuguesa.

No primeiro momento falaremos acerca do conceito de concessão pública, como se dá a autorização ou concessão governamental para a instalação de emissoras, os tipos de outorgas existentes, o que diz a Constituição Federal sobre o tema apresentado, a falta de critério para as distribuições de frequências observadas em todo o País, o limite máximo de tempo de programação que pode ser vendido pelas emissoras, a farra de concessões feita por parlamentares e líderes religiosos, e as propostas para enfrentar o caos brasileiro na abertura de emissoras. Essa primeira parte é fundamental para o desenvolvimento da pesquisa, pois os assuntos abordados posteriormente necessitarão dessa compreensão inicial dos critérios (ou

da falta de) e dos desvios que se perpetuam na política brasileira de concessões, outorgas e licenças de radiodifusão.

Em seguida, há a apresentação de um panorama sobre os religiosos e a mídia radiofônica, mostrando que essa união de mídia e religião não é um fato novo. Desde as décadas passadas, as instituições religiosas já se aproveitavam de sua influência sobre presidentes da república, legisladores e membros do judiciário para conquistarem espaços em rádios e televisões no Brasil, como também, em outros países da América Latina.

Abordamos também o uso das rádios comunitárias como uma modalidade de mídia radiofônica diferenciada. Discutimos os princípios e as finalidades da regularização das emissoras de baixa potência no Brasil, quais os principais modelos de rádios comunitárias, de que forma ocorre o processo de requerimento para sua regularização e o papel social dessas estações de iniciativa e finalidades “populares”. As instituições religiosas têm se aproveitando demasiadamente dessas pequenas emissoras em muitas localidades brasileiras, como instrumento privilegiado de “evangelização”. Entre outros assuntos, vimos que muitas emissoras fazem da venda de horários em suas grades, às igrejas, a principal e certa fonte de renda.

Analizamos ainda o crescimento das igrejas neopentecostais a partir da década de 90, como o da Igreja Mundial, o da Internacional da Graça de Deus e o da Universal, as quais passaram a utilizar-se com frequência dos canais de televisão. Iniciou-se nesse período a compra de emissoras televisivas por essas instituições. Entre outros temas, vimos também uma tendência histórica da mídia brasileira, que desrespeita a diversidade de credos e afronta a laicidade do Estado.

Por último, destacamos o uso da mídia na cidade de Bauru, pelas diversas religiões e estudamos as suas emissoras, mostrando como se encontra a programação religiosa na cidade, o espaço preenchido nos mais variados veículos de comunicação local e nos canais ligados aos grupos religiosos que fazem de seus programas, cultos idênticos aos que são realizados em suas igrejas. Eles repetem as suas pregações tradicionais para os ouvintes e telespectadores, não se preocupando com linguagem, vocabulário e normas da comunicação e do jornalismo em meios eletrônicos.

1 CONCESSÕES PÚBLICAS

Não é sabido por todas as pessoas que no Brasil, as rádios e televisões abertas operam por meio de concessões, autorizações ou licenças públicas que são dadas pelo Ministro das Comunicações, responsável pela emissão do ato de outorga das emissoras de rádio e pelo presidente da República, e que as concessões de TV são de sua responsabilidade. Uma emissora de rádio e de TV deve incluir tempo destinado a programas jornalísticos, educativos, culturais, informativos e também à programação local, de acordo com o Ministério das Comunicações.

Os processos com pedidos de concessão ou renovação iniciam sua longa jornada, a qual na maioria das vezes pode durar anos, no Ministério das Comunicações. Em seguida, os processos vão para a Presidência da República (Casa Civil/Secretaria de Relações Institucionais). Após isso, seguem para o Congresso Nacional, onde serão apreciados primeiro pela Câmara dos Deputados, onde passam pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI) e, em seguida, pela Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) por duas vezes, sendo que na primeira é analisada a constitucionalidade e na segunda é finalizada a redação. A próxima etapa é a submissão ao Senado Federal, instância em que os projetos de decreto legislativo, isto é, os processos de concessão ou permissão, passam pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCTICI). Por último, é assinado um decreto legislativo pelo presidente do Congresso Nacional e, posteriormente, é encaminhado à Casa Civil e publicado o ato de outorga no Diário Oficial da União.

A tramitação dos pedidos de concessão para emissoras comerciais (de rádio ou TV) é burocrática e demorada, principalmente os de rádios comunitárias. Esse tipo de serviço de radiodifusão é o que mais sofre com a morosidade durante o processo de outorga ou renovação. Por esta razão é comum a utilização de um padrinho político quase sempre durante a tramitação dos pedidos de autorização.

Todavia, é comum que as pessoas pensem que os “donos” de emissoras de rádio e televisão sejam também proprietários dos canais de radiofrequência em que suas estações operam e que tenham o direito de usar ou dispor deles do jeito que bem entenderem.

Na realidade, todo o conteúdo transmitido pelo rádio e pela TV trafega pelo ar, no chamado espectro eletromagnético¹, um bem finito e público, cujo uso deve sempre ser regulado pelos poderes executivo e legislativo. Para pôr em prática a transmissão de determinada programação, as emissoras precisam de uma autorização do Estado. O artigo 21 da Constituição Federal de 1988, diz: “*Compete à União (...) explorar, diretamente ou mediante autorização, concessão ou permissão (...) os serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens*”.

1.1 OS TIPOS DE OUTORGAS

Segundo a Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, Lei Geral de Telecomunicações do Brasil, Radiodifusão é o serviço de telecomunicações que permite a transmissão de sons (radiodifusão sonora) ou a transmissão de sons e imagens (televisão), destinados ao recebimento direto e livre pelo público².

No país há três tipos de outorgas, concessões, permissões e autorizações. Entregues às emissoras de TV e rádio de caráter nacional ou regional, ou seja, para ondas curtas e para ondas médias em alta potência, as concessões são dadas sempre por decreto e são atributos particulares do Presidente da República.

Os grupos interessados em obter uma concessão devem declarar seu interesse ao Ministério das Comunicações. A partir de avaliação de viabilidade técnica e econômica, publica-se um edital de licitação para ocupação daquela frequência. Aqueles que buscam obter a concessão de uma emissora comercial devem comprovar capacidade financeira e técnica para executar o serviço. Para isso, os participantes da licitação devem enviar pareceres de dois auditores independentes demonstrando a capacidade econômica da empresa, bem como projeto de investimento que apresente a origem dos recursos a serem aplicados. Também deve apresentar balanço patrimonial e demonstrações contábeis, além de documentos referentes à comprovação de idoneidade da entidade e dos seus sócios.

¹Informativo Intervezes, Nov.2007. Disponível em: <http://intervezes.org.br/publicacoes/revista-concessoes-de-radio-e-tv-%E2%80%A2-onde-a-democracia-ainda-nao-chegou/>. Acesso em 20 de fevereiro de 2015.

²Site do Ministério das Comunicações. Disponível em: <http://www.mc.gov.br/acoes-e-programas/radiodifusao>. Acesso em 20 de fevereiro de 2015.

Outro fator determinante para a aquisição de uma concessão de rádio ou TV é que sua outorga deve ser paga à vista. Se a entidade requerente não realizar o pagamento, a mesma é desclassificada. Assim é convocada a próxima da lista de espera. Somente depois o contrato é assinado. Em caso de não aprovação da outorga pelo Congresso Nacional, o valor será devolvido, com correção pela taxa Selic.

Outro tipo de outorga existente são as permissões, modo de autorização dada às emissoras de rádio de caráter local, como as FMs e as AMs de potência mais baixa. Esse modelo é concedido sempre por portaria e é prerrogativa do Ministério das Comunicações. Encerrando os tipos de outorga existentes, temos as autorizações que regulam as rádios comunitárias, retransmissoras e repetidoras de rádio e TV. É também concedida por portaria e é prerrogativa do Ministério das Comunicações³.

O tempo de duração das concessões cedidas às rádios é de 10 anos e as oferecidas à televisão valem por um período um pouco maior, 15 anos. O que se percebe em nosso país é que durante todo esse tempo os donos das concessões não necessitam prestar contas à ninguém sobre o uso que fazem delas (Intervozes, 2007).

Embora a concessão seja pública, ela é frequentemente usada para fins privados. É notória nos veículos de radiodifusão, a utilização de linhas editoriais que criminalizam ou que subestimam ou condenam as pautas reivindicatórias dos movimentos sociais e que apóiam ou até impõem agendas econômicas e políticas que interessam ao grupo detentor da concessão do veículo ou aos grupos dominantes aos quais eles estão vinculados. Assim, emissoras de rádio e de televisão ditam padrões culturais e estéticos, de consumo material e simbólico, comportamentos morais, éticos e também religiosos. Apesar de a Constituição determinar o rol de exigências, que os concessionários de comunicação deveriam observar e cumprir, para assegurar os direitos da sociedade, na prática o cidadão não tem como se proteger do assédio ideológico dos meios, tanto no aspecto individual, quanto de forma coletiva.

³Informativo Intervozes, Nov.2007. Disponível em:

<http://intervozes.org.br/publicacoes/revista-concessoes-de-radio-e-tv-%E2%80%A2-onde-a-democracia-ainda-nao-chegou/>. Acesso em 20 de janeiro de 2015.

1.2 UM QUADRO DESESPERADOR

Ao observar o atual modelo de outorgas, de rádio e TV no Brasil, o que vemos é um quadro com graves problemas, onde empresários, políticos e líderes religiosos reinam sozinhos, ditam as próprias regras e não cumprem nem o mínimo que a legislação prevê. Também não há fiscalização por parte do poder público, ou mecanismos de vigilância pela sociedade, fatores que permitem que inúmeras emissoras continuem em funcionamento com outorgas vencidas há quase 20 anos, um prazo maior do que o tempo de validade das concessões. (Intervezes, 2007).

Embora a Constituição proíba, deputados e senadores continuam controlando emissoras de rádio e TV.

Art. 54. Os Deputados e Senadores não poderão:

I - desde a expedição do diploma:

a) firmar ou manter contrato com pessoa jurídica de direito público, autarquia, empresa pública, sociedade de economia mista ou empresa concessionária de serviço público, salvo quando o contrato obedecer a cláusulas uniformes;

b) aceitar ou exercer cargo, função ou emprego remunerado, inclusive os de que sejam demissíveis "ad nutum", nas entidades constantes da alínea anterior;

II - desde a posse:

a) ser proprietários, controladores ou diretores de empresa que goze de favor decorrente de contrato com pessoa jurídica de direito público, ou nela exercer função remunerada; (ART.54 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988).

Outro aspecto a ser discutido é a questão do monopólio e do oligopólio, proibidos pela Constituição de 1988, em seu artigo 220:

Art. 220 A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 5º - Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio. (ART.220 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988).

Deveria existir um rígido controle do prazo de validade das concessões, e também condicionar as renovações pelo Ministério das Comunicações e a Anatel, ao devido cumprimento legal e social dos veículos. Tais medidas fiscalizatórias deveriam servir de instrumentos para erradicar esse quadro permissivo e pernicioso,

que favorece a perpetuação dos abusos legais e ideológicos. A ausência de aplicação das leis e de articulação da sociedade civil alimenta os interesses espúrios das emissoras e de redes de radiodifusão. Entretanto, as brechas legais e a falta de regulamentação objetiva dos deveres legais e sociais das emissoras impedem na prática, a aplicação dos conteúdos reguladores previstos na Constituição.

1.3 UM BREVE HISTÓRICO DAS CONCESSÕES

A desorganização institucional do poder público para fiscalizar as concessões, autorizações e permissões tem origem quase ao mesmo período do aparecimento dos veículos de radiodifusão no Brasil. Apoiada numa legislação cheia de falhas e de falta de critérios, a farra das concessões apresentou diferentes faces ao longo das últimas décadas, que conduziram ao mesmo resultado: a supremacia de interesses privados de empresas, de grupos políticos e também de religiosos, na regulação e gestão das emissoras brasileiras de rádio e de televisão.

O marco que dá início à “*bagunça*” da relação entre o público e o privado nas Comunicações, é o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), aprovado em 27 de agosto de 1962. Esse órgão facilitou ao extremo a ocupação das frequências previstas, com isso abriu espaço para enorme crescimento do setor privado. Foi no ano de 1963 que os decretos 52.795 e 52.026 regulamentaram o CBT, determinando entre outras questões, o período de validade das concessões de rádio para 10 anos e de TV para 15 anos (Intervozes, 2007).

Durante o governo do general Figueiredo (1979-1985), foram concedidos números altíssimos de concessões: 634 canais de radiodifusão, 295 rádios AM, 299 rádios FM e 40 emissoras de TV.(Intervozes, 2007). No entanto, o recorde nacional pertence ao oligarca baiano Antonio Carlos Magalhães, que ao assumir o Ministério das Comunicações da “Nova República”, distribuiu em três anos e meio (entre 15/03/85 a 5/10/88) 1.028 outorgas, sendo 25 delas foram concedidas no mês que antecedeu a promulgação da Constituição de 1988. O maior número de outorgas distribuídas por ACM foi para os políticos que votaram pela ampliação do mandato presidencial de José Sarney, para cinco anos.

A situação não apresenta mudança alguma, com o passar dos anos. Matéria da Folha de S. Paulo, em 2002⁴, intitulada: “FHC distribuiu rádios e TVs educativas para políticos”, mostra que durante seu mandato, além das 539 emissoras comerciais vendidas por licitação, o presidente Fernando Henrique autorizou 357 concessões educativas sem licitação. Os números continuaram crescendo no governo Lula: foram aprovadas 110 emissoras educativas, sendo 29 televisões e 81 rádios. O quadro de concessões não apresentou mudanças qualitativas no Governo de Dilma Rousseff.

Não podemos esquecer que não são apenas os grupos políticos que recebem privilégios com concessões de veículos de comunicação. Os grupos religiosos, durante toda a história da radiodifusão, se aproveitaram do cenário político vigente e buscaram também as suas próprias concessões, ou usaram a sua influência social para reivindicar horários gratuitos ou pagos, nas grades de programações no rádio ou na televisão, apesar da Constituição de 1988 preservar a separação entre o Estado e as igrejas, além de proibir o uso da radiodifusão para realizar proselitismo religioso. Outra vertente que podemos apresentar é a ligação entre política e religião, pois o número de cargos eleitorais de religiosos teve um aumento considerável nos últimos anos.

Art. 19. É vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios:

I - estabelecer cultos religiosos ou igrejas subvencioná-los, embaraçar-lhes o funcionamento ou manter com eles ou seus representantes relações de dependência ou aliança, ressalvada, na forma da lei, a colaboração de interesse público; (ART.19 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988).

Até os anos 1960, as igrejas ocupavam espaços muito pequenos nas televisões comerciais, embora já tivessem grande expressão nas grades de programação das rádios. Depois do golpe militar de 1964, que foi apoiado pela cúpula da igreja católica e também por algumas correntes protestantes conservadoras, o catolicismo conquistou mais poder perante os governantes militares e as missas começam a ser transmitidas com regularidade, em muitas emissoras brasileiras. As paróquias e dioceses passaram a reivindicar e receber mais concessões de rádio.

⁴Site do jornal Folha de S. Paulo.

Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/foha/brasil/ult96u36586.shtml>. Acesso em 20 de fevereiro de 2015

O rádio tem sido um dos principais meios empregados para a fabricação e sustentação da liderança carismática no Brasil.

“Porém, não demora e no fim dos anos 60 e começo dos anos 70 começa a ganhar força as Comunidades Eclesiais de Base CEBs e a Teologia da Libertação que se contrapunham à ditadura e faziam dos meios de comunicação da Igreja (as rádios) seus instrumentos de interlocução... nos anos 70 há uma reprodução, no Brasil, dos tele-evangelistas estadunidenses que alugam horários na TV e fazem uma espécie de consultoria religiosa, ou seja, são evangelistas autônomos, que não são ligados a qualquer denominação. Tais programas se apoiavam no carisma de seus líderes que possuíam várias tendências teológicas e ideológicas.” (LACERDA, 2006)

Foi no final dos anos 1980 que a novata Igreja Universal do Reino de Deus (à semelhança dos adventistas que haviam sido os pioneiros em realizar um programa televisivo no Brasil), copiou a prática de igrejas protestantes estadunidenses e passou a alugar horários nos canais de televisão para a divulgação de sua vertente pentecostal. Em 1989, o “bispo” Edir Macedo, líder da Igreja Universal, comprou a Rede Record de Rádio e Televisão, iniciando a concorrência das igrejas protestantes no mundo televisivo brasileiro. (CAPPARELLI & SANTOS, 2005).

O que se viu na sequência foi uma explosão religiosa na televisão brasileira, com programação apresentada por várias igrejas pentecostais e outras mais tradicionais, que passaram a alugar espaços nas redes de TV, inclusive em horários nobres, e também a disputar concessões próprias de rádio e televisão.

1.4 RENOVAÇÕES SEM NORMAS E CRITÉRIOS

Em todos os serviços de concessão pública existem normas e critérios tanto para a outorga quanto para a renovação das concessões públicas. Mas em pleno século XXI não é isso que presenciamos nas concessões de serviços de radiodifusão. Hoje empresários políticos e líderes religiosos recebem a outorga sem a necessária avaliação de suas reais condições e capacidades para oferecimento de programação e outros serviços de utilidade pública, com qualidade técnica profissional para produzir conteúdos culturalmente e socialmente relevantes para o público abrangido.

Em todas as outorgas, é estabelecido o tempo que as emissoras devem transmitir, de programas jornalísticos, educativos, informativos, programação regional e o prazo máximo para o concessionário colocar o canal no ar. As emissoras de rádios e TVs deveriam seguir as normas apresentadas pelo artigo 221 da Constituição, que diz:

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

- I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
 - II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
 - III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;
 - IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.
- (ART.221 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988).

A tramitação de um pedido de renovação para uma emissora no Brasil leva mais de 10 anos. Nesse período, a concessionária de TV ou rádio segue funcionando normalmente, pois tem praticamente direito adquirido, até que seja emitido um parecer contrário, cujo teor também é passível de recurso jurídico. Desse modo, uma concessão emenda com outra, e os méritos e deméritos da programação de uma emissora nunca serão de fato, apreciados e julgados conforme as exigências regulatórias previstas pelo aparato legal. (Intervozes, 2007).

No momento de renovação das concessões, o correto seria uma análise de todos os quesitos que comprovariam se as emissoras obedeceram às normas da Constituição. O que vemos, na prática, são emissoras vendendo suas programações aos mais variados líderes religiosos, que ocupam nesses mesmos canais e estações espaços maiores que o permitido (o máximo de 25 por cento da grade), ignorando com isso, as diretrizes para as programações estabelecidas por lei. Para as novas outorgas, hoje existe um processo de licitação. O mesmo processo não é válido para as renovações: não existe nenhum espaço aberto para novos interessados reivindicarem a exploração dos serviços em operação e, assim, ocorre a renovação automática das concessões em vigor no país.

No *site* do Ministério das Comunicações⁵ fica evidenciada a falta de transparência e de informações inteligíveis e úteis ao público. Nas seções reservadas à radiodifusão de sons (rádio) e de sons e imagens (TV) só existem

⁵ Disponível em: <http://www.mc.gov.br/>. Acesso em 25 de fevereiro de 2015.

breves explicações sobre o que são esses serviços. No *site* da Anatel, mesmo com a criação do SisCom(Sistema de Dados sobre Comunicação de Massa), também não há quaisquer informações com relação aos contratos, aos prazos de concessão etc. O Coletivo Intervezes denunciou em 2007, a perpetuação da falta de rigor e transparência na gestão das concessões brasileiras de radiodifusão:

Deputados, senadores e religiosos continuam controlando emissoras, embora a Constituição proíba. Licenças de TVs e rádios educativas são usadas para escapar da obrigatoriedade de licitação e proteger negócios com fins comerciais. (...) O que era para ser concessão se transformou em capitania hereditária (INTERVOZES, 2007).

De acordo com Suzy dos Santos no livro “Coronelismo, radiodifusão e voto”, em 2005, as emissoras afiliadas da Rede Globo vinculadas a políticos, representavam um total de quase 40 por cento da sua totalidade e as outorgas de televisão vinculadas a esses grupos durante o mesmo período de estudo, chegavam a 128 emissoras.

TABELA 01: Afiliadas da Rede Globo vinculadas a políticos

Afiliadas da Rede Globo Vinculadas a políticos*				
	Geradoras		Retransmissoras	
Estado	Total (%)	Quantidade	Total (%)	Quantidade
AL	100	1	100	8
BA	100	6	100	311
CE	100	1	100	58
GO	100	8	100	85
MA	100	4	100	97
MG	25	2	22	13
PA	66,6	2	0	0
PB	100	2	100	5
PE	66,6	2	66,6	4
PI	100	2	0	0
RJ	40	2	30	6
RN	100	1	100	3
SE	100	1	100	16
SP	28,50%	4	32,6	31
TO	100	2	100	68
Total	39,60%	40	49,5	705

*Outorgas em nome próprio ou de parentes.

Fonte: Suzy dos Santos, “Coronelismo, radiodifusão e voto: a nova face de um velho conceito”, 2005.

TABELA 02: Outorgas de televisão controladas por políticos.

Outorgas de televisão controladas por políticos				
	Geradoras		Retransmissoras	
	Quantidade	Total(%)	Quantidade	Total(%)
AC	2	40%	1	1,06%
AL	3	60%	14	12,84%
AM	3	42,85%	72	29,75%
AP	2	50%	5	15,15%
BA	8	57,14%	392	55,44%
CE	5	55,5%	103	30,11%
DF	1	9,1%	3	11,53%
ES	1	9,1%	1	0,50%
GO	10	62,5%	213	42,68%
MA	8	72,7%	178	58,74%
MG	13	27,65%	37	2,66%
MS	1	9,09%	8	3,22%
MT	3	33,3%	23	8,07%
PA	4	40%	43	14,19%
PB	3	50%	12	13,04%
PE	2	20%	6	3,87%
PI	4	57,14%	53	56,38%
PR	15	41,6%	131	27,75%
RJ	5	26,31%	33	8,22%
RN	6	85,71%	13	12,74%
RO	2	33,33%	37	24,02%
RR	2	100%	3	6,81%
RS	2	7,69%	16	2,08%
SC	5	25%	76	9,88%
SE	2	50%	21	35%
SP	13	20,63%	56	3,22%
TO	3	60%	81	52,25%
Todas	128	33%	1765	18,03%

Fonte: Suzy dos Santos, "Coronelismo, radiodifusão e voto: a nova face de um velho conceito"2005.

No Brasil, o que percebemos é que os concessionários de emissoras de rádio e televisão agem como se fossem seus proprietários vitalícios e hereditários. O Estado brasileiro, que fundamenta como serviço público o seu sistema de radiodifusão, encontra muitas dificuldades para condicionar esse setor aos limites constitucionais. O modelo de radiodifusão vigente no país sofre pela ausência de

fiscalização, papel do Estado que é de extrema importância para o poder público poder submeter os concessionários aos marcos regulatórios.

Para a reversão desse quadro caótico e antidemocrático seriam necessárias algumas medidas imediatas, como: o cumprimento da lei da limitação em 25% o espaço para divulgação de publicidade durante a programação; acompanhamento das renovações das concessões; aprimoramento dos mecanismos de fiscalização; rapidez dos processos; proibição efetiva de outorgas a políticos e igrejas; regularização das emissoras educativas e definição de critérios transparentes e democráticos no ato de liberação das outorgas.

2 A RELIGIÃO E O USO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

A relação entre mídia e religião, diferentemente do que muitos imaginam, não é um fenômeno recente. É algo que ocorre há milênios, desde os primórdios da comunicação escrita. Basta que pensemos que o judaísmo, a principal matriz teológica das atuais religiões cristãs, desde a antiguidade confiou a conservação e a transmissão de suas doutrinas nas palavras e nos documentos escritos. Mesmo os dez mandamentos, cuja tradição teológica judaica atribui sua elaboração à Jeová, que no monte Sinai o ditou diretamente a Moisés, cujo registro das leis foi escrito em duas placas de pedra, o que passava a idéia de que leis e outros escritos importantes devem ser fixados em suportes extremamente duráveis. O cristianismo se utilizou da comunicação escrita desde o seu princípio. As cartas legadas pelos apóstolos se configuram como os principais documentos do novo testamento, o livro que demarca a ruptura teológica com a antiga doutrina judaica. A produção de manuscritos foi uma atividade essencial para a organização e disseminação do catolicismo desde a era romana, até o final da Idade Média.

Desde o século XV, com a consolidação dos estados nacionais, vários países europeus retomaram as grandes incursões marítimas, que deram origem a uma grande rede intercontinental de transporte mercantil e de exploração colonial, principal fonte de riquezas para a ascensão da economia, das artes e da cultura política e científica. No início do Renascimento europeu, a invenção tipográfica favoreceu a Reforma Protestante conduzida por Martinho Lutero, mas também contribuiu com o catolicismo jesuítico, que participou ativamente da colonização e cristianização das populações dos continentes “descobertos” e ocupados pelo colonialismo espanhol e português. Os jesuítas e o Vaticano usaram intensamente a imprensa, a repressão e a censura para tentar conter a cisão do cristianismo europeu provocado pela Reforma. Os líderes protestantes utilizaram a bíblia como cartilha, para conquistar mais adeptos, popularizar o ideário dos reformadores e diminuir a força coercitiva do catolicismo romano.

A disseminação da tecnologia tipográfica foi uma ajuda fundamental para a liberdade de expressão e para a difusão de uma cultura educacional de massa na Europa. A produção tipográfica deu origem em meados do século XV, ao fluxo internacional de informações impressas, sustentado pelo mercantilismo marítimo e pela expansão colonial, que foram fontes principais da notável acumulação econômica européia, entre o final da Idade Média e o início da Era Industrial. Os meios de comunicação contemporâneos são derivados dessa secular rede marítima de informações comerciais, particulares e públicas. O livro-texto tornou-se um instrumento decisivo para a disseminação das práticas de ensino formal e para a popularização da cultura erudita. A “civilização grafocêntrica” e global contemporânea despontou durante o período renascentista europeu e tornou-se a principal conquista material e cultural da Modernidade (MAGNONI, 2001).

Magnoni (2001) observa que ao longo da época renascentista acirraram-se as contradições sociais, políticas e econômicas devido ao crescimento do pensamento intelectual laico que cultivava novas ciências e técnicas e procurava se distanciar da cosmovisão religiosa e feudal. Houve intensas rupturas e conflitos entre os povos e as culturas européias. Para o autor, a emergência e a disseminação do liberalismo econômico e político que deu origem à Modernidade e as civilizações urbano-industriais é o resultado de matrizes européias e ocidentais derivadas de sociedades cristãs, católicas e protestantes, que transformaram seguidamente, desde a Renascença, os meios e as relações de produção, a educação e a cultura e também criaram meios de comunicação abrangentes, sedutores e promotores de hegemonia.

O início da era moderna é o momento histórico em que a formação de opinião pública despontou como área de conhecimento estratégico para os atores políticos, econômicos, sociais e para os objetivos militares. E os meios de comunicação de massa, cujo início ocorreu com a invenção e a popularização da tipografia de Gutenberg e o aprimoramento às artes editoriais, e com o constante aperfeiçoamento das tecnologias gráficas, se tornaram as principais ferramentas modernas para alcançar as populações mundiais e para moldar a opinião pública, sempre conforme os diversos interesses dos segmentos dominantes.

Em 1840, foi criada, na Filadélfia (EUA), a primeira agência de publicidade da era moderna. A propaganda e as informações jornalísticas foram muito úteis ao desenvolvimento do comércio e da indústria capitalista. Os jornais e revistas difundiram a nova opinião dominante, os espetáculos teatrais e musicais, as exposições circenses, os lançamentos de obras literárias, de almanaques, enciclopédias etc. A educação, a cultura e o entretenimento adquiriram crescente importância no espaço social urbano e a imprensa viabilizava a proliferação de uma nova e lucrativa atividade de produção e oferta desses bens simbólicos para as diferentes camadas populacionais. Surgiram, durante a segunda metade do século XIX, as primeiras publicações destinadas ao público feminino, uma tentativa de se utilizar a mulher como agente de propagação dos novos padrões consumistas dentro da família. As leitoras passaram a ser induzidas ao consumo de uma diversidade de mercadorias e serviços e a incorporar novos valores morais, éticos, sociais e econômicos, inerentes à sociedade industrial moderna. Foi a sociedade burguesa e urbana que consolidou as bases materiais e as demandas simbólicas da indústria cultural tão avassaladora no século XX. (MAGNONI, 2001, p.)

Nos primeiros anos de 1900, em quase todos os países, o jornalismo periódico era uma atividade incorporada pelas populações alfabetizadas. Magnoni (2001) destaca que a propagação da educação pública e da alfabetização popular assegurou o prestígio e a influência crescente das atividades e dos expoentes da “imprensa”, perante o imaginário da “opinião pública”. A expansão do mercado livreiro, jornalístico e publicitário ocorreu durante todo o século XX.

O desenvolvimento do rádio e do cinema sonoro durante a década de 1920 facultou a relativa incorporação à sociedade industrial, dos excluídos da comunicação e da cultura escrita. A radiodifusão e o cinema permitiram produzir bens simbólicos, principalmente nos EUA, e constituir rapidamente uma bilionária indústria de “cultura”, de lazer e entretenimento. A contribuição pioneira e mais significativa do rádio na expansão da modernidade capitalista foi o despertar do desejo coletivo pelo consumo de mercadorias materiais e também simbólicas. A radiodifusão sonora projetou como bens de consumo culturais, a música, o disco, o cinema sonoro, o teatro, os espetáculos artísticos, a literatura, o jornalismo, as pregações eletrônicas, a publicidade etc. Criou as bases da cultura de entretenimento, que seria ampliada pela televisão e pelos meios informáticos, a partir da década de 1950. (MAGNONI, 2001, p.)

Nos Estados Unidos, a primeira transmissão radiofônica experimental teve a presença da religião⁶, e no Brasil o pioneirismo do rádio é atribuído a um padre chamado Roberto Landell de Moura, considerado por muitos o “pai brasileiro do Rádio”⁷.

⁶Campos,2004. Segundo o autor, em 24 de dezembro de 1906, um engenheiro canadense, em Massachusetts, realizou uma emissão experimental transmitindo mensagens religiosas.

⁷Site da associação de rádio:<http://www.abert.org.br/web/index.php/quemsomos/historia-do-radio-no-brasil>. Acesso em 25 de fevereiro de 2015.

As décadas iniciais do século XX presenciaram a implantação e consolidação da mídia radiofônica. Estudiosos acreditam que no final da primeira guerra mundial a radiofonia já estava em amplo funcionamento no mundo todo⁸.

Em seus primeiros anos, o rádio era utilizado para transmitir músicas e recados diversos, fato que mudaria a partir de 1920 com o surgimento das rádios comerciais nos Estados Unidos.

2.1 OS EVANGÉLICOS NOS PRIMÓRDIOS DO RÁDIO NOS EUA E NA AMÉRICA LATINA

No ano de 1920, em Pittsburgh, Estados Unidos, entrou em funcionamento a emissora pioneira instalada por Frank Conrad, engenheiro da *Westinghouse*, uma empresa fabricante de equipamentos de radiodifusão. Em abril de 1920, Conrad solicitou licença para operar um transmissor experimental instalado na garagem de sua casa em East Pittsburg e começou a transmitir músicas e notícias de jornais, durante a noite. As transmissões improvisadas eram sintonizadas pelos vizinhos que possuíam pequenos receptores de galena. Os primeiros ouvintes já enviavam cartas ou telefonavam à emissora solicitando músicas, fato que demonstrava que havia público para o novo veículo.

O rádio se desenvolveu como atividade privada nos EUA, com uma programação voltada para o entretenimento, informação e publicidade. A *Westinghouse* pediu o registro definitivo da *KDKA*, que iniciou oficialmente suas transmissões em dois de novembro de 1920, com notícias sobre a disputa à presidência dos EUA, entre os candidatos Harding e Cox. Foi a transmissão que inaugurou a era da comunicação eletrônica simultânea, massiva e a distância, que abriu caminho para as telecomunicações e a informática. (Magnoni, 2001)

⁸Campos, 2004, Revista USP, São Paulo, n.61,p.152, março/maio 2004.

Desde o início da história do rádio comercial estadunidense, houve a presença dos evangélicos nas transmissões. A Calvary Episcopal Church foi a igreja pioneira na transmissão de atividades religiosas pelo rádio. A sua transmissão se deu pela KDKA, a primeira radiofusora comercial localizada na cidade de Pittsburgh. Um ano depois seria colocada no ar a primeira emissora de caráter religioso, fundada no ano de 1924, pela National Presbyterian Church de Washington. A missionária McPherson (fundadora da Igreja do Evangelho Quadrangular no Brasil) instalaria a sua própria emissora, a KSFG, que transmitia diretamente do seu templo em Los Angeles (CAMPOS, 2004).

A expansão religiosa radiofônica nos Estados Unidos foi tão acelerada, que no ano de 1925, das 600 emissoras em operação no país, 10% delas pertenciam ou estavam ligadas a movimentos religiosos⁹. Vale lembrar que o modelo de radiodifusão norte-americano é totalmente privado. A regulamentação é feita pela FCC (Comissão Federal de Comunicações, na sigla em inglês), órgão do governo constituído por comissões parlamentares. Há um amplo conjunto de normas para exibição de cenas “indecentes” e exigência de programas educativos para crianças. A FCC regulamenta o cumprimento de leis e outorga de concessões. No entanto, não influencia ou intervém no conteúdo das emissoras. Mercado e opinião pública, segundo o governo, regulam automaticamente o conteúdo.

Essa nova tendência de expansão e utilização do rádio pelas igrejas se estendeu de modo rápido para toda a América Latina. Localizada em Quito no Equador, a rádio Word Radio Missionary Fellowship no ano de 1931 apresentava o programa “Voz dos Andes”, que foi o pioneiro do gênero religioso no continente sul-americano. Segundo Campos, em 2004 essa emissora já havia alcançado mais de 100 países, em vários continentes. A Rádio Transmundial é outro destaque evangélico da radiodifusão da América Latina.

⁹Campos, 2004, Revista USP, São Paulo, n.61,p.152, março/maio 2004.

Fundada por um jovem missionário, essa emissora tem estações,

(...) em Monte Carlo, Bonaire, Chipre, Suazilândia, Srilanka, Guam. Transmite programas em português desde 1965 a partir da estação situada na Ilha Bonaire, nas Antilhas Holandesas, no mar do Caribe (...). Opera em Ondas Médias e Curtas, com seis milhões de Watts e possui programação em 100 idiomas (...). A sua penetração no interior do Brasil é muito grande, especialmente na Amazônia. (CAMPOS, 2004, p.152)

2.2 A PROGRAMAÇÃO RELIGIOSA E O RÁDIO NO BRASIL

No início da década de 1940, o Brasil conheceu a voz de Roberto Rabelo, que se tornaria marcante nos programas evangélicos de rádio. Rabelo era apresentador do programa A Voz da Profecia, da Igreja Adventista do Sétimo Dia. No final de 1943, o programa já era transmitido por 14 emissoras. No ano seguinte, 45 rádios situadas em cidades estratégicas do estado de São Paulo retransmitiam as pregações de Roberto Rabelo.

O pastor presbiteriano José Borges dos Santos é outro nome pioneiro da produção e transmissão evangélica no Brasil, com sua Meditação Matinal veiculada inicialmente pela Rádio Tupi e depois pela Rádio Bandeirante, desde a década de 1950 até o fim dos anos 70.

Embora as igrejas mencionadas tenham se destacado pelo seu pioneirismo na utilização do rádio no Brasil, foram os pentecostais que obtiveram maior sucesso com o uso da mídia radiofônica. A década de 1950 foi marcada por mudanças significativas no cenário religioso brasileiro, especialmente no pentecostalismo, com a chegada de missionários ligados ao movimento de “cura divina”.

Foi nesse clima que um dos promissores participantes dessas cruzadas, Manuel de Mello, iniciou o seu próprio programa, A Voz do Brasil para Cristo, pregando a realização de milagres por meio da interação espiritual entre o locutor e o ouvinte. Mello, à revelia da sua tradição de origem (Assembléia de Deus), fez do rádio a principal alavanca para a fundação da primeira igreja pentecostal, genuinamente brasileira, a Igreja Pentecostal “O Brasil para Cristo” (CAMPOS, 2007, p.154).

O “missionário” Manuel de Melo é uma das figuras mais destacadas no uso da radiofonia por evangélicos no Brasil. Seu trabalho inicial deu-se na Rádio Piratininga, e logo em seguida, nas Rádios América e Tupi. Jornais e revistas de grande circulação fizeram reportagens destacando o sucesso da figura midiática de Manuel de Melo, e dos programas de rádio que lhe garantiram reconhecimento e prestígio.

O “missionário” Davi Miranda, fundador da igreja pentecostal “Deus é Amor” (IPDA), é outro nome com destaque em programas radiofônicos com grande audiência, e com ênfase na “cura divina”. Miranda começou comprando emissoras praticamente falidas, que eram usadas para divulgar massivamente a igreja “Deus é Amor”. Em seguida, adquiriu a potente Rádio Universo de Curitiba, para poder transmitir seus programas para vários países do continente latino-americano (GOMES, 2011). Miranda construiu um luxuoso templo, e realizava a transmissão ao vivo de seus cultos, além de veicular programas religiosos durante toda a madrugada. Ainda hoje, a Igreja Pentecostal Deus é Amor veicula inúmeros programas nos mais variados canais de rádio, sem contar que é “concessionária” de diversas emissoras radiofônicas. Entre as vozes radiofônicas do “consagrado homem de Deus”, estão presbíteros, evangelistas, filhas, filho, genros e obreiros de Miranda, que realizam suas pregações por toda a América Latina. A “rede multinacional da fé” articulada por Davi Miranda produz e veicula centenas de horas diárias de programação radiofônica, que são transmitidas por cerca de mais de 20 emissoras de propriedade do grupo religioso, e também por outra centena de horários de programação comprada, em todo o Brasil e América Latina.

No ano de 1969, como foi registrado por Tarcis Prado na obra “O Ministério Radiofônico Evangélico no Brasil” pela Faculdade de Teologia da Igreja Metodista havia 64 programas radiofônicos na Grande São Paulo. Desses programas, 34,3% eram pentecostais; 9,3%, adventistas; 9,3%, presbiterianos; 12,5% batistas e 34,3%, de outras denominações não especificadas¹⁰. A partir da década de 70, surgiu uma nova derivação do pentecostalismo conhecida como neopentecostal, que formaram igrejas como a Universal do Reino de Deus, a Internacional da Graça, a Renascer em Cristo e a Mundial do Poder de Deus.

¹⁰Tarcis Prado, O Ministério Radiofônico Evangélico no Brasil Atual, São Bernardo do Campo, Faculdade de Teologia da Igreja Metodista, 1969(mimeografado).

Essas novas denominações têm, em comum, uma pregação pragmática e bastante mercadológica, que advoga pela “Teologia da Prosperidade” e todas têm presença agressiva no cenário midiático nacional. Além de investirem na aquisição de emissoras de rádio e de TV, elas dispõem de uma grade extensa de horários comprados em grandes redes comerciais de televisão. Diante do neopentecostalismo tão massivo, as igrejas brasileiras vinculadas ao protestantismo histórico não conseguem mais recrutar novos fiéis e tampouco gerar recursos suficientes para investirem em meios de comunicação de massa. Assim, os

[...] novos pentecostais, apoiados por ideologia voltada à prosperidade, levaram maior vantagem, criando formas eficientes de arrecadação de dinheiro. Foi assim que, com a implantação de uma rede capilar de templos locais ligados a uma sede “nacional” ou “mundial” possibilitou o surgimento de um caixa único, e os recursos captados num templo eram rapidamente drenados para um só local. Esse foi o segredo que lhes possibilitou acumular recursos à vista, que foram usados para a aquisição de emissoras de rádio e de televisão¹¹.

As religiões têm acompanhado o desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação e assegurado espaço nesses novos canais, dispositivos e formatos de mídia. Nos anos 1980, estimava-se que as emissoras religiosas representavam 10 por cento do total da radiodifusão brasileira. No final do século XX, havia uma emissora religiosa entre cada sete estações de outras categorias.

No entanto, para o índice ser mais preciso, haveria necessidade de incluir nesse cálculo, o tempo total de programação arrendado às diversas igrejas pelas emissoras comerciais, para veicular diariamente programas religiosos, principalmente evangélicos¹² (GOMES, 2011).

“O rádio também desempenhou um papel importante na formação de uma rede de sustentação mútua, um autêntico círculo vicioso envolvendo a mídia, o líder carismático e os milagres a ele atribuídos” (CAMPOS, 2007, pg.155).

¹¹Campos,2008.

¹²Ferraretto,2001 apud Fernandes;Candaten,2006.

A mídia radiofônica tem sido um dos principais meios utilizados no Brasil, para propagar a fabricação e a sustentação das lideranças carismáticas religiosas, cuja influência passa a interferir na organização moral e cultural da sociedade civil. Muitos deles disputam cargos de representação política nos poderes legislativos e executivos, e exercem seus mandatos com pautas que poderão ser consideradas, pelos setores mais avançados e democráticos da sociedade brasileira, como conservadoras e controversas.

O modelo de comunicação radiofônica consolidado pelas religiões seria transferido para a televisão, principalmente pelos neopentecostais, que graças às suas teologias de prosperidade conseguiram montar eficientes sistemas de arrecadação de dinheiro de seus fiéis, com a modernização da coleta de dízimos, das ofertas “espontâneas” e das campanhas midiáticas de contribuição para as igrejas.

2.3 RELIGIÃO E SUAS ORIGENS NA MÍDIA TELEVISIVA

No início de 1970, a TV Globo, cuja rede havia sido inaugurada com a transmissão do Jornal Nacional, em 1º de setembro de 1969, passou a ser sintonizada de modo simultâneo e nitidamente em todas as localidades brasileiras que dispunham de antenas receptoras. Magnoni (2011) observa que, “além de utilizar estações repetidoras de micro-ondas do governo federal, a rede de televisão de Roberto Marinho convenceu as prefeituras municipais a custearem com dinheiro público a instalação de antenas receptoras locais”. Naquela época, sintonizar o sinal de uma emissora nacional de televisão dava aos municípios rurais a ilusão de chegada da modernização e do progresso.

Moreira (2000) relata que “Boni percebeu a necessidade de atrair o público masculino para as novelas, por isso Daniel Filho surgiu com a idéia da novela-faroeste como Irmãos Coragem (Rede Globo, 1970-71)”. O autor observa que, ao contrário das outras emissoras da época, que eram especializadas em alguns tipos de programas, “a Globo atuou como um rolo compressor em todos os horários da grade. Ela tinha como objetivo conquistar a hegemonia em todos os gêneros” e conseguiu tornou-se uma emissora globalizada no sentido técnico e administrativo, duas décadas antes da globalização virar um fenômeno econômico e político mundial. Cabe observar, que a participação do Estado brasileiro na manutenção de

infra-estruturas para as redes comerciais de televisão, não cessou com a redemocratização do país, segundo Biondi e Charão (2007), um grande número de municipalidades ainda sustenta quase a metade (41%) da infraestrutura de retransmissão das redes abertas de televisão, como a Globo, Record, SBT, Bandeirantes e Rede TV! É uso indevido dos orçamentos das prefeituras, para subsidiar e ampliar a abrangência territorial, a consolidação da audiência e a ampliação do faturamento nacional das grandes redes privadas de televisão. (MAGNONI, 2011, p.40)

Depois da Segunda Guerra Mundial, houve nos EUA e Europa, uma constante evolução das tecnologias de transmissão, recepção e produção de programação de televisão, que desencadeou um movimento mundial de introdução da comunicação audiovisual por radiodifusão, que viria a substituir a grande tela do cinema pela pequena tela doméstica. Foram providenciais para a consolidação do novo veículo a invenção do videoteipe, a tevê em cores, os satélites de transmissão e a informática.

Nos Estados Unidos, com seu grande mercado interno enriquecido pela grande indústria montada para abastecer os Aliados durante a longa guerra, a TV se tornou o carro-chefe da comunicação comercial. Para Magnoni (2011), “a proliferação mundial das estações de televisão, a partir de 1950, não ocorreu desvinculada do modelo de capitalismo que predominou no período posterior à Segunda Guerra Mundial, conduzido principalmente pelos EUA”.

É pertinente ressaltar que a fase pioneira da televisão brasileira começou antes que os ciclos de urbanização populacional e de industrialização estivessem concluídos, e em uma época de grandes embates nacionais, políticos, econômicos e sociais. O novo veículo nasceu inteiramente dependente da importação de tecnologia estrangeira, que era muitíssimo cara. Desde sua fase inicial a televisão despontou como uma atividade privada, que exigia investimentos vultosos e só conseguia se sustentar em áreas urbanas industrializadas e densamente povoadas, como São Paulo, Rio de Janeiro e outras grandes regiões metropolitanas do país. Ao contrário do rádio, que sobreviveu como veículo sem fins lucrativos e com objetivos culturais e educativos por quase toda a década de 1920. (MAGNONI, 2011, p.21)

A população brasileira naquele período não ultrapassava os 50 milhões de habitantes, e a maior parte vivia no campo. As camadas médias urbanas que formavam o público potencial para a TV ainda representavam um mercado reduzido para sustentar com publicidade um veículo de comunicação tão caro. Os primeiros 20 anos da televisão no Brasil se limitaram à proliferação de emissoras comerciais

voltadas para o lazer e o espetáculo. Os anos 1950 e 1960 representaram o período de consolidação técnica, profissional e publicitária de um meio caro e ainda de difícil produção. Para Magnoni (2011), “a ditadura militar deu às condições técnicas e políticas para que a televisão comercial brasileira fosse organizada como rede nacional nos anos 70, um projeto inspirado na radiodifusão de Getúlio Vargas”. Os generais elegeram a televisão como meio de comunicação oficial e as redes de televisão reproduziram e ampliaram o papel econômico e ideológico que o rádio comercial havia desempenhado nas décadas de 1930, 40 e 50.

2.3.1 A origem dos evangélicos na televisão do Brasil

Foi a partir de 1978 que a mídia televisiva brasileira deu início à venda de horários nas grades de programação aos grupos de “evangelistas” dos EUA. O pioneiro foi Rex Humbard, que permaneceu no ar até o ano de 1984, tendo começado sua carreira na Tupi, mas com o fechamento da TV outros canais começaram a transmitir seus programas. Nesse mesmo período, foi apresentado na TV Tupi durante algum tempo o Clube 700, de Pat Robertson. No entanto, quem permaneceu por mais tempo no ar e conseguiu mais sucesso no Brasil, foi Jimmy Swaggart, que contou com apoio da Assembléia de Deus Brasileira (CAMPOS, 2007, p.159). O que percebemos é que as religiões esbarraram no alto custo de cada minuto de exibição na TV brasileira, que era e continua altíssimo. Nos anos 60, foram pouquíssimos os programas que conseguiram permanecer bastante tempo no ar.

No Rio de Janeiro do início dos anos 80, o pastor batista Nilson do Amaral Fanini apresentava um programa chamado Reencontro, que conseguiu ser retransmitido por 88 emissoras. O pregador costumava encher estádios e conseguiu levar em 82, ao Maracanã, mais de 120 mil pessoas. Campos (2007) conta que “por ter pedido votos para o partido da ditadura, Fanini foi agraciado, em 1983, com a concessão do Canal 13 do Rio de Janeiro, por 15 anos.”

Fanini parecia ser o grande nome religioso na mídia televisiva brasileira, assim como fora Pat Robertson nos Estados Unidos. No entanto, o seu projeto ambicioso não decolou. Alguns anos depois, pressionado por altíssimas dívidas, o pastor midiático vendeu por um “contrato de gaveta”, a sua participação majoritária na empresa Radiodifusão Ebenéser Ltda, situação que se tornaria definitiva em 1997. O comprador foi Edir Macedo, o “bispo-proprietário” da Igreja Universal do Reino de Deus. (CAMPOS, 2007, p.159)

Foi o início da massiva quantidade de programas religiosos na televisão brasileira, com disputas fratricidas por territórios e fiéis, disputas entre domínios religiosos, espaços cada vez maiores nas grades de programação. Assim, também começaria a era da compra de canais de televisão e de rádio pelas igrejas, ao ponto de algumas transmitirem com quase 100 por cento da programação preenchida com conteúdo religioso.

3 AS RÁDIOS COMUNITÁRIAS NO BRASIL

A partir da década de 1990, a história da mídia radiofônica iniciou um novo capítulo da luta pela democratização da radiodifusão brasileira. Como resultado de longas lutas e da pressão social vinda de todas as classes, operários, trabalhadores rurais, estudantes, organizações femininas, foi aprovada a regulação das rádios comunitárias do país (GOMES, 2011).

A legalização do funcionamento das rádios comunitárias garantiu, de modo efetivo, maior acesso popular à mídia radiofônica. Esse modelo de rádio é definido no art.1º, da Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, como uma radiodifusão sonora, em frequência modulada (FM), que deve operar em baixa potência e com cobertura restrita. As rádios comunitárias deveriam ser concedidas para fundações e associações comunitárias que não tenham fins lucrativos e que estejam localizadas na comunidade à qual prestarão o serviço. As emissoras são em FM, com potência de 25 watts e alcance de cerca de um quilômetro.

“Estar aberta à participação ativa dos cidadãos e suas entidades representativas; as pessoas da própria comunidade se revezam enquanto produtoras e receptoras dos produtos comunicacionais; desenvolvimento do processo de interatividade na comunicação; autogerida pelas entidades representativas da própria comunidade; autonomia e livre de ingerências em relação aos órgãos do governo, grande mídia, partidos políticos e seus afiliados etc.; não tem interesses comerciais; oferece possibilidades ilimitadas de inovação de linguagens e formatos de programas; programação sintonizada com a realidade local; temas de interesse local; dirigida a segmentos específicos da população; alcance limitado em termos de cobertura, audiência ou número de leitores; as ações se desenvolvem em torno de interesses comuns; envolve um processo de aprendizado no exercício da democracia e da cidadania” (PERUZZO, 1998, p.152).

Segundo Peruzzo, as principais características de uma rádio comunitária são: não ter fins lucrativos; ser produto da comunidade; favorecer uma programação interativa com a participação direta da população ao microfone, que pode até produzir e transmitir seus próprios programas, através de suas entidades e associações; valorização e incentivo à produção e transmissão das manifestações culturais locais; ter compromisso com a educação para a cidadania no conjunto da programação e não apenas em algum programa específico; democratizar o poder de comunicar possibilitando o treinamento de pessoas da própria comunidade para que adquiram conhecimentos e noções técnicas de como falar no rádio, produzir programas etc.

Uma rádio comunitária não pode ter fins lucrativos nem vínculos de qualquer tipo, tais como partidos políticos ou instituições religiosas, questão que abordaremos neste trabalho.

3.1 A BUSCA PELA AUTORIZAÇÃO

Conseguir um processo de outorga de uma rádio comunitária não é simples. A requerente deve ser uma associação comunitária sem fins lucrativos, legalmente constituída e registrada, com sede na comunidade em que pretende prestar o serviço e os seus dirigentes devem ser brasileiros natos ou naturalizados, maiores de idade e residentes na comunidade¹³.

O processo de concessão das rádios comunitárias geralmente é lento na fase de apreciação dos requerimentos e tem uma série de etapas de documentações a serem cumpridas. Após a autorização de funcionamento, a emissora tem um período de 10 anos para a execução do serviço, podendo ser esse prazo renovado, caso a mesma atenda todos os requisitos. Se houver infrações ao regulamento da rádio comunitária, as penas variam desde uma simples advertência até a perda da outorga. Mas devido à falta de fiscalização, muitas continuam, mesmo operando fora das normas contratuais, trabalhando normalmente (GOMES, 2011).

¹³Informação disponível em: <http://www.mc.gov.br/o-ministerio/170-sem-categoria/22023-radio-comunitaria>. Acesso em: 01 de março de 2015.

3.2 FINALIDADE SOCIAL

Uma rádio comunitária deve atender a comunidade em seu alcance no quesito social, ao garantir espaço ativo aos cidadãos e não fugir do seu propósito legal, ou seja, ao não servir a interesses de segmentos particulares da sociedade, ou de indivíduos que a utilize como fonte de renda.

As diretrizes que orientam a finalidade social das rádios comunitárias, conforme o art.3º da lei 9.612/98, define que:

Artigo. 3º

A Rádio Comunitária tem por finalidade o atendimento de determinada comunidade, com vistas a:

I - dar oportunidade à difusão de idéias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade;

II - oferecer mecanismos à formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social;

III - prestar serviços de utilidade pública, integrando-se aos serviços de defesa civil, sempre que necessário;

IV - contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas, de conformidade com a legislação profissional vigente;

V - permitir a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão, da forma mais acessível possível.

O uso social das rádios comunitárias pode ser refletido em sua programação, que deve priorizar a diversidade de idéias e segmentos da comunidade. De acordo com o Ministério das Comunicações, “deve conter informação, lazer, manifestações culturais, artísticas, folclóricas e tudo aquilo que possa contribuir para o desenvolvimento da comunidade, sem discriminação de raça, religião, sexo, convicções político-partidárias e condições sociais¹⁴. Essa questão é um diferencial das rádios comunitárias em relação às grandes mídias de comunicação, que mantém uma atuação fundamental baseada nos interesses políticos das instituições hegemônicas.

¹⁴Informação disponível em: <http://www.mc.gov.br/o-ministerio/170-sem-categoria/22023-radio-comunitaria>. Acesso em 01 de março de 2015.

3.3 O USO PELAS INSTITUIÇÕES RELIGIOSAS

A verdadeira função das rádios comunitárias e o seu real caráter social nem sempre têm sido observados por entidades que conseguem a autorização para funcionamento. Não são poucas as distorções que podem ser percebidas no uso dessas emissoras, e as que se destacam são as de caráter religioso.

Em uma pesquisa sobre as rádios comunitárias outorgadas entre 1999 e 2004, feita por Venício A. de Lima e Cristiano Aguiar Lopes, os pesquisadores buscaram dados sobre os vínculos políticos e/ou religiosos dessas rádios e observaram que, de um total de 2205 emissoras, 120 mantinham vínculos religiosos, o que representava 5,4%. Dessas 120 rádios mencionadas, 83(69,2%) estavam ligadas à Igreja católica, 33(27,5%) a igrejas protestantes, 2 (1,66%) a ambas, 1 à doutrina espírita(0,8) e 1(0,8) ao umbandismo¹⁵.

Muitos grupos evangélicos têm mostrado interesse na possibilidade de aquisição de autorizações para rádios comunitárias. Essas instituições utilizam-se dos mais variados subterfúgios para assegurarem seu espaço nesse tipo de mídia. A discussão sobre a legalidade de programas religiosos nas emissoras comunitárias, tem se tornado assunto cada vez mais relevante; o fato já tem se estendido ao cenário político. Em 2006, foi apresentado o projeto de lei 7046/06, que permite às rádios comunitárias veicularem programas religiosos. De acordo com o então deputado na época Lincoln Portela, para evitar que as rádios sejam usadas como “instrumento de apologia de determinadas religiões”, o projeto estabelece que sejam abertos nas emissoras, obrigatoriamente, espaços iguais para representantes de diferentes crenças em sua programação, medida que garantiria a pluralidade de opiniões e o cumprimento do princípio da não discriminação religiosa¹⁶.

Observa-se hoje, no Brasil, que instituições religiosas se aproximam de grupos políticos buscando privilégios e autorizações de concessões, e muitas acabam alcançando seus objetivos. O problema é que ao tomarem posse de emissoras comunitárias, as igrejas muitas vezes optam pelo monopólio da programação e destinam todos os serviços da rádio exclusivamente ao seu grupo religioso. Assim, a

¹⁵Lima;Lopes,2007apud Volpato,2010.

¹⁶Informação disponível em :<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/COMUNICACAO/92844-PROJETO-PERMITE-PROGRAMA-RELIGIOSO-EM-RADIO-COMUNITARIA.html>. Acesso em 03 de março de 2015.

concessão de rádio comunitária perde a sua finalidade social. As igrejas passam a ver o veículo de comunicação como propriedade exclusiva e preenchem a programação com 24 horas de cultos.

Para agravar o cenário, muitas rádios funcionam no interior de igrejas (GOMES, 2011). Fernandes e Candaten observam que:

Igrejas, tanto quanto os partidos políticos, têm seus interesses políticos ainda que estes não sejam de natureza partidária. Cada qual quer conquistar seu espaço no contexto social e arrebanhar novos fiéis é questão estratégica, pois isto envolve questões de representatividade social, econômica e política, ou seja, fatores que dão força para a sustentação e sobrevivência de uma igreja como qualquer outra instituição que busque atuação coletiva (FERNANDES&CANDATEN, 2006).

Na disputa das igrejas pelos fiéis, elas utilizam todos os recursos possíveis, até mesmo a aquisição de emissoras, que possibilitem a veiculação das mensagens evangélicas em tempo integral.

Muitas delas, como as emissoras comerciais, têm um dono e vendem os programas, mas o conteúdo aí expresso é fundamentalmente de proselitismo religioso evangélico. Eventualmente desenvolvem ações de cunho assistencialista, sem que isso seja sua principal preocupação. A participação dos ouvintes se dá essencialmente quando as rádios promovem a distribuição de brindes. As igrejas evangélicas têm estratégia definida em relação ao uso das rádios comunitárias, e faz parte dos cursos de formação de pastor às orientações básicas para criar uma emissora, como forma de obter recursos para construção das igrejas (FUSER, 2002, p.640).

Uma rádio comunitária não pode fazer propaganda religiosa ou ter uma religião oficial. No caso de abrir debates sobre religiosidade, deve garantir espaço à participação de todas as representações religiosas e não o proselitismo religioso de alguma vertente. Muitos líderes religiosos hoje buscam se filiar a em partidos políticos e participam de eleições em diversos cargos diferenciados. O problema de uma rádio comunitária ser usada por alguma determinada religião, é que se esse líder da igreja estiver lançando uma candidatura, ele irá aproveitar o espaço na rádio comunitária para reforçar sua ideologia política e fazer até mesmo a sua propaganda. Esse tipo de acontecimento fere os princípios estabelecidos pela Lei 9.612, de 1998, pela qual não deve haver discriminação de raça, religião, sexo, preferências sexuais, convicções político-ideológico-partidárias e de condição social nas relações comunitárias.

Fatos assim contradizem a lei que outorga o exercício das rádios comunitárias, pois é vedado o pertencimento da emissora a um político ou a uma determinada religião. Sem fiscalização das leis que norteiam esse tipo de mídia, o risco de monopolização de uma determinada ideologia, informação ou crença é enorme (GOMES, 2011).

4 A QUESTÃO DAS EDUCATIVAS

As emissoras de TV educativas tiveram seu surgimento na década de 60 no Brasil com uma programação restrita à divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências e debates. Na época, os 15 milhões de jovens e adultos sem escolarização no país eram o seu público alvo.

Em 1967, a TV Universitária de Pernambuco foi a primeira emissora educativa brasileira a entrar no ar. Ainda naquele ano, o Decreto-Lei 236 complementaria o Código Brasileiro de Comunicações de 1962, proibindo a veiculação de publicidade e qualquer utilização comercial desses canais. Já no ano de 1989, o Sistema Nacional de Televisão Educativa contava com 15 emissoras (INTERVOZES, 2007).

Dados da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática da Câmara dos Deputados (CCTCI) trazem números reveladores mostrando que há um percentual muito maior de concessões educativas, sem licitação, do que outorgas comerciais. Em matéria publicada pela Folha de S. Paulo em 2006, para se ter um exemplo, o governo Lula reproduziu uma prática dos que o antecederam e distribuiu, pelo menos, sete concessões de TV e 27 rádios educativas a fundações ligadas a políticos. Também foi generoso com igrejas: destinou pelo menos uma emissora de TV e dez rádios educativas a fundações ligadas a organizações religiosas¹⁷.

Entre políticos contemplados estavam os senadores Magno Malta e Leonel Pavan. A lista inclui ainda os deputados federais João Caldas, Wladimir Costa e Silas Câmara, além de deputados estaduais, ex-deputados, prefeitos e ex-prefeitos. Em três anos e meio de governo, Lula aprovou 110 emissoras educativas, sendo 29 televisões e 81 rádios.

Na mesma matéria, é citado Fernando Henrique Cardoso, que autorizou 239 rádios FM e 118 TVs educativas em oito anos. No final de seu segundo mandato, a **Folha**, em levantamento semelhante, comprovou que pelo menos 13 fundações ligadas a deputados federais receberam TVs, desmentindo a promessa que FHC havia feito, de que colocaria um ponto final no uso político das concessões de radiodifusão.

¹⁷ Informação disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/folha-denuncia-distribuiacao-de-emissoras-a-politicos> . Acesso em 12 de março de 2015.

Assim como os outros tipos de meios de comunicação, as emissoras educativas sofrem também com a falta de fiscalização. A lei atual estabelece que a radiodifusão educativa destina-se exclusivamente à divulgação de programação de caráter educativo-cultural e não tem finalidades lucrativas. No entanto, existem hoje no país mais de 200 outorgas que foram concedidas à emissoras educativas que, sem fiscalização, funcionam como bem entendem (INTERVOZES, 2007).

Um exemplo de instituição religiosa no controle de rádios educativas é o caso da emissora Gospel FM em São Paulo, ligada à igreja Renascer, de propriedade da “bispa” Sônia Rodrigues e do “apóstolo” Estevam Hernandes, cuja programação é baseada em cultos, pregações e programas com a clara intenção de arrecadar fundos financeiros para a igreja.

As outorgas concedidas aos fundadores da igreja Renascer não são exceções na radiodifusão brasileira. A concessão de canais educativos às diversas denominações evangélicas e também aos vários grupos ligados à igreja Católica foi comum a todos os governos. Assim como acontece com as outorgas concedidas a políticos em geral, especialmente de retransmissoras. Na prática, a legislação está sendo burlada quando se considera, de maneira irrestrita, que entidades religiosas, que em geral destinam os canais a proselitismo, possam ser consideradas atividades educativas ou culturais. É isso o que determina a Constituição como prioridade para a atividade de radiodifusão. E é mais uma evidência da falta de fiscalização e cuidado com as outorgas de radiodifusão no Brasil.

5 UM NOVO PANORAMA: RELIGIOSOS DISPUTAM O DOMÍNIO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

A invasão midiática das igrejas, seja na televisão ou no rádio, tem tomado um rumo desenfreado nos últimos anos. A cada dia, nos deparamos, em nosso país, com um número maior de programações de caráter religioso nos mais diferentes canais e emissoras adquiridas por igrejas. A questão se torna ainda mais complexa, quando lembramos que a Constituição de 1988 define o Estado brasileiro como laico.

Art. 19. É vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios:
I - estabelecer cultos religiosos ou igrejas subvencioná-los, embaraçar-lhes o funcionamento ou manter com eles ou seus representantes relações de dependência ou aliança, ressalvada, na forma da lei, a colaboração de interesse público; (ART.19 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988).

Isso nos leva a entender que sendo as concessões de radiodifusão públicas, outorgadas pelo Estado, tais concessões não poderiam ser utilizadas para o proselitismo religioso, como vemos incessantemente. A ocupação dos canais de comunicação pelas religiões é algo totalmente desigual e indiscriminado. Algumas religiões, com enorme maioria para evangélicos e católicos, possuem seus próprios canais ou compram horários na grade de programação de outros canais. Essa “ocupação” se dá pelo poder econômico, o qual permite essa compra massiva de espaço nos veículos de comunicação, e também pela influência política de algumas religiões, as quais com pressão sobre o Estado, conseguem a liberação de outorgas. Devido a esses fatores, conseqüentemente religiões desprovidas de poderes econômicos ou políticos não conseguem ocupar o espaço televisivo. Grupos de matrizes africanas, por exemplo, dificilmente conseguem espaço nas telas.

A programação religiosa no Brasil é diversa, existem programas de debates, transmissões de cultos e missas, há religiões que ocupam a televisão para seduzir os telespectadores crédulos de forma a arrecadar dinheiro por meio de depósitos, transações bancárias e por contato telefônico. Observamos determinados conteúdos, como cultos que discriminam outras religiões, ou orientações não

heterossexuais e exposição de pessoas sem seu conhecimento ou autorização. De acordo com a portaria nº 112 de 22 abril de 2013 há restrições sobre os veículos de comunicação que transmitem programas que exponham indivíduos ou grupos à discriminação, baseada em preconceitos de origem, como, raça, sexo, cor ou religião. No entanto apesar de existir tais regras, as mesmas não são cumpridas e suas sanções que estabelecem multas, cassações, suspensão ou revogação da autorização no caso de reincidência, também não são estabelecidas.

5.1 O CRESCIMENTO DOS NEOPENTECOSTAIS COM OS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO

Em seus primeiros anos de inserções religiosas na televisão, os evangélicos tiveram que investir em horários considerados decadentes por aqueles que disputam acirradas audiências ou nas madrugadas, quando o preço de cada minuto era leiloado entre os que podiam bancar mais. Muitos empresários de veículos de comunicação tinham desinteresse em abrir parte de sua grade para programas religiosos. Durante muitos anos no Brasil, a programação religiosa se limitava a uma pequena apresentação nas manhãs de domingo nas emissoras da Rede Globo e na TV Educativa de São Paulo (CAMPOS, 2007).

Tal quadro fez com que vários grupos evangélicos buscassem a aquisição de seus próprios meios de comunicação. Campos analisa esse fato pela seguinte temática:

Dessa forma, eles passaram de compradores a vendedores de tempo, acrescentando ainda mais, a vantagem de não precisarem submeter aos preços e caprichos dos que lhes ofereciam espaço na mídia. R.R. Soares foi bem objetivo em uma entrevista afirmando que os proprietários de emissora de televisão alugavam um horário para um pastor apenas temporariamente. Bastava haver uma melhora na situação financeira para chutarem o traseiro do pastor. A saída para ele não é a de se acomodar com o horário nobre que ocupa na Rede Bandeirantes, mas dar continuidade à montagem de seu próprio canal (CAMPOS, 2007, p.160)

Alguns facilitadores contribuíram para o estreitamento da relação entre evangélicos e mídia nos últimos 50 anos. Observa-se o fato de que em 20 anos, a

televisão se tornou o maior veículo de comunicação de massa do país; a TV brasileira nasceu aberta ao mercado e a um fator importante: devido ao aumento expressivo de evangélicos entre a população brasileira, surgiu uma mídia especializada voltada então para esse grupo. O final do regime militar também gerou uma abertura cultural religiosa no país, abrindo assim espaço para a entrada dos diversos grupos de evangélicos (SANTANA, 2005).

Com a aquisição de suas próprias estações de rádio e TV, os neopentecostais alcançaram um melhor nível de qualidade em suas programações, saíram de uma fase artesanal e experimental, para uma atuação mais profissional na produção de seus conteúdos e na transmissão de seus eventos religiosos (CAMPOS, 2007). Para isso se tornar realidade, os líderes religiosos buscaram construir enormes igrejas, renovadas e sofisticadas, literalmente palácios religiosos, com os quais aumentaram o seu domínio sobre os membros, aumentando assim, as suas captações financeiras e os recursos de suas organizações. Para tanto, foi fundamental a visibilidade obtida nos mais variados canais de televisão, como também a conquista de suas próprias concessões.

5.1.1 Igreja Universal do Reino de Deus

Fundada por Edir Macedo, Romildo Ribeiro Soares e Roberto Augusto Lopes em 1977, a igreja Universal é considerada como o maior sucesso “empresarial-religioso” do terceiro mundo, com filiais em dezenas de países do Hemisfério Norte. Diferentemente do que muitos pensam, o negócio empreendido pela IURD no campo de comunicação social não se limitou apenas à compra da TV Record em 1989, adquirida por 45 milhões de dólares e modernizada em março de 1995. Acrescenta-se ainda a compra da sede e equipamentos da TV Jovem Pan, pelo preço de 15 milhões de dólares.

A Record é composta por mais de cem emissoras de TV no país. A Rádio Record de São Paulo, por sua vez, passou a comandar um pool de outras 30 emissoras de rádio. A Rede Aleluia também pertence a IURD, e possui 68¹⁷ emissoras próprias e também aluga diversas emissoras em lugares em que não

¹⁷ Informação disponível em: <http://www.redealeluia.com.br/emissoras-2/> .Acessado em 01de março de 2015.

possui veículos próprios. Esse vasto império inclui mais de quatro mil templos espalhados nas grandes e médias cidades brasileiras, emissoras de rádio e televisão no exterior, o jornal Folha Universal com tiragem semanal superior a um milhão e meio de exemplares, sem contar com um moderno parque gráfico, um pequeno banco, uma empresa de turismo e até mesmo uma fábrica de móveis e equipamentos para os templos.

Voltada para uma idéia de constante prosperidade, a IURD passa essa ideologia aos seus fiéis, seja por meio de programas televisivos, radiofônicos, na internet e nos jornais.

5.1.2 Igreja Apostólica Renascer em Cristo

Fundada em São Paulo, no ano de 1986¹⁸, atende hoje mais de 50 mil pessoas que semanalmente passam por suas filiais, de acordo com o site institucional de sua igreja. Tem como líderes o casal de pastores Estevan Hernandes Filho, que se autodenomina de “Apóstolo”, e de Sônia Hernandes, conhecida como “Bispa”. Todas as suas estratégias são montadas sobre a moderna teoria de marketing. Diferente de outras denominações, a IARC não esconde sua estratégia e opção mercadológica¹⁹. Seu público-alvo é a juventude, e seu principal produto é a música gospel. A IARC opera várias emissoras de rádio em São Paulo e um canal de televisão, a Rede Gospel. Juntando as emissoras de rádio e o canal de televisão, a Renascer alcança com seus sinais mais de 186 milhões de brasileiros²⁰.

5.1.3 Igreja Internacional da Graça de Deus

Fundada em 1980 por um ex-sócio da Igreja Universal e cunhado de Macedo, Romildo Soares organiza seu próprio negócio – a igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD). R. Soares mantém controle sobre 900 templos no Brasil e apenas

¹⁸ Informação disponível em: http://renasceremcristo.com.br/renascer/#.VRhi8vnF_fl . Acesso em 12 de março de 2015.

¹⁹ Campos, 2007.

²⁰ Informação disponível em: <http://www.redegospel.tv.br/site/redegospel/> . Acesso em 12 de março de 2015.

alguns poucos no exterior (CAMPOS,2007). Seus programas diários já foram apresentados em horários considerados mortos em termos de audiência (TV Gazeta, das 6h às 8h e TV Bandeirantes, das 5h30 às 7h. Nos dias atuais, R.Souares ocupa o horário nobre da rede Bandeirantes, todas as noites, e conta também com uma concessão de televisão, a RIT(Rede Internacional de Televisão). O conteúdo de sua programação é voltado para todas as idades e todas as religiões e credos. Seus programas variam, há os infantis, os jornalísticos, os musicais, entre outros estilos, todas essas informações de acordo com o site institucional da própria denominação.

A emissora vai ao ar todos os dias levando programas de debates, utilidade pública, jogos, brincadeiras, e formatos jornalísticos, podendo ser sintonizada no Brasil por meio de antenas parabólicas, cujo número chega a onze milhões²¹.

No Brasil, a RIT conta com oito emissoras, mais de 170 retransmissoras e mais de 120 milhões de telespectadores em todos os estados brasileiros. Alcança o país através de sistemas de UHF e VHF (canal aberto), cabo e satélite, com uma programação de 24 horas por dia e transmitida internacionalmente²².

5.1.4 Igreja Mundial do Poder de Deus

A Igreja Mundial do Poder de Deus (IMPD) lidera a lista de igrejas neopentecostais que mais crescem no Brasil. Fundada pelo “apóstolo” Valdemiro Santiago em 1998, em Sorocaba, interior de São Paulo, a sede recebeu o nome de “Grande Templo dos Milagres”. Dando ênfase exagerada à cura e milagres, a IMPD possui mais de 4000 templos no Brasil e no exterior, segundo informações do *site* da igreja²³. A prosperidade financeira associada à venda de amuletos ungidos em troca de bênçãos e prosperidade, outra dinâmica comercial dessa vertente.

Em 2010, elegeu dois deputados federais, José Olímpio (PP-SP) e Francisco Floriano (PR-RJ), e um estadual, Rodrigo Moraes (PSC-SP). Em 2014, José Olímpio

²¹ Informação disponível em: <http://www.redegospel.tv.br/site/redegospel> . Acesso em 12 de março de 2015.

²² Informação disponível em: http://www.ongrace.com/portal/?page_id=7. Acesso em 12 de março de 2015.

²³ Informação disponível em: <http://www.impd.org.br/portal/index.php?link=institucional>. Acesso em 12 de março de 2015.

conseguiu mais de 154 mil votos, o que lhe garantiu a reeleição. Também o “apóstolo” Francisco Floriano foi reeleito deputado federal com mais de 47 mil votos. Elegeu Milton Rangel (PSD-RJ) para deputado estadual a partir de 2015, com 28 mil votos. A sua programação televisiva se dá por meio do canal Ideal, pertencente ao grupo Abril, que alugou praticamente toda a programação da emissora. Ainda não possui concessões.

5.1.5 Igreja Apostólica Plenitude do Trono de Deus

Considerada uma igreja neopentecostal, a Igreja Apostólica Plenitude do Trono de Deus é a mais nova do grupo das que ocupam grandes horários seja na televisão ou na mídia radiofônica. Fundada em 2006²⁴ pelo “bispo” Agenor Duque e por Ingrid Duque, teve um crescimento expressivo nesses nove anos de existência.

Veicula grande parte da programação da grade da emissora Musical FM e, recentemente, no canal Mix TV, do qual adquiriu por aluguel, 22 horas diárias de sua grade horária. Antes, tinha 12 horas.

²⁴ Informação disponível em: <http://www.iaptd.com.br/> . Acesso em 12 de março de 2015.

6 PREFERÊNCIAS DE GRUPOS RELIGIOSOS PELA MÍDIA RADIOFÔNICA

Apesar de inúmeras mudanças tecnológicas que deram origem aos novos meios e aos novos hábitos sociais de comunicação, o rádio continua tendo enorme importância na vida da sociedade brasileira. O rádio tem o maior alcance de público, seja pelo tipo de linguagem utilizada, pelo seu poder de mobilização, pela capacidade de divulgação instantânea de informações. É um veículo com vantagens consideráveis. A possibilidade de direcionar o público-alvo é mais fácil no rádio do que na televisão. De um modo geral, a televisão busca um público sempre mais quantitativo, o que acaba resultando numa padronização da programação (SANTANA, 2005).

O rádio continua a ser um meio de comunicação popular, com uma linguagem diferenciada, por ser direta, intimista e inclusiva. As pessoas ouvem rádio em quase todos os lugares e em inúmeras situações cotidianas, como em escritórios, consultórios, em casa, caminhando pelas ruas, no comércio e no trânsito. O rádio tem alcance e audiência maior e mais diversificada que a televisão.

Com o surgimento da TV, o rádio soube se reinventar e dispõe de uma imensa quantidade (quase dez mil emissoras legalizadas²⁵, sem contar outras tantas comunitárias que funcionam sem autorização) de emissoras de diversas categorias: em redes nacionais, emissoras locais, regionais e comunitárias, muitas oferecem programação variada, segmentada e especializada. Devido ao seu baixo custo de operação e de produção, a facilidade técnica e a disponibilidade maior de horários, o rádio tem atraído uma enorme quantidade de religiosos que buscam espaço em suas programações e até mesmo a compra de empresas radiofônicas.

Há quase 72 anos, foi ao ar o primeiro programa de rádio brasileiro de cunho religioso, A Voz da Profecia. No dia 23 de setembro de 1943, 17 emissoras de rádio do país se uniram à Igreja Adventista do Sétimo Dia para o fato histórico da primeira transmissão. Depois daquela data, igrejas de todas as denominações passaram a utilizar o rádio como uma extensão de seus altares. Por meio dos microfones das emissoras das capitais e do interior do país, padres e pastores veiculam uma programação que mistura pregação, música religiosa, debates polêmicos, leituras bíblicas em uma profusão de gêneros, todos com intenção de atrair e de manter os fiéis

²⁵Informação disponível em: <http://www.mc.gov.br/dados-do-setora>. Acesso em 13 de março de 2015.

em frequências próprias ou alugadas.

Segundo dados do Ibope, o rádio alcança, no Brasil, 90% das pessoas²⁶, uma massa expressiva de quase 200 milhões de ouvintes. De forma geral, a audiência do meio mantém-se constante durante todos os dias da semana, em todas as principais praças do país, e apresenta um leve declínio aos sábados e domingos. Acrescenta-se ainda que 86% dos ouvintes escutam rádio, no mínimo três dias por semana.

Por outro lado, dados do último Censo Demográfico de 2010 mostram o crescimento da diversidade dos grupos religiosos presentes no Brasil. Os católicos continuam com tendência de redução igual a das últimas décadas, e ainda são a grande maioria; consolida-se o crescimento da população evangélica, que passou de 15,4% em 2000 para 22,2% em 2010. Há previsão, para 2015, de mais de 25 por cento de evangélicos; houve nesse período estudado, um aumento total de espíritas, também de pessoas que se declararam sem religião, e dos ligados às outras religiosidades²⁷.

Durante os anos 80, estimou-se que as emissoras religiosas representavam 10 por cento do total de estações. Já no ano de 1997, chegavam a uma em cada sete (GOMES, 2011). A este índice ainda deve-se acrescentar as emissoras que alugam horários para programas religiosos, principalmente evangélicos, o que são inúmeros.

No quesito sobre a inserção da igreja católica na rádio, Vieira (2013) avalia que, mais de 200 rádios estejam nas mãos de grupos católicos no Brasil, entre as diversas faixas de ondas comerciais e educativas. A Igreja Católica tem longa tradição em transmissões radiofônicas. Por exemplo, a Rádio Vaticano, emissora oficial dos católicos, foi criada pelo papa Pio XI e inaugurada em 12 de fevereiro de 1931. Nos dias atuais, a transmissão se dá em 45 idiomas, a rádio católica mantém um *site* em português e sua programação é replicada para dezenas de rádios de todo o mundo.

Nos anos 90 aconteceu uma acirrada disputa entre as igrejas cristãs, principalmente as evangélicas neopentecostais e a católica, pelas concessões de canais de emissoras de rádio e televisão. Nos dias atuais a disputa por fiéis cresce continuamente e as igrejas não medem esforços para conseguirem seus objetivos. A

²⁶ Informação disponível em: <http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/23522-90-da-populacao-brasileira-tem-acesso-ao-radio-aponta-pesquisa-ibope-media>. Acesso em 13 de março de 2015.

²⁷ Dados divulgados em:

<http://censo2010.ibge.gov.br/noticias-censo?view=noticia&id=1&idnoticia=2170&busca&t=censo-2010-numero-catolicos-cai-aumenta-evangelicos-espíritas-sem-religiao>. Acesso em 16 de março de 2015.

exploração da emoção e histórias de vida caracteriza o rádio religioso (MARCELO, 2007). A evangelização consiste na apropriação dos meios de comunicação- massivos ou não – e de seus potenciais.

Nas rádios FM o modelo é o mesmo das FMs seculares: programação musical na maior parte da grade, entrevistas, debates, jornalismo (menor parte da grade), quiz e distribuição de brindes para os ouvintes. Tanto na TV quanto no rádio, o conteúdo troca o eixo salvação-milagres-coleta de fundo pela ênfase na pregação da prosperidade econômico-financeira como bênção de Deus e a da guerra espiritual e oferece também respostas religiosas para questões atuais como depressão, estresse, drogas, crises familiares (CUNHA, 2002, p.7).

No Brasil não existe um órgão, entidade, ou portal que centralize informações sobre a radiofonia e a igreja. Para mostrar uma tabela sobre as emissoras ligadas às Igrejas no país, apresentamos os dados coletados dos textos do livro “Panorama do rádio no Brasil” (PRATA, 2011).

A tabela a seguir, retirada do livro Panorama do rádio no Brasil de Nair Prata, retrata o elevado numero de emissoras radiofônicas distribuídas pelas cidades metropolitanas do país. Esses dados mostram que inúmeras igrejas se utilizam do rádio como veículo de propagação de suas idéias e costumes. Tais dados nos trazem a reflexão que fora essas cidades metropolitanas descritas na tabela, se fossemos descrever também todas as cidades do interior por todo o país, com certeza a lista seria demasiadamente extensa.

**TABELA 03:
EMISSORAS LIGADAS A IGREJAS NAS REGIÕES METROPOLITANAS**

Religião Metropolitana de Aracaju	Região Metropolitana de Manaus
Rádio Sara Brasil FM 97,1	Rádio Voz da Baricéia AM 1440 e OT 4895
98,1 FM (Aleluia)	Região Metropolitana de Natal
Rádio Cultura AM 670	Rádio Nordeste AM 900
Atalaia FM 93,5	Rádio Rural AM 1090
Atalaia AM 770	Rádio 102 FM 102,9
Religião Metropolitana de Belém	Região Metropolitana de Palmas
Nazaré FM 91,3	Rádio Canção Nova AM 690
Liberdade FM 95,9	Rádio Jovem Palmas AM 960
Amazônia Viva FM 89,5	Região Metropolitana de Porto Alegre

Boas Novas FM 91,9	Rádio Aleluia FM 100,5
Aleluia 98,5 FM	Rádio Aliança FM 106,3
Rádio Novo Tempo AM 1080	Rádio Esperança AM 1390
Boas novas AM 1270	Rádio Guaíba AM 720
Região Metropolitana de Belo Horizonte	Rádio Guaíba FM 101,3
Rádio América AM 750	Rádio Itaí AM 880
Rádio Cultura AM 830	Região Metropolitana de Porto Velho
Rádio Gospa Mira FM 105,7	Rádio Boas Novas AM 660
Aleluia FM 90,7	Sociedade de Cultura Rádio Caiari AM 1430
Atalaia AM 950	Região Metropolitana de Recife
Líder FM 99,9	Rádios Boas Novas/Rede Brasil
Metropolitana AM 1250	de Comunicação 580 AM
Nossa Rádio FM 97	Rádio Canaã/Rede Brasil de Comunicação
Grande Belo Horizonte AM 1060	91,3 FM
107 FM 107,5	Rádio Continental/Novas de Paz AM 1380
Rádio Metropolitana de Brasília	Rádio Duarte Coelho/Rede Aleluia
Super Rádio Brasília AM 1210 e FM 88,9	91,9 FM
Rede Sara Nossa Terra FM 99,7	Rádio Evangélica 100,7 FM
Rede Aleluia FM 99,3	Rádio Maranata FM 103,9
Rádio Nova Aliança AM 710 e FM 103,3	Rádio Olinda AM 1030
Rádio Maria 107,9 FM	Rádio Plenitude FM 105,3
Rádio Maria FM 94,5	Rádio Relógio AM 1120
Rede Capital AM 1080	Rádio Satélite Limitada
Rádio Canção Nova FM 89,1	Nossa Rádio FM 106,9
Rádio Boas Novas FM 92,9	Rádio Tamandaré AM 890
Região Metropolitana de Campo Grande	Rádio Vila do Conde FMM 105,7
Canção Nova AM 1180	Região Metropolitana de Rio Branco
AM Capital 930	Rádio Boas Novas FM 107,9
Concórdia AM 1120	Rádio Universitária Metropolitana AM 1350
Novo Tempo AM 630	Região Metropolitana do Rio de Janeiro
Imaculada Conceição AM 1490	Rádio Boas Novas AM 1320
Região Metropolitana de Cuiabá	Rádio Canção Nova AM 1060
Rádio Difusora Bom Jesus de Cuiabá AM 630	Rádio Capital AM 1030
Rádio Educativa Nazareno FM 107,9	Rádio Catedral FM 106,7
Região Metropolitana de Curitiba	Rádio Continental AM 1520
Rádio Atalaia AM 170	Rádio Copacabana AM 680
Rádio Canção Nova AM 1370	Rádio do Brasil AM 940
Rádio Colombo AM 1020	Rádio Gospel FM 107,9
Rádio Continental AM 1270	Rádio Grande Rio AM 1560
Rádio Gospel FM 89,3	Rádio Melodia FM 97,5
Rádio Marumby FM 88,5	Rádio Nova AM 990
Rádio Marumby AM 730	Rádio Relógio AM 580
Rádio Novo Tempo FM 106,5	Rádio Rio de Janeiro AM 1400
Rádio BBN FM 92,3	Rádio 93 FM 93,3
Rádio Cultura de Curitiba AM 930	Rádio104 FM 104,5

Rádio Evangelizar AM 1060	Rádio 105 FM 105,1
Rádio Deus é Amor AM 1120	Região Metropolitana de Salvador
Sara Brasil FM 107,5	Rádio Bahia AM 1010
Região Metropolitana de Florianópolis	Cultura da Bahia AM 1140
Rádio Central AM 1060	Excelsior AM 840
Rádio Cultura AM 1110	Metropolitana AM 1050
Rádio Santa Catarina AM 890	Novo Tempo AM 920
Rádio Voz Missionária AM 9665	Super Rádio Cristal
Rádio Continental FM 99,3	Sociedade da Bahia AM 740
Rádio Novo Tempo FM 96,9	Rádio Rede Aleluia FM 95,9
Rádio Sara Brasil FM 89,1	Vera Cruz Educativa 98,3
Região Metropolitana de Fortaleza	Nossa Rádio FM 103,3
Rádio Dom Bosco 96,1	Rede Vida FM 106,1
Rádio Shalon 690 AM	Região Metropolitana de São Luís
Rádio Uirapuru AM 760	Rádio Difusora AM 680
Rede Aleluia FM 99,9	Rádio Educadora 540 AM
Rádio Iracema de Fortaleza AM 1300	Rádio Esperança FM 100,9
Nossa Rádio FM 97,7	Rádio 92,3 FM
Região Metropolitana de Goiânia	Região Metropolitana de São Paulo
Rádio Aliança AM 1090	Rádio América AM 1410
Rádio Difusora AM 640	Rádio Imaculada Conceição AM 1490
Rádio Paz FM 89,5	Rádio 9 de Julho AM 1600
Rádio Sara Brasil FM 93,9	Região Metropolitana de Teresina
Rádio Vinha FM 91,9	Nossa Rádio FM 101,3
Rádio 89,5 FM	Rádio Poty FM 94,1
Rádio 90,7 FM	Região Metropolitana de Vitória
Região Metropolitana de João Pessoa	Rádio FM Líder 91,1
Rádio 96 FM 96,1	Rádio América FM 101,5
Rádio Consolação Misericordiosa AM 1340	Rádio Aleluia FM 90,1
Rádio Maná AM 920	Rádio Nossa Rádio FM 96,5
Rádio Liberdade FM de Santa Rita 99,7	Rádio Novo Tempo FM 95,9
Rádio Miramar FM 107,7	Rádio A Cor da Vida FM 102,9
Região Metropolitana de Macapá	Rádio Novo Tempo AM 730
Rádio Boas Novas FM 104,9	Rádio América AM 690
Região Metropolitana de Maceió	Rádio Capixaba AM 1050 OT 4935
100,3 FM	
Milícia da Imaculada Conceição	

Fonte: Dados de pesquisa do livro Panorama do rádio no Brasil. A pesquisa apresenta os dados de todas as emissoras de todas as regiões metropolitanas, à exceção de São Paulo, que inventariou apenas as rádios de maior audiência.

Apesar do crescimento dos evangélicos, a grande maioria das rádios apresentadas na tabela está nas mãos de igrejas católicas, fato que comprova que os católicos ainda continuam dominantes no país.

7 PLURALIDADE RELIGIOSA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Na radiodifusão em geral, o domínio de igrejas evangélicas e católicas com programações religiosas no Brasil é quase absoluto. No entanto, há também outras religiões pelo país que utilizam de veículos midiáticos para a transmissão de seus cultos e ideologias e para divulgação de sua crença.

O movimento religioso eclético Seicho No-Ie, segundo dados de seu departamento de comunicação na cidade de São Paulo, conta com mais de 3,5 milhões de seguidores no Brasil. A doutrina religiosa oriental conta com pequenas programações em televisões. Segundo dados do próprio site da igreja²⁸, o grupo conta com inserções de seis horas e trinta minutos semanais, sendo que desse montante de horas, cinco horas são exibidos em TVs comunitárias. A TV União, com outorga de emissora comunitária localizada na cidade de São João da Boa Vista, no estado de São Paulo conta com inserções de 30 minutos durante a semana. A TV comunitária Araucária localizada no estado do Paraná, conta com um espaço de uma hora semanal. Na cidade de Curitiba, a comunitária CWB TV transmite semanalmente uma hora e trinta minutos de programação dessa instituição religiosa. A TV Grann Dourados, com sede em Mato Grosso, também classificada como comunitária tem inserções de trinta minutos semanais. E por último a comunitária TVE Canal 12, de Juiz de Fora em Minas Gerais, que possui uma hora e trinta minutos de programação. Com esses dados, vemos que mais de oitenta por cento das suas inserções da Seicho No-Ie se dão em televisões comunitárias.

A Igreja Messiânica, que tem sede em todos os estados brasileiros e publica um jornal com cerca de 380 mil exemplares²⁹, não tem espaço na TV e no rádio. Segundo dados da assessoria de imprensa de sua sede em São Paulo, existem planos de divulgação eletrônica em curto prazo.

²⁸ Disponível em: <http://www.sni.org.br/snityv/programacao-tv.php> . Acesso em 17 de março de 2015.

²⁹ Disponível em: <http://www.messianica.org.br/>. Acesso em 17 de março de 2015.

Os espíritas possuem uma grade de programação televisiva em todo o país, transmitida por meio de emissoras como CNT, Bandeirantes de Paraíba, TVE do Rio de Janeiro e TVA de Curitiba, entre outras menores espalhadas pelo país. Movimentos de líderes espíritas buscando espaço e programas televisivos na mesma moldagem de programas evangélicos na televisão tem se tornado cada vez mais frequente nos noticiários e debates sobre religiosidade³⁰.

Na TV Gazeta de São Paulo, no canal comunitário 14, que pode ser sintonizado pela Net ou TVA, TV Guarulhos, Pan TV em Curitiba, existem programas dirigidos à comunidade judaica. Com 60 minutos de duração, o destaque de suas transmissões se dá ao Programa Shalom, que visa cultivar e mostrar a tradição judaica, não apenas para os judeus, mas sim aberta para todos telespectadores³¹.

As crenças de origem africana também aparecem na televisão, mas a maior parte dos programas é transmitida por TVs comunitárias de Salvador. Em relação aos muçulmanos, não se tem notícia de programas veiculados nas grandes emissoras de rádio e TV. Os seguidores do islamismo acompanham a difusão de suas mensagens pela internet em *sites* como o Centro de Estudos e Divulgação do Islam (<http://www.islam.org.br>). Líderes muçulmanos no Brasil têm planos de expandir a religião no país e conquistar novos seguidores, incluindo a criação de uma revista e um canal de televisão³². Os planos fazem parte de um projeto de consolidação do islamismo em todas as regiões do mundo. Como o Brasil tem uma grande população de descendentes de diversas etnias oriundas de países islâmicos e recebe muitos refugiados de áreas de conflito no Oriente Médio, o crescimento do número de seguidores de Maomé por aqui, poderá ser significativo.

³⁰Dados disponíveis em: <http://ipc.org.br/espíritas-querem-programas-de-tv-como-os-dos-evangelicos/>. Acesso em 16 de março de 2015.

³¹Dados disponíveis em: <http://www.shalombrasil.com.br/pages/quemsomos>. Acesso em 16 de março de 2015.

³²Dados disponíveis: <http://noticias.gospelmais.com.br/muculmanos-planos-lancar-tv-crescer-brasil-74320.html>. Acesso em 16 de março de 2015.

8 A RELIGIÃO NA MÍDIA

8.1 MEDIDAS DO PARLAMENTO PARA VETAR HORÁRIOS RELIGIOSOS NA TELEVISÃO

No ano de 2012³³, o governo elaborou um decreto que regulamentaria o uso da radiodifusão no país, buscando acabar com o mercado paralelo desse setor de serviço de concessão pública. Na prática, o novo marco regulatório visava impedir que emissoras de televisão e rádio alugassem horários para denominações religiosas. Essa proposta na época gerou grande revolta dos representantes religiosos na câmara e no senado, que chegaram a ameaçar boicote ao governo caso a medida fosse aprovada.

O deputado João Campos (PSDB-GO), presidente da bancada evangélica nesse período, chamou a proposta de “absurda”. Para ele, o governo não poderia mudar a lei por decreto e caberia aos congressistas impedirem a aprovação de um eventual projeto de lei indicando essa mudança. No entanto, após quase três anos da proposta desse decreto, nunca foram percebidas mudanças do panorama religioso na mídia radiofônica ou televisiva no Brasil. Pelo contrário, a cada ano, o número de veículos nas mãos dos religiosos cresce em progressão geométrica.

O crescimento dos últimos anos tem proporcionado que igrejas neopentecostais como a Mundial, de Valdemiro Santiago, e a Internacional da Graça de Deus, de R. Soares, multipliquem seus templos e a audiência de seus programas religiosos nos diversos meios. Ao mesmo tempo, as emissoras que vendem horários garantem bom faturamento, sem que precisem investir na produção de programação para disputar a audiência com as concorrentes.

8.2 FATURAMENTO DAS EMISSORAS POR INSTITUIÇÕES RELIGIOSAS

Por mais que os diferentes grupos religiosos venham dizer que o uso de suas denominações nos mais variados espaços, tanto no rádio como na televisão, objetiva trazer a “salvação” aos seus fiéis, vemos constantemente nos dois veículos, um apelo intenso por arrecadações financeiras.

³³ Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/geral/proibicao-de-aluguel-de-programas-na-tv-irrita-evangelicos/>. Acesso em 23 de março de 2015.

Mas porque tanta insistência, tanta insistência econômica em seus discursos? A resposta é simples, manter programas religiosos no rádio e principalmente na televisão, não é algo tão barato. Segundo fontes do mercado, o contrato do missionário R. Soares pelo Show da Fé³⁴, veiculado na Rede Bandeirantes, um programa religioso que ocupa uma hora de horário nobre na grade da emissora custa 8,5 milhões de reais por mês. A emissora vende ainda, um espaço de mais três horas da igreja na programação da madrugada. Com a locação no horário nobre da Rede TV, R. Soares ainda tem outra polpuda despesa de cinco milhões mensais³⁵.

A matéria publicada em 11 de dezembro de 2014 pelo *Notícias da TV*, do site UOL, as igrejas chegam a investir um bilhão por ano nas principais emissoras de TV do país. Sozinha, a Rede Record de Televisão chega a receber da Igreja Universal do Reino de Deus, uma quantia próxima de 520 milhões de reais por ano.

Na Rede TV, a locação de horários para igrejas chega a corresponder a 20% do faturamento. A rede vende atualmente para igrejas, 12 horas em sua programação, ou seja, 50 por cento é vendido para instituições religiosas e arrecada pelo menos R\$ 14 milhões por mês, cerca de R\$ 168 milhões por ano, sem se preocupar com audiência e programação de qualidade. Quem perde com isso são os telespectadores da televisão aberta brasileira, que ficam muitas vezes, sem opção de programação.

Também concessão da Band, a Rede 21 transmite 22 horas de cultos da Universal e fatura R\$ 120 milhões por ano³⁶, o dobro do valor cobrado pela CNT. Apenas Globo e o SBT não apelam para o dinheiro dos fiéis. O Ministério Público Federal chegou inclusive, a pedir a anulação das outorgas da Rede 21 e da CNT, por infringirem a legislação ao alugarem 22 horas de suas programações diárias para a Igreja Universal do Reino de Deus.

Uma emissora, segundo a lei das concessões, deve-se a limitar a 25 por cento da sua programação diária, o espaço para veiculação comercial. Para o Ministério Público Federal, a CNT e a Rede 21 desobedecem a esse dispositivo legal. Assim, uma emissora que fica 24 horas por dia no ar, não poderia veicular

³⁴ Dados disponíveis em: <http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/igrejas-injetam-mais-de-r-1-bi-na-tv-acao-judicial-preocupa-redes-5863>. Acesso em 11 de março de 2015.

³⁵ Idem

³⁶ Idem

mais do que seis horas de produção publicitária, incluindo todos os anúncios e programas religiosos. Pensando desse modo, muitas outras emissoras estão ilegais, não apenas a CNT e a Rede 21.

Outro argumento usado pelos donos dessas concessões é de que o espaço ocupado pelos pastores não pode ser visto como simples publicidade, uma vez que o conteúdo religioso também pode ser interpretado como uma finalidade cultural na programação das emissoras, conteúdo previsto na Constituição. Os concessionários contra-argumentam que o uso para veicular as religiões não entraria na conta dos 25 por cento de publicidade vendida.

Entre os parlamentares, não há real interesse em regulamentar esse tipo de negócio, pois a maioria teme descontentar os padres e pastores e perder os votos dos cristãos. O mercado religioso tornou-se importante para as emissoras, quando o faturamento publicitário diminui e aumentam as despesas e as dívidas dos concessionários, eles sabem como reagir, e para quem oferecer espaços de programação. As igrejas com alto poder aquisitivo também sonham, cada vez mais, com abundantes horários nas grades das emissoras de rádio e de televisão.

8.3 PROSELITISMO RELIGIOSO VERSUS A LAICIDADE DO ESTADO

Missas, cultos evangélicos, pregações, sermões e as famosas sessões de descarrego são alguns dos rituais religiosos presentes com frequência nas manhãs, tardes, noites e madrugadas de diversos canais. Segundo pesquisa feita pelo Intervozes³⁷ em julho de 2011 e divulgada pelo jornal Folha de São Paulo, há cerca de 140 horas semanais da TV brasileira aberta, que são ocupadas com programação religiosa. Entre as emissoras que mais se destacam nesse quadro, podemos citar o Canal 21, a CNT, a Gazeta, Rede TV e Bandeirantes. Essa prática de arrendamento das grades de programação viola a legislação em vigor, diante do silêncio cúmplice do Ministério das Comunicações, a quem caberia a fiscalização do setor.

³⁷ Matéria no Intervozes, disponível em: <http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=25858>
Acesso em 11 de março de 2015

Ainda não satisfeitos com o espaço na programação de várias emissoras, os grupos religiosos têm ainda sobre o seu controle, a propriedade de quase uma dezena de estações de TV como: Canção Nova, TV Século XXI, TV Aparecida, RIT, Rede Gospel, Rede Mulher e Rede Família, entre tantas mais, locais e regionais. Esse fenômeno não é recente na mídia brasileira, só que nesses últimos anos tem ganhado proporções alarmantes.



Dos anos 90 aos dias atuais o quadro de religiosos espalhados pela TV no Brasil multiplica-se a cada instante. No Brasil ainda estamos distantes de respeitar a laicidade do Estado e promover a diversidade de credos no país, como prevê a constituição de 1988, em seu artigo n.19:

Art. 19. É vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios:

I - estabelecer cultos religiosos ou igrejas subvencioná-los, embaraçar-lhes o funcionamento ou manter com eles ou seus representantes relações de dependência ou aliança, ressalvada, na forma da lei, a colaboração de interesse público; (ART.19 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988).

³⁸ Charge de Alberto Alpino Filho em seu blog no site: <https://br.noticias.yahoo.com/blogs/alpino/igrejas-ocupam-140-horas-semanais-da-tv-aberta-000829537.html>. Acesso em 11 de março de 2015.

O proselitismo religioso tem sido uma tendência histórica da mídia brasileira. O correto seria a programação do rádio e da TV não privilegiar nenhuma religião e muito menos desse tanto espaço para o conteúdo religioso, onde os grupos cristãos são predominantes e discriminam outras crenças. A consequência desse proselitismo na sociedade atual, tem tornado possível a construção de privilégios para alguns segmentos religiosos e colocado em risco à liberdade de expressão da população brasileira, além de ameaçar o convívio livre, tolerante e democrático entre os que se identificam ou ignoram determinadas crenças, ou mesmo com aqueles que não possuem nenhuma religião.

8.4 O DISCURSO DOS LÍDERES RELIGIOSOS NA MÍDIA

Percebe-se nos mais diferentes programas religiosos, o estilo claro de seus líderes no modo de se relacionar com seus ouvintes ou telespectadores. As mensagens têm apelos diversificados. Seja por cura, prosperidade, mudança de vida, o uso apelativo de pastores, padres e outros líderes de denominações religiosas é marcante nessas programações. Multiplicam-se os “testemunhos de pessoas que deram todo seu salário à Igreja e obtiveram sucesso financeiro depois da doação”, dos “que não tinham nada, mas a partir do momento que investiram na obra e conseguiram fazer as suas contribuições, hoje alcançaram condições melhores”, as tantas “doenças curadas milagrosamente”. Aproveitando-se desses assuntos que atormentam a vida de um grande número de pessoas comuns, as igrejas usam como estratégias de conquista, a intimidação de seu público. Sílvia Santos, em um debate na ECA/USP, chama essas táticas de “indústria da fé”.

Com a grande adesão de público atingido, os religiosos nos últimos anos têm conseguido melhorar em termos visuais, tecnológicos e sonoros a qualidade de seus programas. Alguns programas até se utilizam de atores para reproduzirem, por meio de dramatização, toda a história de testemunho considerado vitorioso. Eles buscam encorajar com tais recursos comoventes, outros adeptos e contribuintes para a igreja. Na televisão, quanto melhor for o visual e o apelo emocional apresentado, maior será a chance de determinado conteúdo ser veiculado com sucesso e audiência. Boa parte da programação religiosa busca seguir a lógica do mercado

capitalista, de atrair a audiência dos telespectadores e lucrar para a construção de mais igrejas e a conquista de mais horários de programação.

Esse cenário mercadológico das igrejas no rádio e na TV, tem evidenciado a fragilidade denominacional - o que tem feito com que líderes religiosos travem uma verdadeira batalha entre si. Esse debate se dá com suas mais diferentes exposições nos meios de comunicação de massa. Os pregadores não se preocupam em buscar entender os veículos de comunicação, o intuito é apenas atrair maior número de fiéis. Muitas igrejas simplesmente retransmitem o culto na igreja para o rádio ou para televisão.

A construção do texto radiofônico requer a utilização de um estilo próprio- oral /auditivo- alcançado a partir da observação de algumas características específicas do rádio, referentes às seguintes condições: tempo, dinâmica, melodia, sons complementares, voz, articulação e linguagem (cf. CABELLO, 1995, p. 146).

Tanto rádio ou televisão possuem elementos e características peculiares, cada um tem determinado modo de linguagem, técnicas de voz, articulação. No entanto, não observamos a atenção das igrejas com tais características. Há sim, a única preocupação de conseguir mais tempos e oportunidades de “evangelizar”, de “catequizar” os seus fiéis.

O discurso religioso/midiático, na maior parte de vezes, serve para reforçar significações já estabelecidas, principalmente na sociedade de consumo em que estamos submersos. Torna-se um “mercado da fé”, no qual as pessoas avaliam as qualidades, benefícios e vantagens de cada grupo e em seguida escolhem uma religião, ou mais de uma, das que estão disponíveis nas diversas vitrinas audiovisuais.

O discurso neopentecostal está voltado mais para a necessidade de os fiéis buscarem a instituição religiosa para resolverem presencialmente os seus problemas, os seus “males” e, conseqüentemente, encontrarem Deus. Já o discurso dos católicos faz referência à importância de os indivíduos assumirem suas responsabilidades sociais e manterem uma boa conduta. Essas ideologias divulgadas pela TV e o rádio movem inúmeras pessoas rumo aos interesses dos detentores do poder e da palavra “divina”, as igrejas.

9 O USO DO RÁDIO E TV POR INSTITUIÇÕES RELIGIOSAS NA CIDADE DE BAURU

Bauru está entre as maiores cidades do interior do estado de São Paulo, com uma população de mais de 380 mil habitantes e com centenas de igrejas espalhadas por seu vasto território urbano, não poderia deixar de ter abundante programação religiosa nos meios de comunicação, em especial, no rádio e na TV. O município conta com oito emissoras de rádios FM, sendo uma comunitária, uma legislativa, uma educativa e cinco comerciais. Em frequência AM, Bauru conta com três emissoras, sendo ambas comerciais, também possui cinco canais de televisão: dois comerciais, um legislativo e dois educativos.

A análise sobre a programação religiosa dos canais radiofônicos e televisivos da cidade de Bauru foi feita para verificar como se encontra o município na questão de uso do rádio e da TV por instituições religiosas, se as emissoras educativas da cidade seguem a lei atual onde estabelece que a radiodifusão educativa destina-se exclusivamente à divulgação de programação de caráter educativo- cultural e não tem finalidades lucrativas. Outra variável foi a verificação de como as emissoras e canais comerciais estão reagindo ao aumento das instituições religiosas nas programações das mais variadas emissoras pelo país, se há espaço em seus canais, se seguem a legislação que proíbe a venda maior do que 25 por cento de sua programação. Ou seja, se veículos de comunicação, rádio e TV da cidade cumprem a limitação de veicular seis horas de publicidade e também observar se a emissora com concessão comunitária da cidade segue a legislação, que determina que veículos comunitários não podem ter fins lucrativos, não podem vender programação à Igreja, além de ainda analisar as emissoras legislativas da cidade.

9.1 RÁDIO COMUNITÁRIA 87 FM

A rádio comunitária FM 87, localizada na frequência 87,9 atua na cidade desde o ano de 2007. Segundo os funcionários a emissora deriva da concessão obtida pela Paróquia São Sebastião. Nos anos iniciais da rádio, as gravações da

programação aconteciam dentro da igreja. Por se tratar de uma emissora comunitária, agora está instalada na região central da cidade.

A emissora tem a maior parte de sua grade com programação musical, há também jornalismo e durante a semana (segunda a sexta) há programação religiosa de uma hora e quinze minutos diária. Sendo exibido nas manhãs com duração de 10 minutos, o programa Momento de Oração, apresentado pelo padre Angel; das 7 horas da manhã às 8 horas o programa Mensagens, cuja apresentação é feita pelos diretores da rádio, se trata de uma hora diária de leitura de passagens da bíblia, livros e pensamentos religiosos, aberto a todas as religiões, mas com predominância temas da igreja Católica. Às 18 horas, com duração de cinco minutos, é apresentado por um dos diretores da rádio, o programa Hora da Ave Maria. Aos sábados a programação religiosa se dá apenas por 10 minutos, com o programa Momento de Oração. Aos domingos não há programação desse gênero. Esses programas não são vendidos e sim cedidos gratuitamente ao padre da igreja Católica Diocese de Bauru Divino Espírito Santo e os outros dirigidos e feitos pela própria diretoria da rádio.

Questionada se a rádio venderia horários para programação religiosa, a direção enfatizou que por ser comunitária, não poderia ser liberada e também que todos os horários já estão ocupados entre as 7 horas às 22 horas. No entanto, não foi descartada a possibilidade de um horário na programação da madrugada ser ocupado por programação católica. A mesma informou que estudaria tal possibilidade e que após a Páscoa, estão também analisando uma possível programação religiosa nas manhãs dominicais. Por tratar-se de uma emissora comunitária esse possível acordo financeiro com instituições religiosas, desrespeitaria as leis que redigem as normas e finalidades das emissoras comunitárias.

9.2 RÁDIO ADELE 92,3 FM

Com concessão na cidade de Duartina, mas com sua frequência chegando a Bauru, a inclusão dessa rádio na pesquisa, deve-se ao fato que a mesma pertence à instituição evangélica Deus é Amor. A sua programação é 24 horas religiosas, com programas da igreja tanto locais, como os que são retransmitidos de suas sedes em nacionais e também no exterior.

A rádio não veicula programas de jornalismo e de informação, conteúdos vitais para o veículo de comunicação, pelo contrário exibe a “Voz da Libertação”, programa nacional e evangélico da Igreja Pentecostal Deus é Amor. Atinge parcialmente o mercado de Bauru, pois sua frequência não chega aos locais mais distantes do centro da cidade, por se tratar também de uma concessão na cidade de Duartina, localizada à cerca de 40 km de Bauru.

A programação evangélica da Deus é Amor em rede nacional, tem se expandido por todo o centro-sul do país. Por se tratar de uma emissora pertencente a um segmento religioso, a mesma não vende horários de sua programação aos outros grupos concorrentes. É considerada uma emissora comercial e sua grade de programas é 24 horas de mensagens evangélicas.

9.3. RÁDIO CÂMARA 93,9 FM

A Rádio Câmara de Bauru está no ar desde março de 2015. Nesta fase experimental, a população bauruense receberá apenas a programação da Rádio Câmara FM 96.9 de Brasília. Em breve, a Câmara Municipal iniciará as transmissões locais, com as sessões plenárias ao vivo, jornalismo e programação musical. O estúdio da Rádio Câmara Bauru está em fase final de instalação no prédio do legislativo municipal. Por enquanto não há previsão de possibilidade de cobrir outras câmaras.

A Câmara dos Deputados e a Câmara Municipal de Bauru firmaram acordo para compartilhar a programação da emissora. Assim, a população da cidade paulista poderá acompanhar a atividade parlamentar municipal e federal pelas ondas do rádio. Essa é a segunda operação da Rádio Câmara em parceria com outras casas legislativas. A primeira foi em Cuiabá, em acordo firmado no ano passado com a Assembléia do Estado do Mato Grosso.

Operando em frequência 93.9 FM, a Rádio Câmara já alcança as cidades de Bauru, Jaú, Lençóis Paulista, Barra Bonita, Pirajuí, Gália, Garça, Duartina, Pederneiras, Macatuba, Bariri, entre outras, uma abrangência que supera a marca de um milhão de habitantes. A programação da nova emissora é a mesma das demais estações da Rádio Câmara, mesclando uma grade musical de linha artística do segmento

adulto-contemporâneo e o conteúdo jornalístico proveniente das ações ocorridas na Câmara dos Deputados e de vereadores. Trata-se de uma emissora legislativa, estando em fase de expansão e não é aberta à venda de horários para igrejas.

9.4 RÁDIO 94 FM

Conhecida por sua tradição na cidade de Bauru, a rádio 94 FM foi inaugurada em 05 de maio de 1978, no dia das Comunicações e por isso recebeu o nome de Rádio Comunicação FM Estéreo Ltda. O 94 FM é o nome fantasia, em virtude de sua localização (sintonia) no dial, operando em 94,5 MHz (Megahertz).

Foi a primeira FM de Bauru e região. Sua potência é de 10 mil Watts, com quatro elementos na antena, o que proporciona uma cobertura num raio de aproximadamente 150 km, variando a qualidade da recepção conforme a região. Trata-se de uma emissora comercial, com quase toda sua totalidade de programações com programas musicais e com um pequeno espaço para jornalismo. A rádio 94 FM não veicula e também não vende horários para programação religiosa.

9.5 RÁDIO 96 FM

Trata-se de uma rádio comercial, com fundação em 13 de outubro de 1983. Com uma transmissão a 10 mil Watts de potência, a 96FM cobre 93 cidades, atingindo um público de mais de dois milhões de habitantes. O departamento de jornalismo da 96 FM é um dos destaques da emissora. Com 2 horas de duração, o Viva Cidade é o maior noticiário FM da cidade. No entanto, predominam os programas musicais, que durante as suas programações trazem boletins informativos locais, nacionais e também internacionais. Em sua programação não é verificado nenhum conteúdo religioso. A emissora não vende horários para Igrejas.

9.6 TOP FM

Localizada na frequência 101.3, a rádio tem os jovens como seu público-alvo e a sua programação prioriza praticamente conteúdos musicais de estilo sertanejo.

Durante suas transmissões há pequenos informativos locais de fatos da cidade. Não produz programa jornalístico. Atua na cidade há um ano, desde quando a antiga rádio Tupi mudou seu nome fantasia e passou a se chamar TOP FM. Sua cobertura se dá em 92 cidades, atingindo aproximadamente dois milhões de habitantes. Em relação à programação religiosa, a emissora veicula 15 minutos diários com inserções da Igreja Católica e um programa exibido de segunda a sexta, das 18 às 19 horas, que é realizado pela igreja evangélica Ministério Mudança de Vida. Sobre o aluguel de horários para programação religiosa, a emissora negocia horários, sendo o valor da hora de veiculação, a partir de R\$ 756,00.

9.7 RÁDIO ALELUIA

A Rádio Aleluia está no ar há 15 anos. Antes seu nome fantasia era Rádio Líder FM. Hoje pertence à Igreja Universal do Reino de Deus, e sua programação é 24 horas de conteúdo religioso. Veicula horários locais e também exhibe programas e cultos da sua sede nacional. Segundo a direção da rádio, o público-alvo são os evangélicos de todas as idades, mas é aberta a qualquer tipo de ouvinte. Seu raio de alcance é de 100 quilômetros, a partir de Bauru.

A Rede Aleluia, que teve início com 17 afiliadas, conta em 2015 com 68 emissoras localizadas em todas as regiões e abrangendo uma área correspondente a 75% do território nacional. É sintonizada na frequência 103.7. Por se tratar de um grupo pertencente à Universal, a rádio não vende horários para programações religiosas de outras denominações.

9.8 RÁDIO UNIVERSITÁRIA UNESP

Trata-se de uma emissora pública, com caráter cultural e educativo. Atua na cidade desde o ano de 1991. Mantém uma grade de programação diversificada, com programas culturais, educativos, prestação de serviços, informações e orientações, veiculando programas temáticos nas mais diferenciadas áreas.

A prestação de serviços, com o aprofundamento das informações, conta também com a colaboração de docentes e pesquisadores da Universidade como fontes de informação, seja por meio de pesquisas científicas e eventos do mundo acadêmico. A emissora é aberta aos projetos do corpo docente e alunos dos cursos

de graduação da Universidade, principalmente os dos cursos de Comunicação Social, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação.

Essa característica da emissora favorece a aplicação do conhecimento aprendido na graduação, a realização de pesquisas e também o desenvolvimento de projetos de extensão universitária. A emissora atinge um raio de 100 km, atendendo a cidade de Bauru e toda a região. Sua sintonia se encontra na frequência 105.7 MHz. Segundo Wagner Silvestre, assessor administrativo da rádio, por se tratar de uma emissora educativa, a mesma não pode vender horários de sua programação para instituições religiosas.

9.9 RÁDIO AURIVERDE

Pioneira na cidade, a rádio Auriverde teve sua fundação no ano de 1956. Com programação musical, prestação de serviço, informação, esporte e entretenimento, a emissora oferece uma programação bem diversificada. Trata-se de uma rádio AM localizada na frequência 760 MHz. Sua programação é completamente local, atinge toda a região e segundo a direção da rádio, o público alvo é adulto com idade a partir dos 35 anos. Em relação à programação religiosa, a emissora conta com uma inserção diária de cinco minutos, a partir das 15 horas, realizada pelos padres Carlos e Marcos, diretamente da igreja católica da Catedral do Divino Espírito Santo, com o programa Momento da Misericórdia.

De segunda a sábado conta também com inserção de cinco minutos, às 6 horas, com mensagens do padre bauruense Boa Ventura. A emissora, além desses dois programas, também aluga um horário semanal, das 22 às 23 horas, de segunda à sexta, para a igreja Internacional da Graça de Deus. De acordo com a direção da Auriverde, não há mais horários para alugar, pois a grade está completa. A gerência não quis fornecer os valores cobrados pelos espaços vendidos da programação. No entanto fiéis da Igreja Internacional da Graça de Bauru, para ter na rádio, uma hora todas as noites, a partir das 22 horas, a igreja tem um gasto mensal de quatro mil reais.

9.10 RÁDIO CANÇÃO NOVA

Localizada na frequência 930mhz em AM, a rádio atua na cidade desde o ano de 2008. No entanto, a sua torre fica localizada na cidade de Agudos e seu estúdio em Bauru. Pertence à Igreja Católica e conta com uma programação religiosa durante as 24 horas, com programas, músicas e debates. A sua programação local se dá três vezes por semana, com o programa Encontro com a Misericórdia, às 15 horas, e diariamente às 18 horas, com mensagens de padres aos ouvintes. O restante de sua programação segue o padrão Canção Nova, que é transmitido por 19 emissoras em todas as regiões do país. A emissora não vende programação para igrejas, por se tratar de um canal já pertencente a uma denominação religiosa. Segundo dados da própria emissora, o público alvo é adulto.

9.11 RÁDIO BANDEIRANTES

A Bauru Rádio Clube Limitada, mais conhecida como Rádio Bandeirantes, é uma emissora do grupo Bandeirantes de Comunicação. Atua na cidade desde o ano de 1989, com grande tradição no município. É uma emissora comercial, no entanto, conforme diz a lei de concessões, o espaço de publicidade que a rádio poderia disponibilizar seria de, no máximo, 25 por cento, mas não é o que percebemos quando vemos a programação da rádio.

TABELA 04: PROGRAMAÇÃO SEMANAL RÁDIO BANDEIRANTES BAURU

PROGRAMAÇÃO RÁDIO BANDEIRANTES	
SEGUNDA	
HORÁRIOS	PROGRAMAS
8:00 às 8:58	PROGRAMA VENCENDO PELA FÉ
9:00 às 9:28	PROGRAMA LUZ NAS TREVAS
10:00 às 10:58	PROGRAMA A HORA MILAGROSA
11:00 às 11:28	PROGRAMA FÉ PARA VENCER
11:30 às 11:58	PROGRAMA MEDITAÇÃO
12:00 às 12:58	PROGRAMA DESPERTAI
13:00 às 13:58	PALAVRA PROFÉTICA PARA SUA VIDA
14:00 às 14:58	MENSAGEM DA CRUZ

15:00 às 15:58	MILAGRES DE SINAIS
17:00 às 17:58	CASA DA BENÇÃO
18:00 às 18:28	ENTRE NA LINHA
18:30 às 18:58	CAMINHANDO PELA FÉ
20:00 às 20:58	PROGRAMA SEMEANDO A VERDADE
21:00 às 21:58	PROGRAMA CHAMANDO VENCEDORES
22:00 às 22:58	PROGRAMA LOUVOR E MEDITAÇÃO
23:00 às 23:58	PROGRAMA JUNTOS EM FAMÍLIA

PROGRAMAÇÃO RÁDIO BANDEIRANTES	TERÇA
HORÁRIOS	PROGRAMAS
0:00 às 00:30	PROGRAMA FÉ PARA VENCER
8:00 às 8:58	PROGRAMA VENCENDO PELA FÉ
9:30 às 9:58	PROGRAMA LUZ NAS TREVAS
10:00 às 10:58	PROGRAMA A HORA MILAGROSA
11:00 às 11:28	PROGRAMA FÉ PARA VENCER
11:30 às 11:58	PROGRAMA MEDITAÇÃO
12:00 às 12:58	PROGRAMA DESPERTAI
13:00 às 13:58	PALAVRA PROFÉTICA PARA SUA VIDA
14:00 às 14:58	MENSAGEM DA CRUZ
15:00 às 15:58	MISSÕES E VIDA
16:00 às 16:58	MILAGRES E SINAIS
18:30 às 18:58	CONEXÃO COM DEUS
20:00 às 20:58	PROGRAMA SEMEANDO A VERDADE
21:00 às 21:58	PROGRAMA CHAMANDO VENCEDORES
22:00 às 22:58	PROGRAMA LOUVOR E MEDITAÇÃO
23:00 às 23:58	PROGRAMA PROMESSA DE DEUS

PROGRAMAÇÃO RÁDIO BANDEIRANTES	QUARTA
HORÁRIOS	PROGRAMAS
0:00 às 00:30	PROGRAMA FÉ PARA VENCER
8:00 às 8:58	PROGRAMA VENCENDO PELA FÉ
9:30 às 9:58	PROGRAMA LUZ NAS TREVAS
10:00 às 10:58	PROGRAMA A HORA MILAGROSA
11:00 às 11:28	PROGRAMA FÉ PARA VENCER
11:30 às 11:58	PROGRAMA MEDITAÇÃO
12:00 às 12:58	PROGRAMA DESPERTAI
13:00 às 13:58	PALAVRA PROFÉTICA PARA SUA VIDA
14:00 às 14:58	MENSAGEM DA CRUZ

15:00 às 15:58	ENCONTRO COM DEUS
16:00 às 16:58	DE MULHER PARA MULHER
17:00 às 17:58	CASA DA BENÇÃO
18:00 às 18:28	ENTRE NA LINHA
18:30 às 18:58	SEMENTES DE DEUS
20:00 às 20:58	PROGRAMA SEMEANDO A VERDADE
21:00 às 21:58	PROGRAMA CHAMANDO VENCEDORES
22:00 às 22:58	PROGRAMA LOUVOR E MEDITAÇÃO
23:00 às 23:58	PROGRAMA PROMESSA DE DEUS

PROGRAMAÇÃO RÁDIO BANDEIRANTES	QUINTA
HORÁRIOS	PROGRAMAS
0:00 às 00:30	PROGRAMA FÉ PARA VENCER
8:00 às 8:58	PROGRAMA VENCENDO PELA FÉ
9:30 às 9:58	PROGRAMA LUZ NAS TREVAS
10:00 às 10:58	TEMPO DE VITÓRIA
11:00 às 11:28	PROGRAMA FÉ PARA VENCER
11:30 às 11:58	PROGRAMA MEDITAÇÃO
12:00 às 12:58	PROGRAMA DESPERTAI
13:00 às 13:58	PALAVRA PROFÉTICA PARA SUA VIDA
14:00 às 14:58	MENSAGEM DA CRUZ
15:00 às 15:58	JUNTOS EM FAMÍLIA
16:00 às 16:58	RESTAURANDO VIDAS
17:00 às 17:58	MILAGRES E SINAIS
18:00 às 18:58	MENSAGEM CRISTÃ PARA HOJE
20:00 às 20:58	PROGRAMA SEMEANDO A VERDADE
21:00 às 21:58	PROGRAMA JUNTOS EM FAMÍLIA
22:00 às 22:58	PROGRAMA LOUVOR E MEDITAÇÃO

PROGRAMAÇÃO RÁDIO BANDEIRANTES	SEXTA
HORÁRIOS	PROGRAMAS
0:00 às 00:30	PROGRAMA FÉ PARA VENCER
8:00 às 8:58	PROGRAMA VENCENDO PELA FÉ
9:30 às 9:58	PROGRAMA LUZ NAS TREVAS
10:00 às 10:58	PROGRAMA PALAVRA DE VIDA
11:00 às 11:28	PROGRAMA FÉ PARA VENCER
11:30 às 11:58	PROGRAMA MEDITAÇÃO
12:00 às 12:58	PROGRAMA DESPERTAI
13:00 às 13:58	PALAVRA PROFÉTICA PARA SUA VIDA
14:00 às 14:58	MENSAGEM DA CRUZ

15:00 às 15:58	PROGRAMA CELEBRAI
16:00 às 16:58	A VOZ DO AVIVAMENTO
17:00 às 17:58	CASA DA BENÇÃO
18:00 às 18:28	ENTRE NA LINHA
18:30 às 18:58	CAMINHANDO PELA FÉ
20:00 às 20:58	PROGRAMA SEMEANDO A VERDADE
21:00 às 21:58	PROGRAMA JUNTOS EM FAMÍLIA
22:00 às 22:58	PROGRAMA LOUVOR E MEDITAÇÃO

PROGRAMAÇÃO RADIO BANDEIRANTES	
SÁBADO	
HORÁRIOS	PROGRAMAS
0:00 às 00:30	PROGRAMA FÉ PARA VENCER
6:00 às 6:58	LIVRE
8:00 às 10:58	BOAS NOVAS NA TERRA DE SANTA CRUZ
11:00 às 11:58	MOMENTO ESPÍRITA
12:00 às 12:28	PROGRAMA LUZ NAS TREVAS
13:00 às 13:58	PALAVRA PROFÉTICA PARA SUA VIDA
14:00 às 14:58	PROGRAMA VENCENDO EM JESUS
15:00 às 15:58	PROGRAMA NOVO COMEÇO
16:00 às 16:58	NO ALVO DA PROMESSA
17:00 às 17:58	PROGRAMA VIVENDO EM CRISTO
18:00 às 18:58	PROGRAMA MISSÕES DA ÚLTIMA HORA
19:00 às 19:58	LIVRE
20:00 às 20:58	PROGRAMA A HORA MILAGROSA
21:00 às 21:58	PROGRAMA FOGO DO CÉU
22:00 às 22:58	PROGRAMA LOUVOR E MEDITAÇÃO
23:00 às 23:58	PROGRAMA JESUS É A SOLUÇÃO

PROGRAMAÇÃO RADIO BANDEIRANTES	
DOMINGO	
HORÁRIOS	PROGRAMAS
6:00 às 9:58	SERTÃO BANDEIRANTES
10:00 às 11:58	TERRA DA GENTE (ZEZINHO 30)
12:00 às 13:58	TATAO SHOW
14:00 às 6:00	REDE BANDEIRANTES DE COMUNICAÇÃO

Fonte site Rádio Bandeirantes Bauru. Disponível em:

<http://radiobandeirantesbauru.com.br/index.php?modulo=programas>

Com exceção do domingo, todos os outros dias da semana, a programação da rádio é completamente religiosa. A maioria dos conteúdos são evangélicos, apenas um programa semanal é de orientação espírita. A própria direção da rádio declara que o público da rádio é composto por evangélicos. Ainda conforme a direção, uma instituição religiosa que deseje alugar uma hora na grade da emissora, pagará um valor de 580 reais à hora. A emissora está aberta para novas locações de horário e o preço vale para qualquer horário de veiculação.

Levando-se em conta que a Rádio Bandeirantes veicula programação religiosa em tempo integral (com exceção dos domingos e durante a semana, por uma hora, durante a transmissão da Voz do Brasil), calculando uma hora a 580 reais, multiplicado por 23 horas, a emissora pode ter um montante de 13.340 reais diários, chegando alcançar, no mês, um total de faturamento de mais de 300 mil reais, apenas com locações de horários para grupos religiosos. Por esse exemplo, vemos a fragilidade do sistema de concessões no país, que sofre com a falta total de fiscalização.

9.12 TV TEM

A TV TEM é uma afiliada da Rede Globo que atua na cidade desde janeiro de 2003. Sua programação é na maior parte de sua filial paulista, pois retransmite toda a programação da Globo, acrescentada de programações locais, abrangendo Bauru e região. A emissora não vende horário para programação religiosa. A rede de emissora TV TEM abrange hoje 318 municípios, o equivalente a 49% do Estado de São Paulo.

9.13 TV RECORD PAULISTA

A TV Record Paulista possui sede na cidade de Bauru e atua com esse nome desde outubro de 2008. Anteriormente se chamava TV Record Bauru. Essa mudança se deu por conta da amplitude do sinal fora de Bauru e região, e também por um processo de reorganização das emissoras próprias da rede. É uma emissora da Rede Record, e alcança mais de 110 municípios, com mais de quatro milhões de pessoas.

A emissora veicula programação local, sendo a maior parte da programação retransmissões da Rede Record. Por se tratar de um veículo de comunicação

pertencente à Igreja Universal do Reino de Deus, as programações religiosas que existem na emissora são dessa mesma igreja. Portanto, não cede horário para outras religiões.

9.14 TV UNESP

A Televisão Universitária UNESP – TV UNESP é uma emissora de televisão pública e que pertence à Universidade Estadual Paulista (UNESP) e tem parceria com a TV Brasil. Localizada na cidade de Bauru - região centro-oeste do estado de São Paulo - a emissora integra junto com a Rádio UNESP o Centro de Rádio e Televisão Cultural e Educativo. Voltada a atender a comunidade, leva por meio de sua programação entretenimento, informação, educação e cultura, além de contribuir com as demandas da universidade, desenvolvendo projetos junto aos estudantes e aos grupos de pesquisas. Por se tratar de uma emissora educativa, não aluga seus horários e não veicula nenhuma programação ligada à religiosidade.

9.15 TV PREVE

A emissora atua na cidade desde novembro de 1995. É uma TV educativa que atinge toda a cidade de Bauru e região. Abrange diversos programas com abrangência de assuntos de interesse eminentemente locais e regionais, com foco em cultura, esportes, economia, educação e política.

Em relação à pesquisa, se a emissora transmite programação religiosa, foi constatado que algumas instituições religiosas da cidade têm espaço em sua grade de horários. A igreja evangélica Bola de Neve produz um programa chamado Space Teen, exibido toda sexta para sábado, às 0 hora e trinta minutos, e reexibido aos domingos. O programa é gravado na própria emissora.

Todos os dias, com inserções de cinco minutos, sempre antes do jornal da emissora, há a exibição do programa Momentos de Reflexão, de gênero católico, apresentado pelo padre Damásio. Com exibição todas as terças-feiras, às 10 horas da manhã, o programa evangélico da Casa da Benção, também têm espaço de uma hora semanal na emissora e o conteúdo é gravado na própria emissora.

Com dois horários na grade da emissora, o Programa Despertar da TV CEAC (Centro Espírita Amor e Caridade) é transmitido toda quarta-feira às 9 horas, com

duração de uma hora e meia, e também as sextas, no horário das 15 horas e trinta minutos, com duração de duas horas e trinta minutos. Durante a semana, portanto, o programa tem 4 horas de exibição. A TV CEAC envia o programa já gravado em arquivo para a emissora transmitir.

A igreja evangélica Comunidade Restaurar produz o Programa Restaurar, apresentado de segunda a sexta às 7 da manhã, com duração de uma hora e aos sábados e domingos, às 9 da manhã. No total da semana, o programa ocupa 7 horas de veiculação. O programa é produzido pela própria igreja e então enviado em arquivo para o canal TV Prevê.

Todos esses programas são exibidos com a legenda de apoio cultural. O decreto nº 5.396 de 21 de março de 2005, declara que:

Art. 1º As organizações sociais que exercem atividades de rádio e televisão educativa podem receber recursos e veicular publicidade institucional de entidades de direito público ou privado a título de:

I - apoio cultural à organização social, seus programas, eventos ou projetos; e

II - patrocínio de programas, eventos ou projetos.

Art. 2º A publicidade institucional poderá ser veiculada nos intervalos de programas, eventos ou projetos, bem assim nos intervalos da programação, conforme o que for estabelecido em prévio ajuste entre o patrocinador e o patrocinado.

Art. 3º No caso de apoio cultural a determinados programas, eventos ou projetos, é facultada a indicação da entidade apoiadora no seu início ou fim.

Art. 4º O patrocínio poderá estar vinculado a um determinado programa ou a uma programação como um todo, a um determinado evento ou projeto ou a um conjunto de eventos ou projetos.

No entanto, o mesmo decreto afirma que uma entidade educativa não pode cobrar pela veiculação de anúncios que configurem comercialização.

Art. 6º É vedada às organizações sociais que exercem atividades de rádio e televisão educativa a veiculação remunerada de anúncios ou outras práticas que configurem comercialização de seus intervalos.

Art. 7º A publicidade institucional veiculada por organizações sociais que exercem atividades de rádio e televisão educativa deverá observar o atendimento, exclusivamente, da finalidade social da atividade educativa e cultural da organização.

Durante o desenvolvimento do trabalho, foi feita uma consulta à emissora para a locação de horário para programação religiosa. A direção da emissora informou que tem horários negociáveis em diferentes períodos, podendo ser alugados por períodos de 30 minutos ou uma hora e que os preços podem variar entre 2 as 5 mil reais em cada período. Por se tratar de uma concessão como canal educativo, a emissora não poderia comercializar espaços em sua grade com esse intuito financeiro, pois a lei prevê que a radiodifusão educativa destina-se exclusivamente à divulgação de programação de caráter educativo- cultural e não tem finalidades lucrativas.

9.16 TV CÂMARA

A cidade ainda conta com uma emissora legislativa, a TV Câmara. O canal produz cerca de 12 horas de conteúdo diários de programação própria e intercala a grade da programação com a TV do legislativo. Não há na emissora espaço para grupos religiosos.

10 CONCLUSÃO

O presente texto monográfico teve como objetivo discutir o uso das programações religiosas nos meios de comunicação, em especial, o rádio e a TV. Vimos por meio deste estudo, que a ligação entre igreja e mídia não é recente, mas sim que essas instituições andam “juntas” desde o surgimento do rádio e da televisão.

Essa união fez com que as igrejas crescessem em progressão geométrica. Multiplicaram seus membros, seus templos, seus domínios e também o espaço nos meios de comunicação. Igrejas evangélicas como Universal do Reino de Deus, Internacional da Graça, Mundial do Poder de Deus, Plenitude do Trono de Deus, Renascer e Deus é Amor, entre outras, vivem um momento expansivo em suas trajetórias, usam os veículos midiáticos com maiores índices de público no rádio e na TV, para fazerem crescer seus grupos econômicos e as suas instituições religiosas.

Ao procurar uma estação de rádio qualquer ouvinte acaba se deparando com programações de caráter religioso. O mesmo caso acontece quando um telespectador liga o seu aparelho de TV e também se depara com vários canais com programação religiosa. Esse domínio das igrejas sobre os meios estudados ocorre seja pelo aluguel de horários nos canais radiofônicos e televisivos, ou pelo fenômeno do momento, que é a compra de canais por grupos religiosos, que cresce cada vez mais no país.

O trabalho também mostra como se dá o sistema de outorgas no país, os processos e normas que precisam ser estabelecidos sejam para uma concessão comercial, comunitária ou educativa. A falta de fiscalização pelo Ministério das Comunicações faz com que grupos políticos e religiosos tenham impérios comunicacionais e dominem os canais de rádio e TV pelo país.

Mesmo que a Constituição de 1988 tenha reafirmado que o país é laico, ou seja, que o Estado não tem religião oficial e não se subordina aos preceitos e valores religiosos, vemos as igrejas adquirindo redes inteiras de meios de comunicação. O país sofre pela falta de fiscalização das concessões públicas de TV e rádio. Não ocorre a conferência dos tipos de veiculação, não se busca avaliar se as outorgas estão sendo usadas para o real objetivo presente na Constituição.

Emissoras comerciais vendem suas grades inteiras para a programação das igrejas. A lei determina que as emissoras não podem vender mais que 25% do total de seu horário para finalidade comercial publicitária. Grandes emissoras deixam de cumprir sua função pública, de abrir mais vagas de emprego, para lucrar comodamente com o aluguel de horários nobres para diversas igrejas.

Para concluir nossos argumentos, não é necessário apenas analisar veículos metropolitanos com alcance e padrão nacional e internacional. Em Bauru vimos o exemplo da Rádio Bandeirantes, que vende sua grade de horários completa durante a semana e aos sábados, por um valor “módico” de 580 reais à hora veiculada. A missão legal do concessionário, de prestar informação ao cidadão, de trazer entretenimento sadio, de prestar serviços de utilidade pública ao ouvinte, não é cumprida, e, portanto, não existe mais. Com exceção durante o horário de transmissão da Voz do Brasil, de segunda a sábado, todos os horários são preenchidos por programas religiosos, de tantas denominações cristãs. Onde está a fiscalização? A Constituição estabelece uma norma, que não é cumprida. Quem perde com isso são os ouvintes e os telespectadores.

As igrejas dizem que se utilizam dos meios de comunicação para alcançar cada vez mais fiéis, mas a radiodifusão tem se transformado num verdadeiro “mercado religioso”. Pregam a teologia de prosperidade, de sucesso financeiro, do milagre fácil e abundante! Pregadores repetem, no ar, números das contas bancárias de suas igrejas, reiteram pedidos para que ouvintes e telespectadores façam depósitos de dízimo e de doações “voluntárias”. São vendilhões hertzianos de templos sem muitas virtudes, de vagas no céu, que podem ser pagas em módicas prestações! Quanto maior é o poder econômico e financeiro do grupo religioso, mais frequentes são seus programas televisivos e radiofônicos. Os constantes aparecimentos nas telas de TV e no rádio permitem crescentes arrecadações financeiras que alimentam o círculo vicioso da indústria midiática da fé.

Mais concessões são distribuídas para líderes religiosos, que também se confundem com interesses de grupos políticos e empresariais, numa verdadeira ciranda de benditos resultados para quem os têm, mas que parecem não vir de nenhuma fonte divina. Concessões comunitárias e educativas vendem horários para as mais variadas igrejas; aquelas com mais condições financeiras têm preferência de horários e de espaços.

No caso das emissoras comunitárias, a constituição determina que elas não devem servir aos interesses de segmentos particulares da sociedade. Podemos, nesse sentido, inserir as igrejas, ou os indivíduos que as utilizam como fonte de renda. Anteposta de aluguel de horário à rádio comunitária da cidade, a direção mostrou saber que não é permitido, mas não descartou a possibilidade futura. No país todo, as igrejas também dominam os veículos comunitários.

Observamos ainda as rádios educativas, como no caso da emissora Gospel FM, ligada à Igreja Evangélica Renascer. Ao invés de se destinar exclusivamente à divulgação de programação de caráter educativo-cultural sem finalidades lucrativas, a programação é baseada em cultos, pregações e programas com clara intenção de arrecadar dinheiro para a Igreja. Em Bauru, vimos que a Rádio UNESP, uma emissora educativa pública, presta um serviço digno de exemplo, atuando com seriedade para cumprir a lei.

A TV Preve em Bauru, mesmo sendo uma concessão educativa, veicula programas religiosos e vende horários da emissora. A direção disse que o valor de um programa entre trinta minutos e uma hora de duração pode variar de dois a cinco mil reais.

Realmente, o quadro de desrespeito às leis de radiodifusão é aterrador e não há indícios de que o problema de “segurança nacional” será resolvido em curto prazo. O Ministério das Comunicações deveria fiscalizar e punir os canais de rádio e TV que descumprirem as normas estabelecidas pelas outorgas. A população também deveria lutar por seus direitos, pois as concessões são públicas e não deveriam ser privatizadas.

Este trabalho não tem o objetivo de criticar nenhum tipo de religião, de afrontar nenhuma crença ou julgar alguma instituição religiosa. A pesquisa nos mostra as infrações cometidas pelos veículos de comunicação, que não seguem as normas estabelecidas no ato de suas concessões. Também evidenciamos algumas falhas quase primárias de fiscalização das outorgas e as políticas de renovações automáticas, sem que haja nenhum tipo de averiguação para verificar se o concessionário respeitou a legislação em vigor e cumpriu, minimamente, os critérios estabelecidos pelo Estado e pela sociedade brasileira.

Portanto, esse “mercado da fé”, usado insistentemente pelas igrejas com fito de lucro, traz a deterioração da função social e cultural do rádio e da TV e ainda contribui para o aumento do desemprego das categorias profissionais das emissoras

de radiodifusão. Que o Estado cumpra o seu dever e mantenha a sua ordem como laico, como reza a Constituição. Que a população lute pelos seus direitos, pois as concessões são públicas e pertencem ao conjunto da sociedade brasileira. Elas não são propriedades vitalícias e hereditárias de grupos políticos, religiosos ou econômicos, como muitos nos fazem crer.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA repórter social. Disponível em <<http://www.andi.org.br/portal-andi/veiculo/agencia-reporter-social-brasil>>

BRASIL. Constituição Federal de 1988. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>

CABELLO, A. R. G. **Construção do texto radiofônico**: o estilo oral-auditivo. *Alfa*, São Paulo, v. 39, p. 145-152, 1995.

CAMPOS, Leonildo S. **Evangélicos, pentecostais e carismáticos na mídia radiofônica e televisiva**. Revista USP, n. 61, março-maio 2004.

CAMPOS, Leonildo S. **Evangélicos e Mídia no Brasil: Uma história de acertos e desacerto**. Revista de estudos da religião, setembro, 2008.

CAPPARELLI, Sérgio; SANTOS, Suzy dos. **Crescei e multiplicai-vos**: a explosão religiosa na televisão brasileira. Porto Alegre. Dezembro, 2004.

CAPPARELLI, Sérgio; SANTOS, Suzy dos. **Coronelismo, radiodifusão e voto**: a nova face de um velho conceito. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (Org.). Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia. São Paulo, 2005, v. 1, pp. 77-101.

CUNHA, Magali do Nascimento. **O conceito de Religiosidade Midiática como atualização do conceito de Igreja Eletrônica em tempos de cultura “gospel”**. XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05 de Setembro de 2002.

ENTREVISTAS com diretores dos veículos de comunicação da cidade de Bauru e líderes religiosos

ESPÍRITAS querem programas de TV como os dos evangélicos. Disponível em: <<http://lpc.org.br/espíritas-querem-programas-de-tv-como-os-dos-evangelicos/>>

FERNANDES, Mario Luiz; CANDATEN, Rafael. **Nas ondas da fé: as rádios religiosas no Vale do Itajaí**. UNESCO - Congresso Multidisciplinar de Comunicação para o Desenvolvimento Regional São Bernardo do Campo - SP. Brasil - 9 a 11 de outubro de 2006 - Universidade Metodista de São Paulo.

FHC distribuiu rádios e TVs educativas para políticos. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u36586.shtml>>. Acessado em 20 de fevereiro de 2015

FOLHA denuncia distribuição de emissoras a políticos. Disponível em <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/folha-denuncia-distribuicao-de-emissoras-a-politicos>>

FUSER, Bruno. **Rádios comunitárias em Campinas**: a perda de espaço da alternativa popular. Trabalho apresentado no XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – 2002. Salvador - BA, 2002

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

IGREJAS injetam mais de um bilhão na TV; ação judicial preocupa redes. Disponível em: <<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/igrejas-injetam-mais-de-r-1-bi-na-tv-acao-judicial-preocupa-redes-5863>>

INTERVOZES, Informativo. **Concessões de rádios e TV**: onde a democracia ainda não chegou. São Paulo. Novembro, 2007.

JÚNIOR, Luis de Castro Campos. **Pentecostalismo e o Rádio: Relações entre Religião e Comunicação**. Disponível em:

<encipecom.metodista.br/mediawiki/images/b/b1/GT7_-_019.pdf>. Acessado em 17/02/2015.

LACERDA, Lucelmo. (2006) **Fogo na Televisão: Ofensiva eletrônica da Renovação Carismática Católica**. São Paulo. Revista Espaço Acadêmico, ano 05, nº58, Março de 2006.

LIMA, Venício A. e LOPES, Cristiano Aguiar. **Coronelismo Eletrônico de novo tipo (1999 - 2004): as autorizações de emissoras como moeda de troca de barganha política**. Brasília, 2007. Disponível em:

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/download/Coronelismo_eletronico_de_novo_tipo.pdf> Acesso em: 02 de março de 2015.

MAGNONI, A. F.. **“Estudo Comparativo do Processo de Implantação da Televisão Digital Terrestre no Brasil e na Argentina”** Relatório de atividades apresentado em 2011, à Pró-Reitoria de Pesquisa da Unesp, de estágio de pós-doutoramento realizado na Universidad Nacional de Quilmes, Argentina, em 2010.

MAGNONI, A. F. **Primeiras aproximações sobre pedagogia dos multimeios para o ensino superior**. 2001. Tese (Doutorado em Educação). Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Marília, 2001.

MARCELO, Adriana Rabelo Rodrigues. **O rádio como difusor da cultura religiosa: uma análise do programa “Encontro com os Romeiros”**. Acervo On-line de Mídia Regional, ano 11, vol. 6, n. 6, p.3-9, mai/ago 2007.

MUÇULMANOS fazem plano de lançar emissora de TV e revista para crescer no Brasil. Disponível em: <http://noticias.gospelmais.com.br/muculmanos-planos-lancar-tv-crescer-brasil-74320.html>>

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Rádios Comunitárias no Brasil: da desobediência civil e particularidades às propostas aprovadas na CONFECOM.** Trabalho apresentado ao GT Economia Política e Políticas de Comunicação, Encontro Anual da Compós. PUC-Rio de 8 a 11 de junho de 2010.

PRADO, Tarcis. **O Ministério Radiofônico Evangélico no Brasil Atual,** São Bernardo do Campo, Faculdade de Teologia da Igreja Metodista, 1969.

PRATA, Nair (Org.). **Panorama do rádio no Brasil.** Florianópolis: Insular, 2011.

PROIBIÇÃO de aluguel de programas na TV irrita evangélicos. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/geral/proibicao-de-aluguel-de-programas-na-tv-irrita-evangelicos/>>

_____. Projeções sobre o rádio digital brasileiro. In: _____ (org.); CARVALHO, J. M. (org.). **O novo rádio.** Cenários da radiodifusão na era digital. São Paulo: SENAC, 2010, p.113-149.

SANTANA, Luther King de Andrade. **Religião e Mercado: A Mídia Empresarial-Religiosa.** Revista de Estudos da Religião, n.1, 2005/PP.54-67.

VIEIRA, Beatriz Trezzi. **O Conteúdo Religioso em Radiojornais de Emissoras Católicas.** Trabalho apresentado no DT 4 – Audiovisual do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 3 a 5 de julho de 2013. Disponível em <http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1012-1.pdf>.

SITES CONSULTADOS:

www.mc.gov.br/acoes-e-programas/radiodifusao

www.mc.gov.br/

<http://www.redealeluia.com.br/emissoras-2>

http://renasceremcristo.com.br/renascer/#.VRhi8vnF_fl

<http://www.redegospel.tv.br/site/redegospel>

http://www.ongrace.com/portal/?page_id=7

<http://www.impd.org.br/portal/index.php?link=institucional>

<http://www.iaptd.com.br/>

<http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/23522-90-da-populacao-brasileira-tem-acesso-ao-radio-aponta-pesquisa-ibope-media>

<http://www.abert.org.br/web/index.php/quemsomos/historia-do-radio-no-brasil>

<http://www.mc.gov.br/o-ministerio/170-sem-categoria/22023-radio-comunitaria>

<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/COMUNICACAO/92844-PROJETO-PERMITE-PROGRAMA-RELIGIOSO-EM-RADIO-COMUNITARIA.html>

<http://censo2010.ibge.gov.br/noticias->

[censo?view=noticia&id=1&idnoticia=2170&busca&t=censo-2010-numero-catolicos-cai-aumenta-evangelicos-espiritas-sem-religiao](http://censo2010.ibge.gov.br/noticias-censo?view=noticia&id=1&idnoticia=2170&busca&t=censo-2010-numero-catolicos-cai-aumenta-evangelicos-espiritas-sem-religiao)

<http://www.sni.org.br/snitv/programacao-tv.php>

<http://www.shalombrasil.com.br/pages/quemsomos>

<http://www.messianica.org.br/>

<http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=25858>

<http://radiobandeirantesbauru.com.br/index.php?modulo=programas&dia=segunda>

<http://87fmbauru.com.br/>

<http://www.fm923.com.br/>

<http://www2.camara.leg.br/comunicacao/rede-legislativa-radio-tv/noticias-1/bauru-se-prepara-para-instalacao-da-radio-camara>

<http://94fm.com.br/nossa-historia/>

<http://www.96fmbauru.com.br/>

<http://topfm.sp.com.br/>

<http://www.redealeluia.com.br/>

<http://www.radio.unesp.br/>

<http://radio.cancaonova.com/rede-cancao-nova-de-radio/>

<http://auriverde.am.br/>

<http://redeglobo.globo.com/sp/tvtem/>

<http://www.recordpaulista.com.br/portal/>

<http://www.tvpreve.com.br/base.asp>

<http://www.bauru.sp.leg.br/imprensa/tvcamara>

<http://www.tv.unesp.br/>

<http://www.mc.gov.br/dados-do-setora>