

Uma guerra santa no ar? (A participação de evangélicos e católicos no rádio carioca)

Sonia Virgínia Moreira
Universidade do Estado do Rio de Janeiro

RESUMO

O texto pretende analisar a proliferação das emissoras evangélicas e as vinculações políticas de alguns "pastores eletrônicos" a partir da década de 80 no Brasil, assim como o início da reação da Igreja Católica a essa situação, com o lançamento da Rádio Central no Rio de Janeiro em dezembro de 1992.

Palavras chave: Comunicação e política, Comunicação e religião, Rádio: emissoras evangélicas e católicas.

RESUMEN

El texto pretende analizar la proliferación de las emisoras evangélicas y las vinculaciones políticas de algunos "pastores evangélicos" a partir de la década de los 80 en el Brasil, como también el inicio de la reacción de la Iglesia Católica frente esta situación, con el lanzamiento de la *Rádio Central* en Rio de Janeiro en Diciembre de 1992.

Palabras clave: Comunicación y política, Comunicación y religión, Radio: emisoras evangélicas y católicas.

ABSTRACT

This paper analyzes the expansion of evangelic radio stations proliferation and the politic relationship of some "protestant missionaries" since 1980 in Brazil. It also examines the initial reaction of the Catholic Church against this situation, by the activities of the new *Rádio Central* (Central Radio) in Rio de Janeiro, december 1992.

Keywords: Communication and politic, Communication and religion, Radio: evangelic and catholic stations.

INTRODUÇÃO

Na manhã do dia 4 de maio de 1993 os ouvintes cariocas acordaram com uma rádio AM convencional a menos e se surpreenderam com o início das transmissões, na mesma frequência do *dial*, de mais uma emissora evangélica no rádio local. A novidade partia da concretização das negociações que resultaram na venda da Rádio Jornal do Brasil AM — por cerca de 2,5 milhões de dólares — para o pastor evangélico Francisco Silva, eleito em 1990 deputado federal pelo Partido Progressista do Rio de Janeiro.

Não fosse a JB uma rádio com longa história e tradição, caracterizadas essencialmente pela ênfase e reconhecida credibilidade na área de cobertura jornalística (além da ironia de ter sido uma rádio comprometida com o ideário católico, mantido pelo menos até a morte da Condessa Pereira Carneiro), essa transação comercial talvez não tivesse alcançado tamanho impacto, ultrapassando os limites da audiência cativa da emissora.

Criada em setembro de 1935 e responsável durante as últimas três décadas pela transmissão dos principais fatos jornalísticos locais, nacionais e internacionais, parte da proposta da Rádio Jornal do Brasil AM (que valorizava o slogan “música e informação”) foi assimilada pelo canal em FM do grupo JB, que assumiu os principais programas jornalísticos do AM, em especial as quatro edições diárias do noticiário *Jornal do Brasil Informa*, desde a década de 60 uma das marcas registradas da (agora extinta) emissora.

Entre os protestos mais veementes por parte dos ouvintes, vale a pena registrar o do jornalista Sérgio Cabral que, em artigo publicado em uma das edições de maio de 1993 da revista *Veja Rio*, se queixava: “O ponteirinho percorre o *dial* e é uma pregação atrás da outra. Eu era ouvinte da Rádio Jornal do Brasil AM. Saiba o leitor que tudo que escrevi nos últimos anos — livros, crônicas, matérias para jornais e revistas, discursos, tudo — contou com a trilha sonora da Rádio Jornal do Brasil AM. As vozes dos seus locutores me são tão familiares que chego a adivinhar a cara de cada um”. E anunciava: “Mas a JB AM foi vendida para um deputado evangélico e agora só fala em religião. Mudei para a JB FM, já que não pretendo mudar minha crença religiosa”.¹

A venda da Jornal do Brasil AM, por ser o caso mais recente, de certa forma inesperado e aquele que ganhou maior repercussão, serve para ilustrar na medida exata o avanço das seitas evangélicas registrado a partir da primeira metade dos anos oitenta no rádio brasileiro. Tamanha ofensiva e poder econômico já começam a surtir alguns efeitos, entre os quais se destaca a reação por parte de representantes da Igreja Católica, que desde dezembro de 1992 subsidia a programação religiosa de um novo canal radiofônico: a Rádio Catedral, ligada à Arquidiocese do Rio de Janeiro.

¹ Sérgio Cabral. “Ave Maria no morro: nada contra a religião mas sambar não é pecado”. Rio de Janeiro, *Veja Rio*, 19 de maio de 1993, p. 58.

Ao tentar traçar uma ponte entre a história recente e a situação atual do rádio religioso - principalmente no Rio de Janeiro - este texto pretende acrescentar informações que contribuam para uma avaliação de dois pontos correlatos: o papel do rádio como o mais popular veículo de comunicação e o crescente estreitamento nas relações desse meio com as formas de poder (tanto o político como o religioso) instituídas no Brasil.

IGREJAS EVANGÉLICAS: O MILAGRE DA MULTIPLICAÇÃO DE CANAIS

Um estudo sobre o crescimento de programas e emissoras evangélicas no Rio de Janeiro revela, de imediato, alguns aspectos facilmente identificáveis, entre eles a solidificação de discretos mas poderosos conglomerados de meios de comunicação religiosos e a progressiva inserção dos chamados *pastores eletrônicos* em grupos político-partidários de expressão regional ou nacional.

Os primeiros indícios dessa participação evangélica têm origem em 1975, quando o pastor Nilson Fanini (ligado à Primeira Igreja Batista de Niterói) iniciou a transmissão do programa religioso *Reencontro*, que chegou a ser reproduzido por cerca de 40 emissoras radiofônicas, dentro e fora do estado do Rio. O sucesso de tal empreitada culminaria em 1983 quando, um ano e três meses depois de participar de um culto cívico-religioso promovido por Fanini no estádio do Maracanã (ao lado de cinco ministros de Estado), o então general-presidente João Figueiredo assinou decreto concedendo ao pastor o canal 13, TV Rio, por um período de 15 anos. Era uma espécie de pagamento ao dirigente religioso, que na sua "cruzada" havia ajudado a eleger alguns candidatos locais pertencentes ao partido governista da época, o PDS.

Desde 1977, porém, quando o ex-funcionário público estadual Edir Macedo iniciou em um subúrbio carioca a trajetória da hoje próspera Igreja Universal do Reino de Deus (com cerca de 700 templos no país e ramificações inclusive nos Estados Unidos, Portugal, Espanha, Argentina, Uruguai, Colômbia e Angola), a linha de atuação adotada pela maioria das seitas religiosas pentecostais popularmente conhecidas como "evangélicas" tem incluído a utilização do rádio não só para expandir o número de fiéis como para, simultânea e determinadamente, projetar nomes e — assim — conquistar espaços no campo da política.

Nas eleições de 1986, para se ter uma idéia, 32 deputados evangélicos chegaram à Câmara Federal, sete dos quais representando o Rio de Janeiro e eleitos por diversos partidos — entre os quais o PT, o PDT, o PRN, o PTB e o PDC. Dos 32 deputados, 25 seriam mais tarde identificados com o chamado *centrão* (grupo de políticos que nas votações cruciais da Câmara alinhava-se com os representantes governistas) e conhecido por exercer na prática a máxima (deturpada de S. Francisco de Assis) do "é dando que se recebe".

Foi graças aos votos dos deputados do Centrão, por exemplo, que em 1988 o ex-presidente José Sarney conseguiu a prorrogação de seu mandato de quatro para cinco anos, concretizada via uma farta distribuição de canais (especialmente rádios FM) promovida junto aos congressistas da época, entre eles vários pastores evangélicos.

Artigo publicado alguns anos depois na revista *Imprensa*, confirmava um dos frutos desse tipo de aliança política, ao demonstrar a crescente participação dos deputados evangélicos na Câmara Federal eleitos (ou reeleitos) em 1990. Elaborado a partir de dados fornecidos pelo Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (DIAP), o texto revela que “os pastores eletrônicos se multiplicam pelo país e alguns já se envolvem em negócios de milhões de dólares na compra de estações de rádio e TV. Amparados no poder de difusão e persuasão dos veículos, a cada eleição eles aportam em maior número no Congresso”. E esses números são convincentes: a bancada evangélica no Congresso Nacional soma hoje cerca de 80 parlamentares.²

No caso específico do Rio de Janeiro, o estado conta com pelo menos três representantes de peso entre os deputados federais evangélicos, também proprietários de emissoras: Arolde de Oliveira, do PFL, que mantém duas participações diárias em programas religiosos de sua própria rádio — a El Shaddai (que em hebraico significa “Deus todo poderoso”), uma das duas emissoras FM locais sob o controle de evangélicos, com a média de 386 mil ouvintes mensais de acordo com o IBOPE; Laprovita Vieira, do PMDB, que além de representar o “bispo” Edir Macedo no Congresso, é dono de uma rádio AM; e Francisco Silva, do PP, que antes da recente aquisição da JB AM já era proprietário da rádio Melodia FM, uma emissora comercial comum, com estúdios localizados em Petrópolis até ser comprada pelo pastor/deputado no final da década de 80.

Um levantamento do total das rádios AM e FM em operação apenas na cidade do Rio de Janeiro indicava que, em agosto de 1993, dez das 23 emissoras em AM e dois dos 21 canais em FM pertenciam a grupos evangélicos ligados a diversas seitas, distribuídos da seguinte forma:

— **Emissoras AM:** Rádios Copacabana, Ipanema, Record e Universal (todas ligadas à Igreja Universal do Reino de Deus), Rádio Boas Novas (Associação Cristã maranata), Rádio Relógio (Igreja Nova Vida, de onde saiu o “bispo” Macedo para fundar a Universal), Rádios Solimões, Ebenézer (do hebraico “Até aqui Deus nos ajudou”) e Brasil, ex-JB, (ligadas à Assembléia de Deus).

— **Emissoras FM:** Rádio Melodia (Assembléia de Deus) e Rádio El Shaddai (Batista).

Tudo isso sem contar os horários comprados da programação de outras rádios convencionais, geralmente destinados à transmissão de cultos ou programas religiosos. Dessa lista fazem parte as seguintes emissoras AM: Metropolitana e Rio de Janeiro (ambas encarregadas de retransmitir os cultos dominicais da Primeira Igreja Batista do Rio), mais as rádios Guanabara, Mauá, Imprensa e Capital (que vendem espaços nas suas respectivas programações tanto para a transmissão de cultos como para a veiculação de programas religiosos produzidos por inúmeras seitas evangélicas).

² Nélio Lima. “O quarto poder nas mãos da política”. São Paulo, *Imprensa*, Ano V, Nº 52. dezembro de 1991, p. 17.

A possibilidade de apresentação de programas próprios, transmitidos na frequência de várias rádios comerciais, é facilitada atualmente pelo trabalho desenvolvido por algumas produtoras evangélicas voltadas exclusivamente para esse fim. Um exemplo é a Juratel (Junta de Rádio e Televisão), produtora da Igreja Batista que, sediada em Campinas (SP) e com equipamentos doados pela Junta de Richmond (a Convenção Batista do sul dos Estados Unidos), produz programas para rádio e TV distribuídos por emissoras localizadas em todo o país.

Considerando apenas os 12 canais radiofônicos exclusivamente evangélicos do Rio de Janeiro, no entanto, o emprego do rádio para veiculação de músicas, acontecimentos, pregações, curas divinas, cultos e uma variedade de atrações de cunho religioso atingia — no primeiro semestre de 1993 — o total de 295 horas (ou 16.780 minutos) semanais de programação destinadas à evangelização, das quais 20 horas para noticiários, 21 horas para cultos, 22 horas para estudos bíblicos e a impressionante marca de 232 horas para programas de pregação evangélica.

AS REVELAÇÕES DO CENSO INSTITUCIONAL EVANGÉLICO (CIN)

Além desses dados numéricos relativos ao uso do rádio pelos evangélicos, outras informações são fundamentais para compreender como e em que medida acontece a expansão das seitas (e, na sequência, dos canais religiosos) a partir da década de 80 no Brasil. Sob esse aspecto, as contribuições mais significativas provêm do Censo Institucional Evangélico (CIN), realizado entre 1990 e 1992 pelo ISER (Instituto Superior de Estudos da Religião) na região metropolitana do Rio de Janeiro.

O Censo serviu para demonstrar — e comprovar — o crescente poder dos dirigentes evangélicos ao detalhar, entre outras coisas, que:

- existem hoje no país duas vertentes básicas de igrejas evangélicas: as históricas (Convenção Batista Brasileira, Congregacional, Presbiteriana, Adventista, Metodista e outras menores) e as pentecostais (Assembléia de Deus, Universal do Reino de Deus, outras Batista, Casa da Bênção, Congregação Cristã, Evangelho Quadrangular e Metodista Wesleyana, entre as principais);

- desde 1989 surge, pela média, uma nova igreja evangélica a cada dia útil no estado do Rio, das quais 80% somente na região metropolitana da cidade do Rio de Janeiro;

- dos 3.477 templos evangélicos cadastrados pelo Censo, a grande maioria está localizada na Baixada Fluminense (1.237 templos) e nos subúrbios do Rio (1.359 templos), enquanto a região de Niterói e a Zona Sul da cidade somam apenas 881 templos;

- do total de 3.477 templos, 1355 (39%) pertencem às igrejas históricas e 2.122 (61%) às seitas pentecostais.³

³ Censo Institucional Evangélico. Rio de Janeiro, ISER, 1992.

Além disso, calcula-se que existam hoje somente na região metropolitana do Rio de Janeiro cerca de um milhão e 500 mil evangélicos, que na realidade representam uma fatia razoável de um rebanho muito maior de fiéis, significativo o suficiente para incentivar a publicação de 20 jornais, alimentar a produção de 45 gráficas/editoras e de oito gravadoras/distribuidoras de discos e permitir o consumo proporcionado por 38 livrarias e 30 locadoras de vídeo.

Dai a importância de se resgatar algumas indagações formuladas por estudiosos da área, como o pastor José Bittencourt Filho, que em uma edição da revista *Tempo e Presença*, enumerava os seguintes pontos a serem esclarecidos: “Nesse conjunto complexo de grupos, comunidades, movimentos, organismos, igrejas e denominações, são pertinentes alguns questionamentos preliminares, a saber: Quem cresce? Por que cresce? Como cresce? Quais as relações com o ideário religioso massivo? Quais as relações internas de poder? Quais as relações com o poder constituído?”⁴ A essas perguntas, uma outra deveria ser acrescentada: em que medida o rádio tem desempenhado uma função decisiva ao contribuir com o ritmo acelerado de expansão das seitas evangélicas?

Ao considerar apenas o Rio de Janeiro, o conjunto de informações evidenciadas pelo Censo Institucional Evangélico e nos arquivos do Centro Ecumênico de Documentação e Informação (CEDI) indica que o rádio está decididamente incluído como parte de uma estratégia imediatista avançada, desenhada para a evangelização em massa de alguns setores da população (em especial o de baixa renda) — fato que não seria de todo surpreendente ou impressionante caso a maioria dos fiéis não representasse, também, um grupo valioso de eleitores em potencial.

ALGUMAS RESPOSTAS DA IGREJA CATÓLICA

Em julho de 1993, matéria na primeira página do *The New York Times* — baseada em declarações de líderes evangélicos brasileiros e pesquisas de um grupo protestante identificado como WEC International — anunciava: “rompendo séculos de tradição no Brasil, milhões de pobres estão abandonando a Igreja Católica e a teologia da libertação para abraçar um protestantismo que oferece um fervente espiritualismo, uma ideologia pró-capitalista de trabalho duro, hábitos de vida sóbrios e aperfeiçoamento individual”.⁵ De acordo com as estatísticas apresentadas na ocasião, o total de protestantes registrados no Brasil havia crescido de 4% para 20% da população entre 1960 e 1990.

Durante essas três décadas, coincidentemente, a participação da Igreja Católica no rádio brasileiro havia evoluído em sentido inverso à dos evangélicos. Da intensa atuação radiofônica no início dos anos sessenta, representada

⁴ José Bittencourt Filho. “Crescimento dos evangélicos — Notas a propósito do CIN-92”. São Paulo, *Tempo e Presença* Nº 269, Ano 15, maio/junho de 1993, p. 54.

⁵ Ana Maria Mandim. “Seitas em expansão”. Rio de Janeiro, *Jornal do Brasil*, julho de 1993.

pela rede de rádio-escolas ligadas ao Movimento de Educação de Base (MEB), nas quais eram trabalhadas formas de conscientização, politização e animação popular, a Igreja chegava aos anos noventa com uma estrutura maior — mas desarticulada — de emissoras. No mesmo período, registrava-se uma expansão gradativa de programas evangélicos: copiada de exemplos estrangeiros, a bem-sucedida experiência no rádio levaria o pastor Manuel de Mello (da igreja pentecostal Brasil para Cristo) a declarar em 1984 que o veículo era a arma mais fantástica já surgida para a evangelização.⁶

Somente nove anos depois, em 1993, a imprensa iria registrar o primeiro contra-ataque dirigido e coordenado por parte dos setores católicos, ao informar que a Igreja espera possuir, até o ano 2000, a sua própria rede nacional de rádio e televisão, formada por um consórcio de pequenas produtoras de programas em áudio e vídeo, além de uma malha de pequenos jornais e revistas, que serão abastecidos de informações por um sistema integrado de computadores ligando todas as dioceses brasileiras.⁷ Os passos iniciais para a concretização desse sistema podiam ser confirmados com a instalação (em outubro de 1992) do projeto Igreja-Sat, formado na época por uma rede nacional que abrangia 25 emissoras radiofônicas ligadas via satélite e lideradas pela Rádio Aparecida, situada em Aparecida do Norte (SP).

O principal objetivo de tal iniciativa tornava-se bastante claro: combater a progressiva influência evangélica nos meios de comunicação eletrônicos para tentar reconquistar segmentos de um público estimado em 110 milhões de católicos, dos quais apenas cinco milhões frequentavam regularmente cultos e atividades paroquiais, segundo fontes da própria Igreja.

Ainda em 1992, no entanto, ao relatar os resultados da recente Assembléia Geral do Episcopado Latino-Americano, o cardeal arcebispo do Rio de Janeiro informava que os bispos reunidos em Santo Domingo haviam acatado os rumos indicados pelo Papa João Paulo II para a área. Na mensagem enviada para reflexão durante o evento, o Papa enfatizava a necessidade de intensificação da presença da Igreja no mundo das comunicações.

Segundo Dom Eugênio Sales, o documento final elaborado pelos bispos reconhecia a importância dos diversos meios eletrônicos ao alcance da Igreja para anunciar o Evangelho e, em uma menção explícita à comprovada vantagem dos evangélicos, alertava “para uma publicidade que introduz amiúde falsas expectativas e cria necessidades fictícias”, ao constatar que “as seitas fazem uso cada vez mais intensivo e amplo dos meios de comunicação”, enquanto “a presença da Igreja no sistema dos *mídia* é ainda insignificante”.⁸

Quanto à importância do uso de um canal radiofônico, o cardeal arcebispo do Rio defendia que “uma emissora de rádio, além de ser um púlpito que

⁶ Hugo Assmann. *A Igreja eletrônica e seu impacto na América Latina*. Petrópolis, Vozes, 1986, p. 129.

⁷ “Rádio e TV entram na briga por audiência”. Rio de Janeiro, *O Globo*, 09 de maio de 1993.

⁸ Dom Eugênio Sales. “A cultura e a fé ganham espaço na Rádio Catedral”. Rio de Janeiro, *O Globo*, 05 de dezembro de 1992, p. 18.

anuncia a Palavra do Senhor ou ilumina com ela os acontecimentos da vida, é uma escola que instrui e forma os cidadãos".⁹

Como se percebe, o rádio também havia sido escolhido para funcionar como o principal veículo de massa propagador da ofensiva católica, apesar das metas da Igreja diferirem do cunho imediatista predominante na maioria das emissoras evangélicas. No rádio católico, as programações foram identificadas com uma missão essencialmente educativa, incluindo desde aulas de catecismo, transmissões das missas dominicais e de cantos gregorianos até uma conexão internacional de comunicação.

Seis meses depois de entrar no ar, porém, a Rádio Catedral do Rio de Janeiro (cuja instalação em 1992 custou cerca de 800 mil dólares aos cofres da Igreja), ainda não havia assimilado essa diretriz educacional. Uma análise dos programas levados ao ar pela emissora em junho de 1993 mostrava que o padrão adotado pela Catedral FM se assemelhava ao estilo instituído pelas suas congêneres comerciais, com o predomínio da transmissão de músicas durante a maior parte do dia.

Como parte das 18 horas diárias no ar, a Catedral apresentava na época apenas seis programas identificados como religiosos, todos de curta duração: *Oração da Manhã* (às 6h), *O santo do dia* (às 8h, 10h e 16h), *Ensino religioso* (às 8h10m), *Oração do Angelus* (às 12h), *Hora do Angelus* (às 18h) e *Oração do Terço* (às 20h). Enquanto isso, a maioria da programação da emissora permanecia ocupada pela veiculação de música pop, popular brasileira e instrumental, como em qualquer FM comum.

A continuar dessa forma, a Rádio Catedral dificilmente poderá ser identificada com a linha preconizada por Dom Eugênio Sales e funcionar como uma emissora "a serviço do homem e das culturas", praticamente o mesmo objetivo defendido por Roquette Pinto ao introduzir o rádio no Brasil em 1923. Na verdade, o intelectual pioneiro jamais teria imaginado que quase na virada do século uma disputa eletrônico-religiosa iria recuperar o seu ideal concebido para o rádio.

O INVESTIMENTO DA IGREJA CATÓLICA NAS POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO

Ainda que esses fatos indiquem uma nova atitude por parte da Igreja em relação ao uso dos meios eletrônicos, a discussão sobre o tema é antiga. Ismar de Oliveira Soares, presidente da União Católica Latino-Americana de Imprensa, afirma que apesar do documento final do III Conselho Episcopal Latino-Americano (realizado em Puebla ainda em 1978) tratar da opção da Igreja pelos pobres, "os pobres optaram pelo rádio e a Igreja se esqueceu de fazer essa opção."¹⁰

⁹ Id., *ibid.*

¹⁰ Ismar de Oliveira Soares. "Não há comunicação se não houver sedução". São Paulo, *Tempo e Presença*, Nº 269, Ano 15, maio/junho de 1993, p. 25.

O que ocorreu no Brasil nas últimas décadas parece ser resultado de uma estratégia adotada pela Igreja para a América Latina, onde os representantes católicos demonstraram estar interessados em analisar, também, o contexto geral dos meios de comunicação dentro de sociedades distintas ao invés de, porexemplo, se dedicar exclusivamente à produção de programas radiofônicos com características particulares, voltados para uma determinada região ou cultura.

Poder de fogo via meios eletrônicos sempre esteve ao alcance da Igreja: das 4.482 estações de rádio AM que existiam na América Latina em 1984, 300 eram católicas, o que representava na época sete por cento das emissoras do continente.¹¹ Menos de uma década depois, as rádios católicas (AM e FM) já chegam a quase 200 apenas no Brasil mas só recentemente, pressionada pela crescente influência das emissoras evangélicas, a Igreja resolveu retomar para valer as propostas de incentivo ao uso do veículo.

A presente situação das emissoras católicas brasileiras reflete um pouco do que acontece no Rio de Janeiro, onde além da recente Rádio Catedral, a Igreja ainda possui dois outros canais (a rádio Carioca AM, na cidade do Rio de Janeiro, e a Católica FM, em Petrópolis): nenhuma dessas emissoras veicula produções dirigidas para uma suposta audiência católica, limitando-se a transmitir programas comuns a qualquer rádio comercial.

Apesar do aparente descaso, outro tipo de atuação tem marcado o trabalho da Igreja em relação aos meios de comunicação. Inúmeros documentos, pastorais e registros comprovam uma permanente atenção a um assunto mais amplo e urgente: o estabelecimento de políticas de comunicação nacionais e internacionais.

Prova disso acontece por exemplo em 1989, quando, ao eleger o tema Comunicação para a Campanha da Fraternidade daquele ano, a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) distribuiu uma espécie de cartilha justificando a escolha do assunto e esclarecendo, entre outros itens, o processo da comunicação, a importância da mídia, relação entre os meios de comunicação e o poder e o significado das políticas de comunicação.¹²

Na mesma publicação, um resumo das atividades e posições da Igreja no campo da comunicação também informava que:

- desde 1959 existe no Brasil uma Rede Nacional de Emissoras Católicas, reforçada em 1976 com a fundação da União de Radiodifusão Católica;

- no final da década de 80 estavam em operação no país 110 emissoras católicas de rádio pertencentes a dioceses, congregações religiosas e grupos de leigos, localizadas predominantemente na região centro-sul;

- para os católicos, igreja eletrônica é uma espécie de “marketing eletrônico” que transforma a fé em mercadoria ou espetáculo e a Bíblia em

¹¹ Departamento de Comunicação Social do CELAM. *Comunicação: missão e desafio*. São Paulo, Edições Paulinas, 1988.

¹² *Comunicação para a verdade e a paz*. Brasília, CNBB, 1989.

um livro de receitas para resolver todos os problemas, não sendo mero fenômeno religioso mas também político, ao existir uma relação ideológica que vincula os seus programas com a massificação do povo para manter a situação política e econômica do país.

— no relacionamento da Igreja com os meios existem duas tendências: a que prioriza o uso instrumental desses meios e a que trata a comunicação como processo.

Quatro anos depois da campanha *Fraternidade e Comunicação*, ao discutir a promoção dos valores éticos como tema da sua 31ª Assembléia — realizada em 1993 em Itaici (SP) — a CNBB voltava a reservar um espaço importante para os meios de comunicação social ao enfatizar que a mídia “tem um papel fundamental na tarefa de informação, formação e promoção cultural a serviço do bem comum”.¹³

De acordo com o pronunciamento final, os bispos reunidos em Itaici reafirmavam que “para manter uma informação livre e honesta, os meios de comunicação precisam superar uma situação de quase monopólio”. Em um recado direto a certos grupos evangélicos, acrescentavam que os veículos de massa “não podem ser geradores de necessidade fictícias, de falsas expectativas”, manipulados para obter “objetivos partidários, enaltecendo ou derrubando instituições e pessoas”.¹⁴

Uma avaliação dos vários documentos produzidos pela Igreja nos últimos anos serve para evidenciar pelo menos dois pontos principais: os dirigentes católicos demonstram extrema preocupação com o avanço sistemático das seitas evangélicas sobre o rádio (ao identificá-lo como o canal de comunicação preferido e ao alcance dos pobres) mas, ao mesmo tempo, reconhecem que apesar de teoricamente possuírem uma das maiores redes de emissoras radiofônicas no país, ainda inexistia uma prática de participação conjunta (envolvendo os núcleos católicos) na programação das inúmeras rádios católicas nacionais.

CONCLUSÕES

Em um país como o Brasil — onde 70% da população é analfabeta ou semi-analfabeta (sabe desenhar o nome mas não sabe ler ou escrever) — pressupõe-se que o rádio seja um elemento indispensável para a veiculação de informações. Comparado à televisão, o rádio permite um acesso mais fácil, já que possuir um pequeno aparelho retransmissor movido a pilha implica em custos significativamente reduzidos.

Essa mesma parcela da população que desconhece a leitura e a escrita compõe o alvo preferido de grande parte dos comunicadores radiofônicos identificados como “populares”. Chega a ser impossível determinar com

¹³ “Conjuntura social e documentação eclesial”. Brasília, *Boletim da CNBB*, 13 de maio de 1993, p. 5.

¹⁴ Id., *ibid.*

precisão o número de programas de rádio apoiados em práticas assistencialistas que hoje permeiam todo o país. Até o momento, inexistem levantamentos globais dessa natureza, enquanto a cada dia e em diversas localidades surge um novo "benfeitor" que se utiliza do rádio para concretizar aspirações pessoais, geralmente ligadas à política partidária.

O uso político do rádio, portanto, não representa uma novidade para os brasileiros: há pelo menos uma década tornou-se bastante comum e freqüente encontrar radialistas (ou pseudo-profissionais do setor) no desempenho das mais variadas funções ou cargos públicos. São prefeitos, vereadores, deputados estaduais ou federais que iniciaram a sua trajetória na vida pública participando de programas radiofônicos e, conforme o sucesso registrado junto à audiência, resolveram investir em carreiras políticas. Ou então políticos de carreira que descobriram no veículo uma maneira de garantir o voto do eleitorado ora dos períodos oficialmente determinados como eleitorais.

A única alteração nessa área tem sido a progressiva invasão da esfera política (regional e nacional) pelos pastores eletrônicos que, como já foi mencionado, se utilizam do exercício de mandatos para alterar seu status — passando de simples apresentadores de programas a proprietários de emissoras de rádio (a grande maioria) ou de televisão (ainda em número restrito).

Entre os modelos mais evidentes do uso combinado do rádio para finalidades religiosas/eleitorais podem ser citadas a Igreja Universal do Reino de Deus, cujos fiéis votam maciçamente nos candidatos indicados pela direção da igreja, independente da sigla partidária, e a Assembléia de Deus, que em 1990 selecionou — apenas no Rio Grande do Sul — sete candidatos da igreja que estariam em condições de se eleger nas eleições daquele ano.¹⁵

Paralelamente, o constante empobrecimento da maior parte do povo brasileiro tem sido explorado como um trunfo por quase todos os políticos evangélicos em atuação no rádio: se pregar a necessidade da fé para a superação das incontáveis adversidades cotidianas, muitos pastores aproveitam a credibilidade induzida pela religião para fazer campanha política em causa própria, conseguindo ser eleitos pelos ouvintes/fiéis/eleitores.

Do outro lado dessa situação encontra-se a Igreja Católica. Ao recusar a utilização do rádio voltada para causas imediatistas, inclusive de promoção pessoal, os representantes católicos podem até ter se afastado da enorme massa de brasileiros hoje carente de todos os tipos de atenção, mas em contrapartida inseriram a Igreja Católica entre os núcleos que atuam com maior vigor na defesa de objetivos a longo prazo, entre os quais um acesso mais justo e equilibrado aos meios de comunicação eletrônicos.

Em outras palavras, conclui-se que um abismo separa a participação os católicos e dos evangélicos no rádio brasileiro, representada por duas posturas distintas e peculiares a cada movimento: enquanto a Igreja Católica propõe um esclarecimento progressivo sobre os direitos de qualquer cidadão mas perde terreno na conquista de fiéis pela via dos meios eletrônicos, as seitas

¹⁵ "Pentecostalismo e política partidária". Rio de Janeiro, *Aconteceu* Nº 548, 1990, p.13.

evangélicas investiram na cópia de modelos estrangeiros de comunicação e transformaram a pregação religiosa em mero trampolim para obter vantagens pessoais.