



XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE

Mídia, Fé e Folkcomunicação no Programa Salve Maria da Rádio Guarany, em Pernambuco¹.

Silvio Gleisson BEZERRA²
Joseilda Maria da SILVA³
Irenilda de Souza LIMA⁴

Resumo

Este artigo analisa como os ouvintes identificam o Rádio como mediador e líder midiático, produzindo mensagens que fortalecem a religiosidade, afirmando o exercício da fé na base teórica os estudos sobre Rádio e a Folkcomunicação, através do Programa Salve Maria, da Rádio Guarany AM, em São Lourenço da Mata, Pernambuco. Utilizou-se a pesquisa qualitativa para identificar as modalidades de interação e manifestações folkcomunicacionais nas estratégias comunicacionais de informação/persuasão, além de identificar características radiofônicas como oralidade, proximidade e coloquialidade que promovem a participação dos ouvintes. Trata-se de uma pesquisa em andamento sendo já possível considerar o programa um instrumento de promoção do protagonismo das pessoas na interação com seu público.

Palavras-chave: Rádio; Folkcomunicação; Comunicação Popular; Religião.

Introdução

Ao analisar mídia, religião e sociedade, Martino (2016) indicou que as ligações entre mídia e sociedade vêm ganhando dimensão no cenário contemporâneo, afetando áreas tão diferentes como política e economia. Tanto nos contextos rurais como também nos urbanos, entende-se que os aspectos místicos, ligados à fé e a religião, são elementos estruturantes das práticas sociais cotidianas.

Além disso, em termos de mídia, o rádio continua sendo um importante meio de comunicação com muito poder de acessibilidade e audiência entre os contextos populares. Neste sentido, dentre os estudos da comunicação e, mais especificamente, as investigações sobre o veículo, a folkcomunicação como ciência que se dedica aos estudos dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias (MARQUES DE MELO, 2008), constitui-se em uma abordagem ainda pouco explorada na sua relação com o rádio, tendo vasto campo de investigação ainda em aberto.

Desta forma, este estudo surgiu com a pretensão de compreender a presença de manifestações da religiosidade popular no rádio relacionando com a folkcomunicação, constituindo-se em

¹Trabalho apresentado no GT 3 Conteúdos da Folkcomunicação da XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação.

²Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local – POSMEX/ UFRPE.

³Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local – POSMEX/ UFRPE.

⁴Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Professora do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local – POSMEX/ UFRPE



XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE

ponto de partida para as investigações. Assim, as estratégias comunicacionais que promovem a interação entre comunicadores e ouvintes-comunicadores, aliadas às características do veículo, tais como oralidade, proximidade e linguagem coloquial, serviram como referenciais para análises acerca das possibilidades de manifestações folkcomunicacionais através deste suporte.

Ademais, o rádio insere-se no cotidiano das pessoas, estabelecendo uma relação de proximidade com seus ouvintes, presente todos os dias em qualquer momento. Cabe aqui uma indagação: em tempos de hibridizações midiáticas, com os veículos de comunicação de massa reconfigurando-se, agregando diferentes modalidades de interação, distribuição e compartilhamento de conteúdos, não estaríamos cada vez mais distantes das formas de audição mais tradicionais, aquelas que retomam modalidades de consumo que outrora caracterizaram o rádio ao longo de décadas de atuação?

Considerando o rádio um veículo de grande penetração nas camadas populares, constitui-se em mecanismo de difusão simbólica e espaço de manifestações das classes subalternas (MARQUES DE MELO, 2008). Neste sentido, este trabalho teve como objetivo analisar o Programa Salve Maria, veiculado pela Rádio Guarany AM 1300 kHz, localizada no município de São Lourenço da Mata, Região Metropolitana de Recife, Pernambuco; por sua atuação junto aos grupos católicos e reconhecimento social através da sua rede de colaboradores e arrecadadores. Buscou-se ainda analisar de que forma ouvintes como sujeitos sociais à margem da comunicação midiática dos grandes veículos expressam suas ideias e sua religiosidade através de um programa de rádio.

Nesta perspectiva, três questões fundamentais norteiam esta pesquisa: 1) *Quais as principais manifestações da religiosidade popular na perspectiva da folkcomunicação no programa Salve Maria da Rádio Guarany AM?* 2) *Quais as estratégias comunicacionais que engendram as formas de interação comunicadores/ouvintes no programa?* 3) *De que forma as características intrínsecas do rádio (oralidade, proximidade e linguagem coloquial) engendram possibilidades de manifestações folkcomunicacionais através do veículo?*

Privilegiou-se nesta pesquisa a investigação das estratégias comunicacionais abordadas na folkcomunicação, bem como as características intrínsecas do veículo, tais como a oralidade, proximidade e coloquialidade que promovem a mediação pelo Rádio e as formas como os ouvintes manifestam a fé através deste suporte midiático.

Desse modo, o presente artigo está estruturado em três partes para melhor compreensão da temática abordada. A primeira constitui-se da introdução, a trajetória metodológica utilizada e



**XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE**

uma breve descrição do programa Salve Maria, a fim de contextualizar o conteúdo no universo católico e na comunicação popular através do rádio. Já a segunda parte apresenta os aportes que compõe o arcabouço teórico da pesquisa. E, por fim, a parte final traz os resultados, discussão e as devidas conclusões.

Trajetória Metodológica

Trata-se de uma pesquisa no âmbito do paradigma qualitativo. Logo, foram utilizadas as ferramentas de coleta de dados para responder as perguntas de pesquisas, contemplando os objetivos da investigação, com a gravação de seis edições através do site da Rádio Guarany durante a veiculação entre 07h00 e 10h00 de segunda a sábado.

Desse modo, a partir da perspectiva da pesquisa qualitativa, os programas foram analisados tendo como aporte teórico análise de conteúdo, iniciando-se pela pré-análise com a decupagem, organização e classificação do material coletado, ou seja, foram identificados os principais quadros do programa, duração e apresentador responsável (BARDIN, 2006). Em seguida, na fase de definição de categorias, cada quadro foi classificado de acordo com as estratégias comunicacionais de informação/persuasão – noticiário (relatos, intenções, argumentos) à luz do aporte teórico da folkcomunicação (MARQUES DE MELO, 2008), e as modalidades de participação e interação da audiência com ênfase nas características do veículo (LÓPEZ VIGIL, 2003; CHARAUDEAU, 2006). Por fim, foi feita uma análise crítica e reflexiva (BARDIN, 2006), a partir das teorias da folkcomunicação acerca das manifestações de religiosidade no programa Salve Maria.

Programa Salve Maria, nossa alegria!

O programa Salve Maria é transmitido pela Rádio Guarany AM, 1300 kHz, localizada no município de São Lourenço da Mata, e também pela internet através do site⁵ institucional da emissora em tempo real. Além disso, os ouvintes podem ouvir a programação utilizando os aplicativos para celulares disponíveis para baixar no próprio site da rádio. Vários programas compõem a grade da emissora, religiosos (católicos e evangélicos), cobertura esportiva, noticiários, músicas, entre outros gêneros radiofônicos.

Veiculado de segunda a sábado, o programa Salve Maria tem três horas de duração das 07h00 às 10h00 da manhã, contando com três colaboradores atuando na produção, apresentação e técnica de áudio. O programa divide-se em dois blocos distintos, sendo o primeiro a Oração

⁵O site acessado para ouvir a programação é o www.radioguarany.com.br



XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE

pela Família, constituído pela Oração do Santo Rosário⁶ e o Ofício da Nossa Senhora da Conceição Imaculada⁷ das 07h00 às 08h00, exceto na quarta-feira, quando ocorre a transmissão de uma missa ao vivo; e no segundo bloco com duração de duas horas, veiculado das 08h00 às 10h00, constituindo-se de diversos quadros alternados ao longo da semana.

A dinâmica radiofônica da primeira parte do programa fundamenta-se na participação do ouvinte ao vivo pelo telefone. A cada dia um mistério diferente é rezado, dividido em cinco momentos compostos por um Pai-Nosso, dez Ave-Marias, um Glória-ao-Pai e a Jaculatória. Desse modo, o apresentador chama um ouvinte ao vivo pelo telefone para cada parte do mistério. Antes do início da reza os ouvintes falam as suas intenções de orações, normalmente de caráter particular ao pedir por outros colaboradores do programa, por pessoas com problemas de saúde na família ou nos seus círculos de relacionamento; intenções de caráter local ao pedirem pela comunidade onde moram, pela evangelização do programa Salve Maria, por líderes religiosos como padres e bispos e pela igreja que fazem parte; e por fim, as intenções de caráter geral ao pedirem intercessão pelos jovens e crianças, pelos doentes nos hospitais, pelos mendigos, pela paz mundial, pela Igreja Católica e pelo Papa Francisco. A reza é feita junto com outro participante presente no estúdio com alternância de vozes, com o ouvinte iniciando e o segundo participante respondendo até a finalização do momento. Assim, diariamente, cinco ouvintes entram ao vivo pelo telefone para a condução do terço que dependendo do dia da semana é finalizado com o Ofício da Nossa Senhora da Conceição Imaculada, sendo uma oração narrada e cantada.

No segundo bloco que começa por volta das 08h00, são alternados vários quadros com os apresentadores no estúdio. Destacam-se nesta pesquisa os mais frequentes como o momento do *Sócio Colaborador*, com a citação nominal dos arrecadadores e suas redes de colaboradores, fazendo-se também uma referência direta ao bairro onde moram. Outra parte

⁶ O Rosário é composto de vinte dezenas divididas em quatro partes distintas, cada uma com cinco dezenas. Em cada dezena, contempla-se um Mistério, ou seja, um acontecimento da vida de Jesus. Enquanto se medita o Mistério, reza-se uma dezena composta de um Pai-Nosso, dez Ave-Marias e um Glória-ao-Pai e a Jaculatória. Já o Terço é um conjunto de Ave-Marias e Pai-Nossos. São cinquenta Ave-Marias rezadas em grupos de dez, que se chamam Mistérios. Após cada Mistério segue um Glória ao Pai e a Jaculatória. É um conjunto de orações, de atos de amor, que fazemos meditando nos principais mistérios de nossa fé. São as rosas que, por amor, oferecemos à Mãe de Deus. Do ponto de vista da significação o Terço são as rosas que oferecemos à Mãe de Deus, o Rosário é uma coroa de rosas. Segundo o site, o trecho foi retirado do livro Retirado do encarte do livro "Rezemos o Terço" de Pe. José Geraldo Rodrigues. Disponível em: <http://www.achiropita.org.br/capela-virtual/o-rosario-e-o-terco>, acesso em 04 abr 2017.

⁷ Segundo Silva (2016) o Ofício de Nossa Senhora, também conhecido como Ofício da Imaculada Conceição, é uma oração bastante completa que proclama os louvores da Mãe de Deus. A prece exalta as maiores qualidades da Virgem Santíssima e defende-a de todas as heresias direcionadas a ela. Disponível em: <http://brasil.vivefatima.com/oficio-de-nossa-senhora/> acesso em 04 abr. 2017.



**XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE**

importante que compõe a grade de atrações é o quadro *Hermenegildo, o repórter da boa notícia*, sendo uma entrada ao vivo pelo telefone com o comunicador Hermes de Assis informando acerca das programações das igrejas e movimentos religiosos. Além disso, o quadro *Dicas de Saúde* com a comunicadora Ana Negromonte destaca os cuidados com a saúde, alimentação saudável e o uso de medicamentos fitoterápicos, e ainda o *Evangelho do Dia com o irmão Hermes de Assis* participando ao vivo pelo telefone, fazendo a leitura de um trecho da bíblia, reflexão e benção do dia. Por fim, destaca-se também a *Mensagem para os Aniversariantes* com uma homenagem e citação nominal dos colaboradores que estão fazendo aniversário. São veiculadas ao longo do programa músicas de artistas católicos, participações ao vivo de ouvintes com pedidos de oração e informações sobre suas paróquias, programação das igrejas e anúncios publicitários de empresas de produtos e serviços que apoiam o programa.

Bases teóricas sobre Rádio

Nesta sociedade mergulhada no mundo digital, a utilização cada vez mais freqüente dos meios eletrônicos e das tecnologias de comunicação transforma, de maneira radical, as práticas sociais de comunicação e assim surgem novas formas de ser e estar no mundo (LIMA, 2002), mas essa dinâmica não extingue as antigas práticas como ouvir o rádio.

Ao citar as formas mais tradicionais de audição, falamos da escuta no “pé do rádio”, da fidelidade do ouvinte da radionovela, das transmissões de futebol, do radiojornalismo, dos programas musicais e de variedades, o rádio como instrumento de prestação de serviços, das manifestações religiosas, como instrumento de educação e cidadania e de tantos outros gêneros radiofônicos que caracterizam o veículo desde o seu surgimento na década de 1920 em terras brasileiras.

Como el oído al que se dirige, la radio es un medio de comunicación íntimo, casi privado. Al principio, no fue así. El antiguo receptor de tubos, en aquellos años dorados, ocupaba el centro de la casa y convocaba a toda la familia. Ese puesto lo ocupa hoy la televisión. En realidad, los radialistas le agradecemos a la pequeña pantalla el haber liberado a nuestro medio de esa función espectacular. Ahora la radio puede concentrarse en su lenguaje más específico, el de los sentimientos, y en su carácter de compañía personal (LÓPEZ VIGIL, 2003, p. 22).

Neste sentido, é necessária uma imersão na história do veículo para uma melhor compreensão do passado, em contraponto com as recentes formas de audição e interação com audiência do rádio hibridizado na contemporaneidade. Por isso, a comunicação radiofônica insere-se no paradigma das ressignificações do consumo e das reconfigurações midiáticas, engendradas



**XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE**

com o advento das tecnologias digitais. De certo, esta pesquisa parte da investigação da modalidade de audição do rádio síncrona e linear, como referência para identificar uma relação de fidelidade dos ouvintes católicos com o veículo, e de que modo, este espaço radiofônico modelado através de um programa, configura-se como mediador das manifestações religiosas da audiência na perspectiva da folkcomunicação.

Ademais, para Neuberger (2012), ao resgatar a história do veículo no livro *O Rádio na Era da Convergência das Mídias*, destaca:

Em uma viagem histórica de quase um século, partimos do final da década de 1910, mais precisamente a 1919. Pioneira no Brasil, a Rádio Clube de Pernambuco, hoje Rádio Clube AM, deu início às transmissões radiofônicas antes mesmo da primeira irradiação pública e oficial no Brasil, em 7 de setembro de 1922, por ocasião da Exposição Internacional do Rio de Janeiro, que comemorava o I Centenário da Independência do país (NEUBERGER, 2012, p.56).

Desse modo, o rádio passou pelo seu primeiro teste de sobrevivência, firmando-se como veículo de comunicação de massa, numa sociedade no início da urbanização, saindo da condição de mídia voltada para a educação das camadas populares, para atuar como empresa de comunicação objetivando o lucro. Neuberger (2012) destaca que nos primeiros anos o rádio era mantido pelas agremiações de ouvintes intelectuais da elite com a missão de promover a educação e cultura das massas de iletrados brasileiros. No entanto, a partir da década de 1930 surgiu um novo paradigma da comunicação no Brasil com a regulamentação federal da radiodifusão sonora e da publicidade, engendrando as bases para radiodifusão comercial consolidada nas décadas seguintes.

A regulamentação da radiodifusão e a entrada de empresas multinacionais no mercado brasileiro estimularam também a profissionalização do veículo. Neste sentido, as décadas de 1940 e 1950 foram chamadas de anos de ouro do rádio com o surgimento de vários gêneros e formatos, a popularização dos receptores e a acirrada concorrência entre as emissoras com programações essencialmente comerciais, tornando o rádio o principal veículo de massa no Brasil naquele período. Ao esmiuçar momentos marcantes da trajetória do veículo e sua consolidação como mídia de massa a partir da década de 1940, evidenciam-se fatos históricos que servem com referência para um entendimento mais crítico e reflexivo acerca das modalidades de consumo dos gêneros ao longo da história da comunicação brasileira.

Os anos dourados traziam um rádio próximo ao público, de muita audiência e com recursos técnicos mais centralizados no processo de produção do que nos dispositivos de consumo do meio e das mudanças nos hábitos dos ouvintes. Escutar rádio era, então, uma experiência imersiva, coletiva e familiar. Reunir-se em torno do aparelho e apreciar a música, a informação,



**XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE**

o esporte ou os programas de entretenimento era um ritual raramente realizado individualmente. Essa prática era, em certa medida, gerada pelo aparelho valvulado – fixo, pesado e que não girava em torno da vida cotidiana da audiência, mas fazia com que a vida do ouvinte girasse em torno do aparelho (KOCHHANN, FREIRE e LOPEZ, 2011, p. 271).

O rádio com difusor de mensagens religiosas surgiu com o Programa a Voz da Profecia. No artigo *Analisando o Panorama do Rádio Religioso no Brasil*, Prata, Lopez e Campelo (2014) destacam o programa *A Voz da Profecia* como o primeiro do gênero no país indo ao ar em 23 de setembro de 1943, e produzido pela Igreja Adventista do Sétimo Dia. O poder de inserção do rádio no cotidiano de todas as classes sociais indica a preferência das igrejas em investirem no veículo a partir da década de 1940. Assim,

[...] igrejas de todas as denominações passaram a se utilizar do rádio como uma extensão de seus altares e, por meio dos microfones de emissoras das capitais e do interior do país, veiculam uma programação que mistura pregação, música religiosa, jornalismo, prestação de serviço e leituras bíblicas em uma profusão de gêneros com o objetivo de arregimentar e manter os fiéis em frequências próprias ou alugadas. Este modelo de programação, que alavanca os índices de audiência e fideliza os ouvintes, merece ser objeto de uma pesquisa específica (PRATA, LOPEZ e CAMPELO, 2014, p.2).

Prata, Lopez e Campelo (2014) destacam também que os ouvintes dos conteúdos religiosos, buscam nos programas a relação entre o sagrado, o profano e o divino, transformando as rádios em verdadeiros altares eletrônicos.

No tocante às estratégias de comunicação da Igreja Católica no Brasil, uma das referências surgiu com a instituição da educação de base das comunidades eclesiais de base, voltadas para as camadas populares e o interesse pelo veículo rádio a partir da década de 1950. Essa iniciativa foi inspirada na experiência da Paróquia de Sutanteza na Colômbia e serviu como modelo para a implantação da iniciativa na cidade de Natal, Rio Grande do Norte em 1958, recebendo o nome de Escolas Radiofônicas. Foi capitaneada por D. Eugênio de Araújo Sales e tinha como principal objetivo a alfabetização da população rural, fundamentada no ideal de uma sociedade mais justa, base ideológica dos movimentos sociais (Carvalho... [et al.], 2009, p.49).

Para Lima (2002), na década de 1960 com o Programa Rádio Escola, o rádio foi utilizado em Pernambuco por alguns movimentos de educação e cultura, como o Movimento de Educação de Base (MEB) e Movimento de Cultura Popular de Pernambuco (MCP). No Recife, vários artistas, intelectuais, religiosos, políticos e estudantes estavam preocupados com os problemas que envolviam a educação e a cultura da população. Os programas radiofônicos eram transmitidos pelas rádios Clube de Pernambuco e pela Rádio Continental. As programações



**XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE**

das aulas radiofônicas eram dirigidas para a alfabetização e a linguagem para adultos camponeses, como também para a alfabetização como integração à conscientização. As ações das escolas radiofônicas foram concentradas no Nordeste, sendo abertas 2.687 escolas radiofônicas no ano de 1961 (PAIVA, 1973; LIMA e BELTRÃO, 2001).

Segundo Andrade (2009), a comunicação de caráter combativo da esquerda eclesiástica da Igreja Católica marcou os anos 1970 e 1980, fundamentada na proposta da dialogicidade e na crítica às desigualdades sociais, engendrando uma comunicação feita pelo povo e para o povo. Destaca ainda a comunicação popular como forma alternativa de empoderamento das camadas populares para a criação e divulgação das suas mensagens. Neste sentido, ao se pensar na comunicação popular na contemporaneidade, é pertinente dialogar com as teorias da folkcomunicação.

Bases teóricas sobre Folkcomunicação

A folkcomunicação, compreendida como a comunicação no nível popular, segundo Mergulhão (2015), baseada na obra de Luiz Beltrão, apresenta-se como ferramenta que aproxima dois campos de conhecimento – o acadêmico e o popular – na comunicação social, no Brasil e na América Latina. Nesta perspectiva, “apresenta a preocupação em postular uma teoria que contemplasse os problemas de comunicação no Brasil, mediante, principalmente, as diferenças de linguagem das distintas camadas sociais” (MERGULHÃO, 2015, p.124).

Baseada nos estudos de Luiz Beltrão, a folkcomunicação tem adesão de pesquisadores brasileiros, inserindo-se também neste contexto os estudos latino-americanos, mais especificamente, as abordagens de Jesús Martín-Barbero acerca da globalização comunicacional e a transformação cultural. Neste sentido, propõe uma nova configuração da comunicação e do papel do comunicador:

O *comunicador* deixa, portanto, de figurar como *intermediário* – aquele que se instala na divisão social e, em vez de trabalhar para abolir as barreiras que reforçam a exclusão, defende o seu ofício: uma comunicação na qual os emissores-criadores continuam sendo uma pequena elite e as maiorias continuam sendo meros receptores e espectadores resignados – para assumir o papel de *mediador* [...] (MARTÍN-BARBERO, 2005, p. 69).

Por outro lado, ao abordar fatos marcantes da história do rádio brasileiro e, mais especificamente da radiofonia religiosa em confluência com o projeto de comunicação católica para as classes subalternas, busca-se contextualizar as manifestações populares e religiosas no veículo, engendradas pelos grupos inseridos na Igreja Católica.



XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE

Além disso, o rádio atua neste cenário como veículo de comunicação de massa que continua a exercer papel de protagonismo, e espaço para apropriações de discursos pelos grupos à margem da comunicação midiática, expressando suas mensagens de cunho religioso, político, social e cultural.

O objeto desse segmento inovador de pesquisa latino-americana no âmbito das ciências da comunicação encontra-se na fronteira entre o *Folclore* (resgate e interpretação da cultura popular) e a *Comunicação de Massa* (difusão industrial de símbolos, por meio de meios mecânicos ou eletrônicos, destinados a audiências amplas, anônimas e heterogêneas) (MARQUES DE MELO, 2008, p. 17).

Desse modo, ao colocar-se em pauta no âmbito acadêmico a investigação acerca dos fenômenos da religiosidade através dos suportes eletrônicos midiáticos em diálogo com a comunicação essencialmente popular, os aportes teóricos da folkcomunicação servem como referência para contemplar parte significativa das questões que conceberam deste estudo.

Ancorados no conceito da folkcomunicação, pretendemos inventariar criticamente as manifestações religiosas remanescentes nas zonas periféricas das metrópoles brasileiras. Focalizamos as celebrações eclesiais de grupos socioeconomicamente marginalizados, catalisando a resistência cultural das comunidades urbanas através das redes de mídia local (MARQUES DE MELO, 2010, p. 97).

Isto posto, investigou-se as várias manifestações folkcomunicacionais a partir da perspectiva de produção e da propagação de mensagens através de uma rádio de caráter comercial, com horário arrendado e sustentado por uma rede de ouvintes colaboradores através de doações. Remonta-se desse modo os primórdios do veículo, mantido pelas colaborações dos seus entusiastas nos primeiros anos de atuação no Brasil.

Além disso, uma característica importante do rádio vem da existência de aproximações do veículo com o ouvinte, sendo uma peculiaridade que o próprio meio agrega, decorrente principalmente da oralidade intrínseca ao veículo. Nesta perspectiva, destaca-se que:

O rádio é essencialmente voz, sons, música, ruído, e é esse conjunto que o inscreve numa tradição oral, ainda que não é acompanhada de nenhuma imagem, nenhuma representação figurada dos locutores nem dos objetos que produzem essas vozes, esse ruídos, esses sons (CHARAUDEAU, 2006, p. 106).

Além disso,

[...] é um tipo de troca languageira particular: trata-se da interação verbal, que é mais ou menos regulada de acordo com as situações, e é reveladora do tipo de relação que os interlocutores instauram entre si, de paixão (calor humano) ou razão (distância), de polêmica ou convivência; do tipo de relação que mantêm com o mundo que os cerca, e mesmo do tipo de contato que pode estabelecer-se entre instância de recepção. Isso tem consequências para a encenação midiática (CHARAUDEAU, 2006, p. 106).



XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE

Igualmente, o reforço da oralidade e o estímulo à participação ao vivo dos ouvintes durante o programa por meio de suportes como o telefone, engendram a construção de uma perspectiva dialógica entre comunicador e ouvinte através do veículo. Os aspectos dialógicos e interacionais podem ser associados ao que sinaliza a teoria da folkcomunicação, com uma aproximação de campos de conhecimentos e dos participantes do processo comunicacional inseridos nas instâncias radiofônicas.

Resultados e discussão

Fazendo a relação da pesquisa com o aporte teórico, considerar que a despeito da oralidade do suporte e da manifestação folkcomunicacional, no que indica Mergulhão (2015), o programa Salve Maria constitui-se em espaço de construção de diálogos, relações e interações entre a rede de colaboradores, comunicadores, igreja e movimentos religiosos utilizando-se da comunicação radiofônica para expressão da fé católica. Portanto, destaca-se a importância destes dois aportes teóricos para a pesquisa: a oralidade para o suporte e a manifestação dessa oralidade na perspectiva da folkcomunicação no programa Salve Maria.

Considerando-se as abordagens supracitadas, a partir do referencial teórico delimitado retomam-se as três questões que balizaram esta investigação, sendo: 1) *Quais as principais manifestações da religiosidade popular na perspectiva da folkcomunicação no programa Salve Maria da Rádio Guarany AM?* 2) *Quais as estratégias comunicacionais que engendram as formas de interação comunicadores/ouvintes no programa?* 3) *De que forma as características intrínsecas do rádio (oralidade, proximidade e linguagem coloquial) engendram possibilidades de manifestações folkcomunicacionais através do veículo?*

Neste sentido, destacamos a primeira parte do programa – Oração do Santo Rosário – como principal manifestação de religiosidade, tendo como momento importante a reza do terço. Durante o terço, há um diálogo entre ouvintes e apresentadores que ao conduzirem a reza, apropriam-se do suporte midiático para também manifestarem suas intenções de caráter particular – intercedendo por pessoas que fazem parte dos seus espaços de convivência privada – e de caráter social para expressarem insatisfações com problemas sociais como desemprego, corrupção, violência, fome, entre outros temas, enfatizados nos momentos de intercessão, tendo a fé como pano de fundo.

Quanto às estratégias comunicacionais que engendram as formas de interação entre comunicadores e ouvintes no programa, destaca-se a participação ao vivo pelo telefone. Desse modo, as inserções dos ouvintes ocorrem em vários momentos, consolidando-se como



**XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE**

principal modalidade de interação, e engendrando uma alternância de papéis entre comunicadores-produtores no estúdio e ouvintes-comunicadores, promovendo um diálogo constante entre os sujeitos sociais envolvidos na dinâmica comunicacional.

Nesta análise a principal evidência é de que o programa funciona como um ativismo midiático para viabilizar as manifestações populares no sentido de favorecer a comunicação popular. A dialogicidade empregada faz fluir uma comunhão de significados que se comunica com os ouvintes em função da prática da fé como bem social.

A fala dos ouvintes em vários momentos do programa constitui-se de intenções, apelos, insatisfações e mensagens de fé. Observa-se também a presença dessa característica nos quadros apresentados pelos colaboradores fixos também com participações ao vivo através do telefone, como as *Dicas de Saúde* com a comunicadora Ana Montenegro e os quadros *Hermenegildo, o repórter da boa notícia* e o *Evangelho do Dia* com o Irmão Hermes de Assis.

Ainda mais, evidencia-se a presença da persuasão nas falas dos ouvintes através dos relatos pessoais e intenções, o estímulo à contribuição financeira para a manutenção do programa, bem como da informação relacionada aos eventos católicos em formato de notícias. Por fim, não verificamos o uso de outras modalidades de interação dos ouvintes como e-mail e redes sociais, praticamente inexistentes na dinâmica do programa.

No tocante às características intrínsecas do rádio – oralidade, proximidade e linguagem coloquial – engendram as manifestações folkcomunicacionais, e apresentam-se através dos diálogos entre os comunicadores-produtores e ouvintes-comunicadores, e denotam a interação e proximidade entre os dois polos, chegando a confundirem-se em vários momentos do programa. Destaca-se a linguagem coloquial e a proximidade entre as interlocutoras em um dos trechos analisados:

- *Apresentadora: Telefone para participar conosco, [...] isso significa que temos ouvinte na linha. Vamos receber? Alô, bom dia, bom dia mesmo!*

- *Ouvinte: Bom dia Sandrinha! Salve Maria!*

- *Apresentadora: Nossa alegria Zezinha, Maria José, minha madrinha!*

- *Ouvinte: Quero mandar um abraço pra essas pessoa que rezaram hoje por mim. Iraci, muito obrigado minha amigona, por Jair [...], pra todo mundo de Moreno, Seu Bio que tá doente e a família de Inácia que tá com a família internada.*

Em outro trecho, verifica-se novamente a coloquialidade no diálogo com a citação direta dos parentes da ouvinte feita pela apresentadora:



XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE

- *Apresentadora: Vamos receber também a nossa ouvinte, esta vem agora aí de Umuarama, São Lourenço da Mata. Alô, bom dia, bom dia mesmo!*

- *Ouvinte: Bom dia, a paz de Jesus, o amor de Maria!*

- *Apresentadora: Esteja também com você! Com todos os seus, um abraço pra seu Manoel, pra Dona Zezinha, pra Emanuele, pra todos os teus familiares.*

Uma vez que acentuasse a proximidade entre comunicador-produtor e ouvinte-comunicador através dos diálogos radiofônicos ao vivo, verifica-se uma apropriação efetiva do suporte por meio das mais variadas manifestações de cada participante, sentindo-se inserido no programa. Assim, o ouvinte-comunicador utiliza-se do veículo para expressar a sua fé católica, para compartilhar questões particulares (problemas de saúde na família) com os comunicadores-produtores no estúdio e com a audiência, ou manifestar insatisfações sobre questões sociais (violência urbana, fome, desemprego, corrupção) que fazem parte do seu universo. Esse cenário é engendrado através da utilização do suporte radiofônico e seus instrumentos técnicos como o microfone, o telefone e os elementos sonoros (voz, músicas e efeitos), transmitidos para os receptores através das ondas do rádio, bem como também pelos elementos subjetivos da oralidade, proximidade e coloquialidade que fomentam as condições para a construção do imaginário que compõem as interações entre os participantes do programa.

Conclusões

A partir desta pesquisa ainda em andamento, já é possível analisar o Programa Salve Maria, como efetivo espaço de comunicação popular, por seu tempo de atuação junto aos grupos católicos, além do reconhecimento social da comunidade religiosa e da rede de colaboradores, arrecadadores e sócios que contribuem para a manutenção do programa. Assim, evidencia-se a potencialidade da comunicação popular através de um programa radiofônico agregando uma comunidade de fé, com saberes e crenças religiosas que a condicionam e a empoderam na perspectiva do crer, ser e estar no mundo.

Neste aspecto ainda foi possível reconhecer à luz das teorias da folkcomunicação, as principais estratégias comunicacionais utilizadas no programa, e que propiciam as condições para a interação e a participação de sujeitos sociais às margens da comunicação midiática massiva, privilegiadas principalmente pelas características do veículo, como oralidade e proximidade com os ouvintes.



**XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE**

Destaca-se como peculiaridade, o fato do programa Salve Maria ser um horário arrendado numa rádio privada e mantido por uma rede de ouvintes colaboradores, o que evidencia a ação de um grupo social que de forma organizada garante um espaço permanente de participação popular na comunicação massiva.

Desse modo, o programa serve como referência para outras experiências voltadas não apenas para a promoção da religião em veículos de mídia, mas também incentivar outras formas de manifestações no campo da comunicação popular. Neste contexto, a radiodifusão comunitária e as rádios web são instrumentos potenciais para abertura de espaços de participação das camadas populares, através da inserção de novos sujeitos sociais no cenário midiático, indicando também outras possibilidades de investigações para futuros estudos nessas searas.

Referências bibliográficas

ANDRADE, J. O. **Igreja e Comunicação: a experiência católica, passagens pelo tradicional, o popular e o moderno**. VII Encontro nacional de história da mídia – Mídia alternativa e alternativas midiáticas. Fortaleza, CE. 2009.

BARDIN, L. (2006). **Análise de conteúdo** (L. de A. Rego & A. Pinheiro, Trans.). Lisboa: Edições 70. (Obra original publicada em 1977).

CARVALHO, M. A. D. [et al.]; PAIVA, M. M. (org). **Escolas Radiofônicas de Natal: uma história construída por muitos (1959-1966)**. Brasília: Líber Livro Editora, 2009.

CHARADEAU, P. **O discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

LIMA, I. S. e BELTRÃO, K. F. **Contribuições do cristianismo no desenvolvimento da educação à distância**. São Paulo. V Celacom, 2001. CD-ROM. Produzido pela Universidade Metodista de São Bernardo – São Paulo.

LIMA, I. S. **Mídia Educativa: o uso do vídeo no ensino técnico agrícola em Pernambuco**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação – ECA – USP). Universidade de São Paulo. São Paulo. 2002.

VIGIL, J. I. **Manual urgente para radialistas apaixonados**. São Paulo: Paulinas, 2003.

KOCHHANN, R., FREIRE, M., LOPEZ, D.C. **Convergência tecnológica, dispositivos multiplataforma e rádio: uma abordagem histórico-descritiva**. In: KLÖCKNER, L. e PRATA, N. (orgs). **Mídia sonora e 4 dimensões: 1ª ouvintes e falantes, 2ª memória política, 3ª programas de rádio, 4ª tecnologia e futuro**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2011. 340 p. (História da mídia sonora; v.2).

MARTÍN-BARBERO, J. **Globalização comunicacional e transformação cultural**. In: MORAES, D. **Por uma outra comunicação. Mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2005. 3º ed. cap. 3, p. 57-85.

MARTINO, L. M. S. **Mídia, Religião e Sociedade: Das palavras às redes sociais**. São Paulo. Paulus. 2016.

MARQUES DE MELO, J. **Mídia e Cultura Popular**. São Paulo. Paulus, 2008.



XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE

MARQUES DE MELO, J. **Os caminhos cruzados da comunicação: política, economia e cultura.** São Paulo: Paulus, 2010.

MERGULHÃO, E. **Marcas comunicacionais na obra literária de Luiz Beltrão.** São Paulo. Intercom. 2015.

NEUBERGER, R. S. A. **O Rádio na Era da Convergência das Mídias.** Cruz das Almas/BA: UFRB, 2012. 164 p.

PAIVA, V. **Educação Popular e educação de Adultos.** SP. Edições Loyola. 1973.

PRATA, N., LOPEZ, D. C. e CAMPELO, W. **Panorama do Rádio Religioso no Brasil.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu, PR – 2 a.