

Igreja e Comunicação: a experiência católica, passagens pelo tradicional, o popular e o moderno.

Juliana Oliveira ANDRADE¹

Resumo

Este trabalho analisa a trajetória da Rádio católica Dom Bosco com sede na cidade de Fortaleza. A pergunta base da pesquisa foi interrogar quais as diferenças ou singularidades do modelo de comunicação adotado na Dom Bosco para os estilos de comunicação adotados pela Igreja Católica. *A priori*, contextualiza-se como historicamente se delineou as perspectivas da Instituição Católica sobre a utilização dos meios de comunicação identificando um uso tradicional na relação que a Igreja estabeleceu com a comunicação. Verifica-se ainda o surgimento de um compromisso com o social adotado por alguns setores da Igreja Católica brasileira na década de 1960-70 representados pelo projeto radiofônico pela educação de base (MEB) e pelas Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), suscitando destarte o caráter mais combativo das comunicações populares. Constata-se que atualmente, o desembaraçar da problemática do popular, retrocedeu emergindo uma utilização de caráter menos engajado e conservador na difusão da mensagem evangelizadora da Igreja Católica. O popular mobilizado dá origem a um uso mais espetacularizado e de dimensão comercial com um retorno renovado do tradicional que dominava anteriormente.

Palavras-chave: Rádios Católicas, Igreja Católica, Comunicação

Introdução

Os sincretismos de diversificadas significações aliam-se na formação dos paradigmas que orientam a comunicação dentro da Igreja Católica. No entanto, como instituição hegemônica, a Igreja historicamente assegura para si o uso dos meios de forma unilateral, ou seja, pressupõe o falar para o eclesiástico e cabe ao leigo o ouvir, e aceitar. Não obstante, a acentuada mudança nos contextos sócio-históricos das sociedades impõe à pragmática católica a releitura na sua forma de comunicar-se, de se fazer Igreja. Este artigo tem por propósito apontar brevemente os modelos comunicativos historicamente adotados pela Instituição Católica e paralelamente apresentá-los num panorama contemporâneo. Para a conclusão deste propósito analisa-se a trajetória da rádio Católica FM Dom Bosco, 96,1 MHz, visando distinguir a abordagem a que se propõe o diálogo dentro da Igreja e sua dimensão social. Este texto refere-se a uma pesquisa ampla realizado para projeto de finalização de

¹ Estudante do curso de graduação de Comunicação Social- Publicidade e Propaganda. Faculdade Evolutivo-FACE; Fortaleza - CE. *Email:* Andrade.julianas@gmail.com



curso, com base em pesquisa bibliográfica e documental remetendo-se ao estilo radiofônico utilizado no programa e sua grade comercial.

1. A Igreja Católica e os meios de comunicação: Perspectivas históricas

As relações históricas entre a Igreja Católica e os meios de comunicação partem de uma realidade intrinsecamente ligada a defesa de seu dogmatismo. Com a progressiva perda do monopólio da explicação das “coisas do mundo” ilustrada pela mudança de visão de mundo causada pelo Renascimento Cultural (séc. XIV- XVI) onde se criaram condições para o surgimento do pensamento teológico que determinou a Reforma Protestante no início do século XVI, a Igreja se fecha em seu dogmatismo. Reagindo ao movimento protestante, através do Concílio² do Trento (realizado entre 1545 e 1563) reafirmam-se os dogmas católicos, depurando-se a doutrina e lança-se a excomunhão “a quem se afastasse das verdades da fé contidas no dogma” (MACIEL, Pe, 1984, p. 11).

Sobre os chamados “meios de expressão”, por quatro séculos a instituição Católica assumiu uma postura defensiva em que buscava controlar o conteúdo das mensagens emitidas pelos meios de comunicação em nome da defesa do patrimônio da fé e de sua ordem moral.

No final do século XIX se desenha uma conciliação entre o papado e a imprensa. Segundo o Papa Leão XIII (1878-1903), a imprensa poderia ser utilizada como um instrumento que poderia levar ao povo a mensagem de evangelização. Nesse contexto a imprensa Católica crescia por toda a Europa como arma propagandística em defesa dos ideais cristãos (DELLA CAVA; MONTERO, 1991). No entanto, com o aumento significativo do proselitismo protestante e a estruturação social em torno destas instituições lançando à comunidade eclesial a recuperação dos fiéis perdidos, a Igreja se propõe a um diálogo entre os “pastores” e o “rebanho”.

Essa nova “forma de comunicação” que parece não priorizar uma igreja monolítica e hegemônica culmina no visado Concílio do Vaticano II, anunciado por João XXIII em janeiro

² Na História da Igreja Católica, Concílio é uma reunião de bispos e outros dignitários eclesiásticos, feita com regularidade, para tratar e legislar em matérias de interesse para as Igrejas de determinada região. O Concílio Ecumênico onde se reúnem todos os bispos é convocado e presidido pelo Papa, destina-se a dirimir questões de doutrina e disciplina de interesse para uma Igreja universal.

de 1959 e por ele convocado, onde se organiza a visão moderna da Igreja Católica sobre a sociedade e o fenômeno dos meios de Comunicação. As assembleias conciliares percebendo a importância dos meios de comunicação na propagação do evangelho dedicam a estes um documento, o decreto *Inter Mirifica* sobre os meios de comunicação (4/12/1965) consagrando-os a uma nova forma de evangelização facilitando a dinâmica comunicativa entre os povos (MACIEL, Pe, 1984).

Embora tenha sido escrito num clima de euforia renovadora da Igreja, a noção chave que organiza o decreto é a vigilância visto que, segundo o decreto *Inter Mirifica*, o pontífice “sabe também que os homens podem utilizar tais meios contra o desígnio do Criador e convertê-los em meios da sua própria ruína” (CONC. VATICANO, *Inter Mirifica*, art. 2)”. Destarte,

À Igreja, pois, compete o direito nativo de usar e de possuir toda a espécie destes meios, enquanto são necessários ou úteis à educação cristã e a toda a sua obra de salvação das almas; compete, porém, aos sagrados pastores o dever de instruir e de dirigir os fiéis de modo que estes, servindo-se dos ditos meios, alcancem a sua própria salvação e perfeição, assim como a de todo o gênero humano (CONC. VATICANO II, *Inter Mirifica*, Cap. I, art. 3).

A Igreja se propõe a comunicação, no entanto não a qualquer “tipo” de comunicação, cabe aos pastores instruir o modo de como os fiéis deverão utilizar os meios, logo, pouco avança em relação ao unilateralismo comunicacional preestabelecido entre a Igreja e os fiéis.

A constituição Pastoral *Gaudium et Spes* editada dois dias após o *Inter Mirifica* (6/12/1965), embora não se dirigindo especificamente ao uso dos meios de comunicação, viabiliza o uso dos *media* pela instituição católica quando ressalta o pluralismo das sociedades humanas. Ou seja, partindo do pressuposto dos contextos sociais diferenciados, da diversidade de elementos que influenciam na produção cultural de cada sociedade, criando realidades diferentes e por vezes contrárias, a Igreja se legitima como a instituição atemporal a mediar das contradições e conflitos que surgem destas realidades antagônicas, adaptando sua mensagem dentro dos diversos contextos culturais (DELLA CAVA; MONTERO, 1991).

Quando a Igreja, em virtude da sua missão divina, prega a todos os homens o Evangelho e lhes dispensa os tesouros da graça, contribui para a consolidação da paz em todo o mundo estabelecendo o conhecimento da lei divina e natural como sólido fundamento para a solidariedade fraterna entre homens e entre os povos. É, portanto, absolutamente necessário que a Igreja esteja presente na comunidade das nações, para fomentar e estimular a cooperação entre os homens [...] (VATICANO II, *Gaudium et Spes*, Cap.V, seção II, art. 89).

Logo a Instituição Católica justifica o uso dos meios de Comunicação “como ‘dons de deus’ na medida em que, segundo intenção providencial, criam laços de solidariedade entre os homens [...]” (VATICANO, *Communio et Progressio*, art. 2) e asseguram a igualdade entre eles. Nesse contexto, os MCM aparecem como unificadores da diversidade, porém não comprometidos com seu papel no desvendamento do processo de desigualdade social, como se as desigualdades pudessem ser transformadas a partir da mídia.

Seis anos mais tarde foi publicado a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* (1971), na introdução do documento a Igreja define o que são e para o que são os meios de comunicação social, orientando aos fiéis seu devido uso (VATICANO, *Communio et Progressio*, art. 2). No entanto, pela primeira vez a Instituição Católica parece abdicar do controle da mensagem e tenta compreender o fenômeno comunicativo, embora alertem contra o uso indevido dos meios de comunicação.

Contudo, a comunicação dialogante proposta pela Igreja Católica, conhecedora das desigualdades e formadora de uma consciência crítica pareceu se efetivar a uma espécie de esquerda eclesiástica e na produção de uma comunicação de “povo para povo” nascida na década de 70 e 80, no Brasil e no contexto latino- americano.

2. Igreja e Comunicação Popular

A comunicação Popular, representar uma forma alternativa de se fazer comunicação atribuindo ao “povo” à criação e divulgação dessas mensagens. Originalmente, essa forma de comunicação se remete a um caráter combativo, contestando a manutenção de um status quo injusto e opressor em que as minorias não possuem nenhum tipo de voz ativa (PERUZZO, 2006).

Nas décadas de 1960-70 alguns setores da Igreja Católica adotam o caráter combativo das comunicações populares, quando concebe o povo como gerador de sentido e se articula colocando-se a serviço de uma reflexão crítica da sociedade partindo das classes populares. Esboça-se um comprometimento com a mudança social, ilustrada pelo o apoio de alguns



setores da Igreja às organizações católicas comprometidas com programas de mudança social no Brasil.

2.1. MEB, educação e comunicação integrados

O Movimento de Educação de Base (MEB) surgiu em 1961, por meio de um convênio para fins educacionais entre representantes do eclesiástico católico e o governo de Jânio Quadros. Vinculada a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) e considerado um órgão de colaboração do Ministério da educação brasileiro, das muitas atividades realizadas pelo MEB o que o caracterizava era a comunicação feita através do rádio,

trata-se de ‘um programa de educação de base, adotando medidas necessárias à sua execução através de escolas radiofônicas [...]’ nas atividades relacionadas à alfabetização funcional e a educação de adultos [...] (PUNTEL, 1984, p.31-32).

O movimento “segundo seus objetivos ‘não visa apenas alfabetizar e escolarizar [...]’ Trata-se de levar o homem à compreensão do meio em que vive e a participar eficazmente do processo a qual faz parte” (*Ibid*). Embora adotasse em sua metodologia uma orientação definida nacionalmente, respeitava-se e adquiriam para sua linguagem educacional características da localidade onde está inserida.

Como o mencionado o MEB, além de alfabetizar, buscava uma integração da comunidade com a sociedade, em outras palavras, através do rádio com interpretações de textos com situações e palavras próprias do povo, buscava a conscientização das potencialidades econômicas e culturais da comunidade. Destarte, “desde seus primeiros anos de vida o MEB, [...] concedeu grande importância às formas de associação – sindicatos e cooperativas” (PUNTEL, 1984, p. 32).

Em 1962, o MEB começa a elaborar uma cartilha complementar que alfabetizando fosse transmissora de uma mensagem conscientizadora. A cartilha “Viver é Lutar” é apresentada ao público com uma tiragem de 50 mil exemplares em janeiro de 1964 (PUNTEL, 1984). Entretanto, a situação política nacional caminhava para o golpe militar, a denúncia que partia da suposta aproximação do então presidente João Goulart (1961-1964) ao Comunismo e seu apoio ao movimento popular fomentaram em março de 1964 o golpe militar legitimando a ditadura instaurada no país. Logo, a aproximação do MEB com a

temática de conscientização social vai de encontro com os interesses políticos da nova conjuntura nacional. Assim a cartilha é considerada subversiva e retirada de circulação após o golpe. O governo militar retira o apoio financeiro ao MEB e cria, segundo Della Cava e Montero (1991), seu próprio organismo de educação radiofônica o Movimento Brasileiro de Alfabetização - Mobral.

Em algumas regiões o movimento foi interrompido e iniciada a repressão algumas rádios foram “convidadas” a encerrar suas transmissões (DELLA CAVA; MONTERO, 1991). Chegando a mobilizar 25 emissoras e 54 sistemas de transmissão, o MEB representou uma base para as atividades que a Igreja desenvolveu em prol da comunicação popular, sendo uma das experiências católica precursora de uma nova forma de se fazer comunicação, do “povo para o povo” representado pelo projeto radiofônico pela educação de base e pelas comunidades eclesiais de base, as CEBs.

2.2. CEBs, “fermentando a massa”³

Na miríade de novas significações políticas e sociais derivadas na consolidação da ditadura militar no Brasil, desenvolvem-se na zona rural e periferia das grandes cidades as Comunidades Eclesiais de Base (CEBs).

Segundo Frei Betto, as CEBs são,

[...] pequenos grupos integrados por leigos e cristãos, organizadas em torno de uma paróquia (urbana) ou da capela (rural), por iniciativa em geral, dos padres e bispos católicos [...] São comunidades porque reúnem pessoas que têm a mesma Igreja e moram numa mesma região, o que permitem se conhecerem pelo nome. Motivadas pela fé cristã essas pessoas vivem uma comum-união em torno de seus problemas de sobrevivência e subsistência imediatas: [...]. São eclesiais porque congregadas na Igreja Católica, como núcleo básico de comunidade de fé. São de Base porque integradas por pessoas que trabalham com as próprias mãos (classes populares) [...] (BETTO, Fr., 1986, p. 99- 100).

Clodovis Boff (1978, apud FOLLMANN, 1985) conceitua as CEBs, conforme sua nomenclatura, como agrupamentos restritos no qual regem laços afetivos, tendo caráter religioso. Segundo o autor, elas são de base não apenas por representarem as classes populares, mas por retornarem ao sentido primário da Igreja no que se refere à evangelização.

³ Expressão utilizada por Festa e Silva (1986) definindo o desenvolvimento de movimentos populares que se utilizavam da Comunicação Popular como forma de resistência.

É um ressurgimento do princípio básico cristão e, referente às classes dominantes, alude à construção (de uma sociedade) através das bases contestando uma sociedade que se origina nas cúpulas.

Nesse contexto, vinculadas numa rede de comunicação, as CEBs constituíram-se num espaço para reflexão e educação popular, comprometida com a conscientização da classe trabalhadora brasileira, embora tivesse caráter religioso, ou seja, consciência de uma missão evangelizadora.

Buscando respostas “reais” a necessidades reais através da reflexão de sua própria realidade social, o método criado pelos membros da CEBs e os agentes pastorais (leigos engajados, padres e freiras) para ser usado nas reuniões da comunidade foi o Ver-Julgar-Agir (BETTO, Fr., 1986). As pessoas traziam para as reuniões seus problemas no bairro, na família, etc.; era o Ver, cada qual escuta, divide com o grupo suas experiências e escutam a do outro, mediados pelos agentes pastorais – Enfatiza-se que os agentes trabalhavam em conjunto com a comunidade, não se pretendia ensinar a comunidade uma forma de viver e sim trabalhar integralmente com eles (PUNTEL, 1984) - ponderavam de acordo com o evangelho procurando soluções (não se deve esquecer o caráter religioso dos encontros), era o julgar. Planejando como enfrentar dado problema, estabeleciam um objetivo e determinavam os critérios da ação (por meio de mutirões, abaixo-assinados, ou formas mais ampliadas de organização como cooperativas, centro de defesa dos direitos humanos, etc.); era o agir.

Para esse fim, o papel da comunicação teve vital importância. Com uma extensa rede de comunicação intra (Boletins diocesanos, folhetos litúrgicos, etc.) e extra-ecclesial (jornais, folhetos, dramatizações, ilustrações, canções, cordel, etc) projetados no meio popular e para inteligência popular representando a verdadeira fisionomia das pessoas a quem o material se dirige. Destarte, aflorando todo um processo criativo partindo das classes populares retirando da comunicação o caráter subjugador das comunicações de massa normatizando as relações de poder.

No entanto, a despeito da CNBB no período de 1951-1964 começaram a elaborar documentos afirmando que a injustiça social é um empecilho a prática do Catolicismo (PUNTEL, 1984), elaboravam-se dentro da Instituição Católica forte restrições as CEBs,



considerando sua prática engajada subversiva e rebelde, pois se aliava ao marxismo – Um dos inimigos que a Igreja distinguia na sociedade.

A dissonância dos setores da Igreja se origina em perspectivas opostas, ao passo que para direita o tipo de comunicação ou proposta evangelizadora oriunda das CEBs era formas de manipulação que conduziam as classes populares a lugares em que elas não gostariam de ir; a esquerda considerava-a um verdadeiro ato de libertação, embora a questão se perpetue a tendência predominante é a reformista (FOLLMANN, 1985).

Com a abertura política na década de 80, as CEBs gradativamente perdem o *status* de canal popular comprometido com a conscientização das massas, organizado contra o aparelho repressivo do regime militar. No entanto, ainda dentro da trajetória das CEBs, a Igreja Católica vivenciou inúmeras experiências de Comunicação Popular entre rádios e jornais comunitários (FESTA; SILVA, 1986).

Contextualizando como a Igreja Católica no Brasil elabora suas relações com a Comunicação, deste modo evidenciando seu posicionamento na esfera social, propõe-se a análise da Rádio FM Dom Bosco, situada na cidade de Fortaleza (CE). Procurando ressaltar o discurso adotado na emissora, paralelamente observando a problemática popular na difusão de sua mensagem que possui por proposta comunicativa a edificação de uma rádio contribuindo diariamente com a construção do processo educativo, cultural e religioso de seus ouvintes⁴.

3. FM Dom Bosco – 96 MHz

Fundada em 29 de junho de 1998, a Fundação Educacional Salesiana Dom Bosco - a FM Dom Bosco – foi idealizada pelo Padre Sebastião Silveira, então pároco da Igreja de Nossa Senhora da Piedade na cidade de Fortaleza. É uma entidade civil de direito privado, sem fins lucrativos, pertencentes à Congregação Salesiana que tem origem no projeto educativo desenvolvido na Itália na primeira metade do século XIX por João Melchior Bosco, Padre João Bosco (ou Dom Bosco, designação utilizada na Itália) (LAGES, 2003).

Permissionada pelo Ministério das Comunicações, conforme ato publicado em Diário Oficial da União em 21/12/1999 e ratificado pelo Congresso Nacional através do Decreto de

⁴ Dados fornecidos pela coordenadoria geral da FM Dom Bosco.

18/04/2001, tendo a Agência Nacional de Telecomunicações – ANATEL expedido ato de licença de uso da radiofrequência, para o serviço de radiodifusão em frequência modulada (FM), no período de 10 (dez) anos⁵. A FM Dom Bosco utiliza a frequência 96,1 MHz e funciona 24 horas, diariamente. Seu raio de alcance engloba toda a região metropolitana de Fortaleza e os municípios de Antonio Diogo, Beberibe, Cascavel, Fortim, Guanacés, Guaramiranga, Itapebussu, Mulungu, Pacajús, Pacatuba, Pindoretama, Redenção, São Gonçalo do Amarante, Tururu e mais 100(cem) localidades no estado do Ceará, podendo também ser sintonizada através de seu endereço eletrônico: www.fmdombosco.com.br. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) ⁶, mais de 800.000 mil pessoas sintonizam por minuto a FM Dom Bosco, ocupando o 2º lugar entre as rádios FM na capital cearense, atualmente se encontra sob direção do Padre Orsini Nuvens Linard.

A programação da rádio consiste em rigorosa seleção de música religiosa agregando todos os gêneros musicais, embora reúnam também em seu acervo músicas leigas de teor particularmente culturais, informações variadas, entretenimento, prestações de serviços, além de momentos oracionais.

3.1. Educando e evangelizando nas ondas do Rádio⁷

Consoante a proposta comunicativa da FM Dom Bosco observa-se sua aproximação com a temática educativo-cultural, embora não se deva esquecer o caráter missionário característicos das rádios católicas. No entanto, indaga-se que modelo comunicativo a emissora numa visão contemporânea se alicerça, embora se ressalte todo o contexto de perspectivas da Igreja sobre a utilização dos *media* na difusão de sua mensagem evangelizadora.

A observação do objeto de estudo se deu de uma visão macro a uma perspectiva mais detalhada. Inicialmente analisou-se a emissora genericamente, ou seja, através de visita a Fundação educacional Dom Bosco e entrevista com a Senhora Maria Eliete Ribeiro –

⁵ Dados fornecidos pela coordenadoria geral da FM Dom Bosco.

⁶ Dados do IBGE fornecidos pela coordenadoria geral da FM Dom Bosco, não foi divulgado o ano em que se efetivou a pesquisa.

⁷ Vinheta utilizada durante a programação da emissora.

Coordenadora Geral da emissora. Em seguida para observação sucinta de sua proposta comunicativa, considerou-se a análise de um dos programas vinculados na grade da emissora. Selecionamos o programa Sintonia da Manhã apresentado pelo radialista Gil França sendo transmitido oficialmente de segunda a sexta-feira a partir das nove horas da manhã estendendo-se ao meio-dia e destinado ao público adulto católico acima dos 25 anos (informação verbal)⁸. Analisou-se tematicamente a gravação de 7 (sete) dias de transmissão do programa (período que compreende os dias 02/09/2008 à 08/09/2008 e 30/10/2008 à 31/10/2008). Excetuando-se os momentos oracionais, todos os programas possuem temáticas, estrutura e conteúdos próximos. No entanto, a escolha do referido programa se deu por seu *status* de programa de “informação e variedades” alusivo a Igreja e a sociedade em geral, destarte com maior participação do locutor.

Respectivamente, segundo a Senhora Maria Eliete, a missão da FM Dom Bosco é evangelizar, criada como fundação educacional não tem fins lucrativos. É preciso asseverar que o aspecto comercial não é preponderante nas emissoras que tem como proposta comunicativa a construção do sociocultural de seus ouvintes. No entanto, observa-se que a rádio encontra-se dentro dos princípios que englobam a esfera da mídia comercial.

Nota-se durante a análise do programa Sintonia da Manhã que o período destinado a inserção de comerciais compreende por volta de vinte e cinco minutos em cada programa analisado. Designados como apoio cultural⁹, ou antecidos por vinhetas que associam às empresas diretamente a missão da emissora, entre os anunciantes existem segmentos que se retratam apenas ao cenário comercial de Fortaleza, assim como a divulgação de produtos de empresas multinacionais.

Distinguem-se ainda empresas que produzem peças publicitárias específicas que enaltecem a associação do produto com a imagem que a emissora representa para seus ouvintes. A seguir, a transcrição de alguns comerciais vinculados na FM Dom Bosco que fomentam essa afirmação. Ressalta-se, no entanto, que em maior quantidade esses produtos representam segmentos produzidos na cidade de Fortaleza.

⁸ Entrevista com M^a Eliete Ribeiro, Coordenadora Geral da FM Dom Bosco, novembro de 2008

⁹ Os apoios culturais são propagandas que, por possuírem significado de apoio cultural, não interferem no conteúdo da programação da rádio.



- a) Anunciante Alimentos 101, com Matriz na cidade de Fortaleza e filiais no Rio Grande do Sul:

LOC ¹⁰: **Contribuindo com os projetos sociais da Igreja, através da doação de arroz e leite, saciando a fome de milhares de filhos de Deus**, tenha sempre em sua dispensa arroz e leite 101. **Ajude esse projeto de evangelização e ação social.** Produtos 101 (Transcrição de Comercial exibido no Programa Sintonia da manhã, transmitido em 03 de setembro de 2008, grifo nosso).

Neste comercial em particular, observa-se uma utilização direta no texto de argumentos religiosos, quando o produto é associado ao projeto Dom Bosco relacionando-se diretamente como aqueles que saciam a fome dos filhos de Deus. O apelo publicitário é explicitamente ligado a linguagem e a prática católica. Isso demonstra a relação da emissora com os propósitos comerciais que se referem à manutenção da rádio. Não obstante apresenta-se aqui um novo parâmetro, a utilização do discurso que parte do assistencialismo recorrente a Igreja.

- b) Anunciante Millenium Óptica LTDA, com Matriz e filiais na cidade de Fortaleza:

LOC: Nessas férias o sol está para todos, e na Millenium ótica ele brilha pra você também, proteja-se usando óculos esportivos com lentes de tratamento UV e ganhe 50% de desconto, na Millenium óptica, lindas armações, óculos esportivos com tudo em dez vezes nos cartões Hiper ou Master, a manutenção é gratuita em qualquer uma de nossas lojas. **Exclusividade Millenium ótica venha, aqui temos alegria em receber o ouvinte Dom Bosco. Por que estamos ligados como você, desde o começo** (Transcrição de Comercial exibido no Programa Sintonia da manhã, transmitido em 08 de setembro de 2008, grifo nosso).

Em termos de mobilização voltada para os problemas sociais enfrentados pela comunidade a que se refere à rádio apóia os projetos sociais do Complexo Salesiano, contribuindo mensalmente com a quantia de R\$ 1.000,00 (um mil reais) efetuada na compra de alimentos como arroz e leite.

[...] nós temos o projeto social, nosso, nosso não, mas nós ajudamos o de dentro do complexo Salesiano da Piedade, nós temos um projeto social, que é o projeto Dom Bosco, né? Nós ajudamos muito esse projeto social. Nós caminhamos paralelos, com ele nós fazemos doações todos os meses de mil reais em leite e arroz, que é exatamente do projeto sopão. (Entrevista com M^a Eliete Ribeiro, Coordenadora Geral da FM Dom Bosco, novembro de 2008).

¹⁰ Abreviação usada para locução, parte do roteiro que contém as falas do locutor.

Os serviços prestados à comunidade objetivam-se através da inclusão no conteúdo dos programas de quadros em que se realizam “momentos de cidadania” no qual se transmitem assessoria jurídica, psicológica, comunicam-se vagas de emprego localizadas nos classificados do Jornal O POVO¹¹, um dos anunciantes da rádio. Proporcionam também a interação com profissionais de saúde de diversas especialidades participando voluntariamente ou convidados pela coordenação da FM Dom Bosco (informação verbal)¹².

Concernente ao Programa Sintonia da manhã, *a priori*, observa-se que o programa é predominantemente musical, preenchendo cerca de 40% de sua estrutura. No conteúdo dos programas analisados aponta-se a necessidade da relação de amizade locutor/ouvinte, por hora aferi-se a esse fato o envolvimento afetivo entre a rádio e seus ouvintes.

No decorrer dos programas examinados distinguem-se o estabelecimento dos meios de comunicação como instrumentos de manutenção da mensagem de evangelização proposta pela emissora. Enfatiza-se o papel preponderante dos ouvintes no arregimento de novos e antigos fiéis, tornando-os como comunidade responsável pela construção de sua Igreja,

No evangelho de hoje podemos ver a opção de Jesus em duplo sentido, no sentido apologético que é manifestar a divindade de Jesus, e o sentido simbólico que é indicar qual seria a missão de Pedro, dos apóstolos e de toda a Igreja em geral, missão de serem pescadores de homens para a fé cristã, você amigo também é um pescador de homens [...] De agora em diante meu amigo minha amiga, você vai pescar homens, mulheres não tenha medo, não tenha medo é isso que Jesus faz contigo aqui agora, não tenha medo, ele sabe das tuas fraquezas dos teus problemas, mas te quer ver pescador de homes, restaurador de famílias, libertador dos presos, acolhedor dos excluídos, dos abandonados em fim a dar a vida e vida e abundância. Por tanto eu repito, seja firme, firme e não tenha medo. Assim seja. Amém (Trecho do “Programa Sintonia da manhã” transmitido em 04 de setembro de 2008).

Nota-se a asseveração acima condiz com as diretrizes assumidas pela Igreja Católica no pós-concílio Vaticano II, a Igreja participativa, a aproximação do eclesiástico com a comunidade. Por outro lado, observa-se no discurso do programa um direcionamento acrítico do ouvinte as “verdades” encontradas no discurso cristão no qual não existem espaços para equívocos ou modificações. A seguir, trecho do programa durante a campanha eleitoral de 2008 para a prefeitura de Fortaleza:

¹¹ Jornal brasileiro editado na cidade de Fortaleza, capital do estado do Ceará

¹² Informação cedida por M^ª Eliete Ribeiro, Coordenadora Geral da FM Dom Bosco.



E esse ano vale sempre salientar nós temos eleições municipais, vamos eleger candidato a prefeito ou a prefeita e os nossos candidatos a vereador, a vereadora. Nós temos que pensar bem, discernir bem quem são essas pessoas por que elas são os nossos representantes [...] Então a Igreja não toma partido, a Igreja não pode tomar partido, muitas pessoas às vezes esperam que a Igreja tome partido, mas como dizia muito sabiamente o nosso antigo arcebispo Dom Aluisio Lorchaidler de saudosa memória que se partido político fosse perfeito, não era partido era inteiro. É por isso que a Igreja não toma partido. **A Igreja quer nos dar um direcionamento e como nós devemos votar qual o perfil das pessoas que devemos votar. Cuidado com aqueles candidatos que são a favor do aborto, com aqueles candidatos que são contra a vida.** Com aqueles candidatos que já tem comprovadamente denúncias de corrupção contra sua pessoa, que principalmente não tem projetos para a nossa cidade. É por isso que temos que ter muito discernimento nessa hora [...] (Trecho do programa “Sintonia da manhã”, transmitido em 04 de setembro de 2008, grifo nosso).

Dentre muitos aspectos sobre o posicionamento político da Igreja Católica encontrados no trecho citado ressalta-se, *a priori*, uma visão conservadora que pressupõe que o eleitor cristão não vota em candidatos que são contra a vida (ou seja, a favor do aborto). Igualmente observa-se o diálogo de uma Igreja hierárquica, “Pastor-Ovelha”, onde a mensagem se repete incansavelmente. Vale ressaltar que as questões abordadas na emissora tendem a servir de referências perpassando o cotidiano dos ouvintes. Destarte, atribui-se igual importância a credibilidade da fonte da informação no imaginário do ouvinte

Admite-se que temas dogmáticos como aborto, com princípios considerados intocáveis e próprios da doutrina cristã são de difícil discussão. Entretanto, e talvez mais significativa para as reflexões apresentadas, ressalta-se outro trecho do programa no qual se nota uma atitude que diverge da postura de conscientização e comprometido social adotada pela Instituição eclesiástica na trajetória das Comunidades Eclesiais de Base citadas anteriormente.

Discorrendo sobre o 7º mandamento da lei de Deus, “Não Furtar”, um colaborador do programa afirma que,

A Igreja apóia a propriedade privada, a terra é por direito daqueles que a compraram ou receberam de herança, mas ao mesmo tempo pode ser partilhado por outrem, o que se pode fazer é os donos partilharem com os desvalidos de maneira que todos fiquem felizes, isso se chama de "destino universal dos bens" dessa forma o dono da terra compartilha suas terras com os que precisam e em troca, eles dividem o que produziram com o dono da terra, podendo ajudar os outros. (Trecho do programa “Sintonia da manhã”, transmitido em 10 de outubro de 2008).



Nota-se no trecho acima um posicionamento sobre a problemática do latifúndio, ainda que a abordagem não seja direta. Busca-se direcionar o ouvinte sob tom conciliador para a postura conservadora da Igreja Católica, reproduzindo o discurso dominante. Destarte, repetindo anagramas onde tão pouco se discute a atuação do movimento rural Sem Terra (MST), temática exaustivamente abordada na mídia comercial. São formas de se repetir os mesmos princípios absolutos de maneiras diferentes.

Já no início dos anos de 1990 Gomes (1987) afirmava sobre a reação ao contexto de luta adotado na Igreja latino-americana pós-conciliar que,

Todos os organismos, pessoas, movimentos que repetem os esquemas verticalistas e autoritários dentro da Igreja ganham cada vez mais espaços. Estes não geram o conflito, por isso são apoiados, tanto pelas autoridades civis, quanto por setores da comunidade eclesial. (GOMES, 1987, 21)

Ironicamente, a proposta comunicativa desencadeada nos pós-concílio do vaticano II visava comunicar a mesma verdade através de formas novas, no entanto assegurando a formação de uma consciência crítica partindo da comunicação entre a Instituição Católica e a comunidade.

Destarte as desigualdades e os conflitos gerados em nossa sociedade são apresentados no programa Sintonia da manhã segundo óptica religiosa tradicional.

Conclusão

Partindo da apresentação dos estilos de comunicação adotados pela Igreja Católica em sua trajetória histórica. Atendo-se particularmente num dos capítulos mais interessantes da história recente da Igreja representados neste contexto pelo projeto radiofônico pela educação de base e pelas CEBs. Entende-se que, embora a proposta comunicativa da FM Dom Bosco, possuindo por asserção interesses educativos e sociais, parecendo justapor-se aos ideais da temática popular, encontra-se dentro dos parâmetros que circundam a mídia comercial. Logo, ainda que por vezes pareça interligada com as problemáticas da cidade onde esta inserida, não se apresenta como mediadora de uma mobilização social, repetindo uma síntese dos esquemas tradicionais e hegemônicos da Instituição Católica.

Referências



BETTO, Fr. *Comunicação popular e Igreja*. In: FESTA, R; SILVA, C.E.L. (orgs.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1986, p. 99-117.

CONC. VATICANO II. *Apostolado Veritates Splendor*: decreto Inter mirífica, 2003. Disponível em: <<http://www.veritates.com.br/article/2439>>. Acesso em: 18 ago. 2008.

_____. *Apostolado Veritates Splendor*: constituição pastoral Gaudium et Spes, 2004. Disponível em: <<http://www.veritates.com.br/article/3800>>. Acesso em: 19 ago. 2008.

DELLA CAVA, R; MONTERO, P. *E o verbo se faz imagem: igreja católica e os meios de comunicação no Brasil, 1962-1989*. Rio de Janeiro: Vozes, 1991.

FESTA, R; SILVA, C.E.L. (orgs.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1986, p. 9-30.

FOLLMANN, J. I. *Igreja, ideologia e classes sociais*. Rio de Janeiro: Vozes, 1985.

GOMES, P.G. *Cultura, meios de comunicação e igreja*. São Paulo: Edições Loyolas, 1987.

MACIEL, Pe. J. R. *Igreja, comunicação e comunidade: antes e depois do Vaticano*. In: MELO, M. M. (coord.). *Igreja, empresa e comunicação*. São Bernardo do Campo: IMS, 1987, p. 11-7.

PERUZZO, C.M.K. *Rádio comunitária, educomunicação e desenvolvimento social*. In: PAIVA, R. (org.). *O retorno da comunidade: os novos caminhos do social*. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2007. p. 69-94.

PUNTEL, J. T. *Igreja e comunicação comunitária no Brasil*. In: MELO, M. M. (coord.). *Igreja, empresa e comunicação*. São Bernardo do Campo: IMS, 1984, p. 29-35.

VATICANO. *Instrução pastoral Communo et progressio*, 2004. Disponível em: <http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23_051971_communio_po.html>. Acesso em: 21 ago. 2008.

