

O pregador midiático

Marcelo Rossi e o discurso radiofônico em *Nosso momento de fé*¹

The media preacher

Marcelo Rossi and the radiophonic speech in "Nosso momento de fé"

João Baptista de Abreu | joabajr@uol.com.br

Jornalista profissional, com passagens por veículos como Jornal do Brasil, O Globo, Jornal do Commercio, Rádio Jornal do Brasil, TV Educativa e TV Globo, sociólogo e professor associado do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense (UFF), é doutor e mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com especialização em rádio pelo Ciespal e pelo Radio Nederland Training Centre.

Resumo

O trabalho analisa 10 meses de transmissão do programa *Nosso momento de fé*, apresentado pelo padre católico Marcelo Rossi e veiculado diariamente em 95 emissoras de rádio, líder nacional de audiência com 2,1 milhões de ouvintes por minuto. O objetivo é examinar as estratégias empregadas no discurso radiofônico e sua eficácia no imaginário popular, conjugando a palavra, a música, os efeitos sonoros e o silêncio.

Palavras-Chave: Linguagem radiofônica; Paisagem sonora; Tempo psicológico; Padre Marcelo Rossi

Abstract

Ten months of a radio program are here analyzed. Catholic priest Marcelo Rossi is the anchor of "Nosso momento de fé" (Our faith moments). The program is daily broadcasted by 95 radio stations. It is a leader in audience with 2.1 million listeners per minute. The analysis was carried out on effectiveness of radio discourse strategies applied for working with popular imagination by using words, music, sound effects and silence.

Keywords: Radio discourse; Soundscape; psychological time; priest Marcelo Rossi

Introdução

*“Entre o rádio e a televisão prefiro a tela
do rádio, porque é mais ampla”
(Orson Welles)*

Palavra, música, efeitos sonoros, silêncio/pausa. Assim podemos resumir os mandamentos de um programa radiofônico que deseja estabelecer uma relação mágica de envolvimento com o ouvinte. A presença desses quatro elementos do rádio, na visão de Armand Balsebre, ajuda a explicar o êxito alcançado nos últimos 10 anos por *Nosso momento de fé*, líder nacional de audiência.

O programa mostra como o discurso radiofônico de uma emissora voltada para o popular consegue atingir amplas camadas sociais, quando linguagem e mensagem atendem expectativas de realização de sonhos e desejos que parecem distantes. O testemunho de ouvintes e a intervenção do comunicador criam um processo de interatividade, enquanto a paisagem sonora – por meio da seleção de canções e músicas instrumentais profanas e religiosas – simula um ambiente sagrado, como se estivéssemos em um culto. Mesmo que o desejo não se realize, a ideia predominante é a de conforto do espírito.

O programa é transmitido ao vivo pelo Sistema Globo de Rádio, de segunda-feira a sábado, de 9h05min às 10h10min, numa rede de 95 emissoras em todo o país. Apresentado pelo padre Marcelo Rossi, tem como coadjuvantes os radialistas Carlos Maglio e Mário Duarte – funcionários da emissora –, que conversam no ar com o padre, dividem a leitura das mensagens religiosas e anunciam nos intervalos as caravanas ao Santuário Nossa Senhora Mãe de Deus, em Jurubatuba, Santo Amaro². Na mesa de controle, o operador Daniel Palma³.

Marcelo Rossi apresenta o programa a partir de um estúdio localizado na Mitra Diocesana de Santo Amaro, onde ele mora, enquanto os produtores e o operador ficam na sede da Rádio Globo em São Paulo, no bairro de Santa Cecília. Ele se comunica ao vivo com a equipe por um canal privado. A equipe de produção é formada apenas por funcionários da emissora.

A audiência média na Grande São Paulo alcança 480 mil ouvintes por minuto, enquanto na Região Metropolitana do Rio de Janeiro fica em 380 mil ouvintes⁴. Desde 2010 com as transmissões simultâneas em AM e FM, o programa é o único da Rádio Globo carioca que supera amplamente a audiência da Rádio Tupi, líder no gênero. Em todo o país, o programa atinge a marca de 2,1 milhões de ouvintes por minuto⁵.

Paulistano, 44 anos, formado em Educação Física em 1989, Marcelo Mendonça Rossi ordenou-se sacerdote em 1994 e logo se tornou conhecido pelas missas voltadas para jovens no bairro de Santo Amaro, que seguem a corrente católica conhecida como Renovação Carismática⁶. O padre possui um site (www.padremarcelorossi.com.br), diversos perfis no Facebook e seis CDs musicais lançados⁷.

A estrutura do *Nosso momento de fé* alterna pregações, orações, bênçãos, mensagens para o ouvinte, como horários de missa no santuário e viagens pelo

Brasil para lançamento do livro *Ágape*⁸, promessas de cura e palavras de conforto. Testemunhos de fiéis, por carta ou telefone, e o quadro *Capela virtual* completam a grade. O padre agradece a Deus por ter ficado imobilizado por semanas após fraturar uma das pernas, o que, segundo ele, teria viabilizado a preparação do livro, de 12 capítulos e 125 páginas, inspirados no Evangelho de São João: “Deus permitiu que eu quebrasse a perna para poder escrever o livro”.

A palavra “*ágape*” é pronunciada diversas vezes ao longo do programa. Serve tanto para se referir ao livro quanto no sentido de amor espiritual e também como forma de saudação⁹.

“(Este livro) é um diálogo que, na condição de padre, faço com os meus filhos. O meu sacrifício é um serviço ao Senhor. Nas celebrações eucarísticas, nos programas de rádio, nas visitas aos doentes, nos sacramentos que com amor realizo, tenho a humilde intenção de fazer com que as pessoas percebam o Ágape, o amor de Deus que dá significado à nossa vida.” (p. 22).

Rossi refere-se aos ouvintes como “amados” e manda recados aos que ouvem o programa involuntariamente por estarem junto a um aparelho de rádio sintonizado por algum familiar, dona de casa, empregada doméstica ou colega de trabalho. Rossi os chama de “ouvintes por tabela”. É importante distinguir o conceito de “ouvinte eventual”, de Abraham Moles, aquele que sintoniza eventualmente a emissora, mas tem a intenção de fazê-lo, e o que Rossi entende por “ouvinte por tabela”. Moles divide o ato de escutar em quatro circunstâncias: escuta ambiental, a escuta em si, atenção concentrada ou escuta por seleção, sintetizadas aqui por Luiz Ferraretto (2001, p. 28).

Escuta ambiental	Tudo o que ouvinte busca no meio de comunicação rádio é um fundo musical ou de palavras
Escuta em si	O ouvinte presta atenção marginal interrompida pelo desenvolvimento de uma atividade paralela
Atenção concentrada	Supõe um aumento no volume de som do receptor, superando os sons do ambiente e permitindo a concentração do ouvinte na mensagem radiofônica
Escuta por seleção	O ouvinte sintoniza intencionalmente um determinado programa e a ele dedica sua atenção.

Ferraretto (2001, p. 29) observa que “as formas de recepção definidas por Moles não são permanentes ao longo da sintonia em uma determinada programação. Em proporção variável, chegam a se interpenetrar”.

No dia 4 de janeiro, Marcelo Rossi manda recado a uma empregada doméstica que ouve o rádio ao lado da patroa: “Tem gente que está me ouvindo por tabela. Faz tempo que você tirou férias de Jesus. Volta pra Deus. Sei que você foi enganada porque frequentava uma igreja que só pedia dinheiro. Volta para a igreja, não essa, mas a Igreja de Deus. Você veio da Bahia, depois ficou fanática. Não vou citar o nome dela por uma questão de ética”.

O comunicador faz questão de dizer que respeita os evangélicos e tem diversos amigos pastores, mas critica indiretamente aqueles que pedem dinheiro nos cultos. “Eu ligo a televisão e vejo uma pessoa que diz que faz milagres. Às vezes até faz mesmo. Infelizmente muitas usam o nome de Jesus em proveito próprio, mas eu não posso julgar” (11/3/2011).

Ao contrário da tolerância demonstrada com os evangélicos, o espiritismo e as religiões de matriz afro-brasileira são sempre referenciados como ocultismo¹⁰. Rossi faz preces em que suplica a Deus, conta histórias, reza *Ave Maria* e o Pai Nosso, abençoa os ouvintes com o sinal da cruz, usa parábolas, conversa com ouvintes por telefone e lê cartas de pessoas que obtiveram graças. Muitas vezes comove-se com os testemunhos e chora no ar. Nesses casos, quando percebe o choro o operador Daniel Palma estende a cortina musical. A seleção da correspondência cabe aos produtores e o padre faz questão de dizer que lê de primeira – “estou lendo de prima” –, sem ensaio.

Breno Lucas da Silva Andrade, de Pernambuco – em carta lida no ar no dia 7 de junho –, foi um dos que comoveram o padre. Ele conta que perdeu o pai assassinado e pouco depois a mãe, vítima de câncer. Hoje diz que compra todo mês 19 exemplares do *Ágape* para dar de presente. Rossi interrompe a leitura da carta e começa a chorar. A pausa/interrupção ocasionada pelo choro remete à ideia de silêncio na comunicação radiofônica.

Parábolas e imagens

Balsebre (1996, p. 23) explica que a mensagem radiofônica compõe-se da percepção intercorrente de silêncios e registros sonoros.

Assim como o som se percebe como forma sobre um fundo de silêncio na estrutura sequencial constituída por pares de unidade som/silêncio, assim também, por oposição, podemos afirmar que o silêncio pode ser percebido como forma não sonora sobre um fundo de sons, em sua relação estrutural com o som¹¹.

Rossi usa diversas vezes o recurso da parábola como forma de pregação. Uma delas é a história dos meninos que brincam de patins no gelo, narrada no dia 17 de fevereiro.

De repente o gelo se quebra e um dos meninos cai na água gelada. O amigo começa a bater com força e consegue quebrar o gelo. Os adultos, quando chega o socorro, se surpreendem com a força e a obstinação do menino e lhe perguntam como conseguiu. E ele responde: porque não havia ninguém para me dizer que eu não conseguiria.

A parábola acima expõe a ideia de obstinação, da vontade sem limites da criança inocente que não tem um adulto para desencorajá-la. Marcelo Rossi sabe fazer pausas como poucos e muda o tom de voz de forma impressionante, modulando a fala de acordo com a emoção do enunciado. Sussurra, levanta a voz, lança frases exultantes, numa alternância de ritmo que prende a atenção do ouvinte, até mesmo aquele que está a distância do aparelho de rádio. Aqui temos presente a subjetividade do tempo psicológico aplicada ao rádio por Mário Kaplún, segundo o qual o ritmo adequado de um programa de rádio

pode contribuir para comprimir a sensação do tempo dedicado à audição. Quanto maior a atenção, menor o tempo psicológico.

Frequentemente constrói imagens ao convidar o ouvinte a fechar os olhos e imaginar determinada cena, como a de uma criança sorrindo ou a de Jesus caminhando sobre as águas. As cenas são facilmente identificáveis porque fazem parte do imaginário social. Rossi sabe explorar a capacidade do veículo em criar imagens.

Walter Alves afirma que o rádio é capaz de exercer o domínio do sentido por meio da palavra falada, “uma arte em si mesma”.

Nossa imaginação é capaz de improvisar sobre a forma básica das coisas, com nosso toque próprio subjetivo. O mundo subjetivo conta, em seu nível mais básico, com imagens primordiais que nos remetem ao inconsciente. Quando um escritor senta-se para criar, ele está inevitavelmente penetrando em um mundo onde a matéria-prima é a essência dos sonhos. (ALVES, 1982, p. 11)

Quando lhe perguntam onde aprendeu a técnica radiofônica, Rossi diz que é inato. Criança, não tinha hábito de ouvir rádio; apenas gostava de cantar. Também refuta a classificação de artista: “Eu sou padre, não sou artista, não sou cantor. Apenas uso os instrumentos de evangelização que estão por aí”, asseverou no programa que foi ao ar em 7 de junho¹².

As falas do comunicador carregam uma forte dose de improviso, baseado na intuição e na experiência como pregador nas missas dominicais. “O programa é costurado por Deus na unção” (6/5/2011). Balsebre (op. cit., p. 39) lembra que o improviso pode representar a expressão mais direta de um sentimento.

Se o diálogo é uma das formas expressivas que no rádio melhor se aproximam da comunicação interpessoal, o improviso é o significante dessa forma expressiva, a expressão mais direta de uma ideia ou de um sentimento. O locutor radiofônico deve exercitar-se diariamente no domínio de todos os recursos expressivos do improviso e trabalhar paralelamente a naturalidade do texto escrito.

Arnheim (apud Balsebre, p. 25) frisa que o estímulo dos sentidos se dá não apenas por meio da música, da harmonia e do ritmo, mas também através da palavra. No caso do rádio, a palavra falada ganha uma dimensão maior quando conquista o sentimento do outro.

O rádio está de posse não somente do maior estímulo que o homem conhece para captar os sentidos, como a música, a harmonia e o ritmo, mas também é capaz de oferecer uma descrição da realidade por meio de ruídos e pelo mais amplo e abstrato meio de divulgação: a palavra. A palavra é fundamental, pois o rádio é um meio de comunicação entre pessoas.

Nos programas do gênero , uma das funções de linguagem mais presentes (na concepção de Roman Jakobson) é a fática, aquela em que o emissor manifesta a necessidade de se comunicar diretamente com o receptor, estabelecendo uma conversação. Para Vanoye (1997, p. 54),

A função fática está centrada sobre o contato (físico ou psicológico). Tudo o que numa mensagem serve para estabelecer, manter ou cortar o contato (portanto a comunicação) concerne a essa função. Assim, por exemplo, numa comunicação telefônica, o tradicional 'alô' estabelece o contato, as expressões 'você está me ouvindo?', 'um momento por favor' mantêm o contato, 'vou desligar' interrompe a comunicação

Outra função de linguagem bastante utilizada no programa é a conativa, aquela que se orienta para o destinatário, como os vocativos e os imperativos. O padre volta-se diretamente para os ouvintes e os chama de “amados” e faz exortações do tipo “fechem os olhos”, “vamos rezar” ou quando se dirige a alguém que esteja com uma doença grave ou problema sério. A linguagem conativa aproxima emissor e receptor.

Rossi conversa com o ouvinte ou com os apresentadores coadjuvantes. Em *Nosso momento de fé* os coadjuvantes adotam uma atitude de confirmação no diálogo com o comunicador principal. Não há debate, nem conflito. Predomina a redundância, recurso de retórica presente na catequese e nos discursos voltados para camadas populares.

A preocupação em se fazer compreendido é permanente. Rossi suspende uma narração para, didaticamente, explicar o significado de um substantivo que possa parecer desconhecido do ouvinte, como sudorese (14/7/2011). Pergunta se Mário Duarte sofre de sudorese (suor excessivo) e diz que enfrenta esse problema quando reza missas no santuário por conta dos holofotes. Aqui temos a ideia de diálogo simulado para expor o significado de uma palavra que se supõe desconhecida de parte do público. Em outra ocasião, faz questão de explicar aos ouvintes que utiliza o verbo “incendiar” apenas no sentido de “queimar o mal que há dentro de nós”. Na Bíblia incendiar tem o sentido de purificar, como o fogo do Espírito Santo, Terceira Pessoa da Santíssima Trindade¹³.

Poucas vezes o comunicador utiliza a linguagem referencial, própria do discurso jornalístico. Lança mão da linguagem referencial quando conta parábolas. A pregação, sob a forma de conversa ou charla (na expressão consagrada por Mario Kaplún), pode tratar o interlocutor tanto no plural (“vocês, amados”), quanto no singular, para se aproximar do ouvinte, como se pretendesse simular uma intimidade. Manda recados e recomendações e diz que a pessoa a quem se dirige saberá identificar a mensagem.

No dia 8 de novembro, Rossi fala com o ouvinte (no singular) que sofre dores provenientes de artrite. Cita quem tem artrose, problemas na coluna e no nervo cervical. Dá conselhos e transmite palavras de conforto. Embora fale no singular, fica claro o uso do recurso da metonímia (a parte pelo todo), uma vez que as doenças mencionadas são comuns entre as pessoas de mais de 40 anos, que constituem um contingente significativo do público de *Nosso momento de fé*.

Na transmissão de 9 de fevereiro de 2011, Rossi aconselha as gestantes a guardar segredo sobre a gravidez, para evitar a inveja. Devem contar só para o marido: “Quando você está fraca, vem o inimigo e as coisas acontecem”.

São frequentes as referências ao demônio, visto quase sempre como tentação para o mal. Ele explora a oposição entre bem e mal, céu e inferno, amigo

e inimigo, arrogância e humildade. O céu é apresentado como o lugar do “sucesso”, a plenitude da realização. Na Igreja católica as referências ao demônio se intensificam durante o período medieval, para marcar a dicotomia entre o bem e o mal, consagrando o que se convencionou chamar de “religião do medo”.

São raras as menções a temas socioeconômicos. Uma das poucas vezes se passa no dia 8 de janeiro, quando pergunta a um coadjuvante: “Sabe quanto ganha uma professora? Minha mãe é professora. É uma vergonha!”.

Percebe-se a necessidade de mostrar solidariedade com o drama de um cidadão comum. No dia 9 de julho, refere-se ao frio do estúdio (entre 12 e 13 graus). Conta que veste três camisas e lembra das pessoas que não possuem nenhuma para vestir no inverno de São Paulo.

Marcelo Rossi recorre bastante a frases de efeito, como “Não diga para Deus que você tem um grande problema. Diga ao problema que você tem um grande Deus”; “Pequenas viagens acabam convertendo-se em grandes rios”; “Viver é servir, servir é amar” ou “Quem ama o que faz fará sempre com amor”; “O pouco com Deus é muito; e muito sem Deus é nada”. Muitas delas são retiradas de *sites* cristãos pela equipe de produção. Ao todo, além destas, são 400 mensagens cristãs e de auto-ajuda, alternadas ao longo da transmissão.

Integrante quando jovem da Gaviões da Fiel do Corinthians, ele chega a adaptar refrões entoados pela torcida para evangelizar durante o programa.

*Não para, não para, não para
Não para, não para, não para
Com Jesus*

Aos ouvintes explica a distinção entre o significado de “ouvir” e “escutar”. Ouvir pressupõe dispersão, ao passo que escutar exigiria atenção; atenção com a palavra de Deus. Da mesma forma, alerta para a diferença entre assistir ou participar do programa. Assistir estaria no mesmo plano de ouvir, enquanto participar, no plano de escutar. Como o rádio é um veículo que oferece portabilidade e a capacidade de realizar atividades simultâneas, pode-se supor que o objetivo é cativar a atenção, levando o ouvinte a suspender temporariamente as outras tarefas.

O quadro *Capela virtual* remete ao site, cujo endereço é apresentado no ar diariamente. São lidas mensagens para cada uma das velas, normalmente súplicas baseadas no sentimento humano (depressão, angústia, frustração, medo). Rossi cita a cor da vela e Mário Duarte lê a frase programada:

Rossi: Vela branca

Duarte: Liberte-nos desta frustração;

Rossi: Vela Verde:

Duarte: Liberte nossa família desta frustração;

Rossi: Vela Vermelha:

Duarte: Liberte-nos da frustração no trabalho;

Rossi: Vela Roxa

Duarte: Liberte-nos da desilusão;

A aclamação da última vela, chamada de Grande Vela, é entoada em coro pelos apresentadores coadjuvantes.

Rossi: Grande Vela

Duarte e Maglio: *Ágape* Jesus, amor incondicional, amor sem limites, amor que me preenche por inteiro, amor que não divide. Amém.

Em *Nosso momento de fé*, os pedidos de ajuda variam entre emprego, cura de doenças graves, gravidez bem sucedida, reconciliação conjugal, casos de alcoolismo e dependência química; a maioria anunciada por pessoas de origem humilde. Entre 4 de janeiro e 12 de novembro de 2011, mais de 80% dos depoimentos foram de mulheres na faixa dos 16 aos 50 anos. Os outros 20% se dividiram entre homens e crianças. Comunicador e ouvintes recorrem à expressão “deixa a mãezinha passar”, para solicitar a intervenção de Nossa Senhora na obtenção de uma graça. Os pedidos a Deus vêm muitas vezes acompanhados da expressão “toca-nos, senhor”.

O sábado é dedicado ao depoimento de crianças por telefone. O padre pede a elas para cantar, fazer uma oração, pergunta se já leram o *Ágape* e qual o capítulo preferido. Indaga também sobre o CD musical e pede que indiquem a faixa predileta.

No testemunho ao vivo por telefone de Juliano, 11 anos, natural de São Paulo (11/7/2011), o menino conta que está sozinho em casa com a irmã Denise, 10 anos, porque a mãe saiu para trabalhar. Rossi mostra-se preocupado e o aconselha a não ligar o gás do fogão. A seguir comove-se quando Juliano lhe pede para orar para que o pai volte para casa, que deixou desde janeiro.

O programa de 6 de janeiro é dedicado aos desempregados. Um mês depois, no dia 3 de fevereiro, Rossi lê a carta da mineira Aline Carvalho de Oliveira, de Vespasiano, para mostrar que as orações surtiram efeito. Aline diz que acompanhou o *Nosso momento de fé*, compareceu a uma série de entrevistas de seleção durante uma semana e acabou sendo aprovada em todos os testes.

Os depoimentos mais comoventes, principalmente os de graças alcançadas, são sucedidos por hinos de louvor ao Espírito Santo, que na Santíssima Trindade é a pessoa vinculada ao conhecimento e à fé. “Eu não vou mais abafar o carisma”, desabafa o padre.

A todos Rossi aconselha que leiam o *Ágape* e faz uma recomendação para que a leitura se dê em oração. De acordo com os pedidos encaminhados por carta ou telefonema, o padre prescreve capítulos do livro, como se fossem remédios. Uma frase repetida algumas vezes alerta: “O remédio vai nas consequências. O *Ágape* vai na causa”. (14/7/2011)

A possibilidade de alcançar a graça constitui um fator fundamental para prender a atenção do ouvinte. A exemplo da doutrina evangélica, Rossi acena com uma retribuição divina em vida, algo material como um emprego, a cura

de uma doença ou a volta do marido ao lar. O céu não deixa de ser o objetivo final para a vida eterna, mas a recompensa pela demonstração de fé se consubstancia em resultados aqui na Terra.

Um dos talentos demonstrados pelo comunicador é a construção de imagens, como a do dia 2 de junho. Ele pede a um homem enfermo: “Ponha a mão não no peito, mas no coração. O senhor conseguiu desobstruir uma artéria sua. Olhe: procure seu médico; ainda tem alguma coisa para ver. Mas não conte para o médico que fui eu que disse, não. Você ainda tem muita coisa pra fazer por aqui”. Em seguida, convida o homem a enxergar a imagem de São Francisco com quatro pássaros.

A imagem do homem enfermo funciona como metonímia – como já foi citado – dos milhares de ouvintes sintonizados naquele momento e que sofrem problemas cardíacos. Assim fica a impressão de que o comunicador está falando para cada um deles.

Paisagem sonora

O conceito de paisagem sonora começou a ser desenvolvido em 1969 pelo compositor e musicista canadense Murray Schafer para estudar os ambientes acústicos pelos quais somos capazes de identificar um lugar, um bairro, uma rua. Com base na captação de sons e ruídos, pode-se perceber auditivamente as transformações, tanto no meio urbano como no rural. Schafer liderou um grupo de pesquisadores que criou o projeto Paisagem Sonora Mundial (World Soundscape Project – WSP) e classificou os ambientes acústicos em *low fi* (baixa fidelidade), com relação ao meio urbano, e *high fi* (alta fidelidade), para o meio rural. De acordo com o musicista, o silêncio presente no ambiente *high fi* permite ao ouvido captar mais sons a distância, ao passo que o excesso de ruídos que caracteriza o meio urbano na sociedade pós-industrial reduz a percepção auditiva. No meio urbano, somos compelidos a entender o silêncio não como ausência absoluta de som, mas como ausência de sons e ruídos comuns ao ambiente acústico que nos é familiar. Numa grande cidade nos acostumamos com o trânsito, o motor dos carros, buzinas e apitos de guardas de trânsito. A falta de ruídos nos permite ouvir o vento sobre as árvores e o chilrear de pássaros. Estes sons tendem a ser identificados como silêncio.

Paisagem sonora está associada às práticas culturais e comportamentais de uma comunidade. Assim, o barulho da torcida em um estádio de futebol, com refrões, hinos, assobios, batucadas e gritos de vendedores ambulantes na arquibancada varia de acordo com a região ou país. Esse conjunto de sons dispersos compõe um mosaico que marca a identidade do ambiente acústico.

O conceito de paisagem sonora acabou sendo apropriado pelos estúdios para se referir à plástica sonora da linguagem radiofônica. O rádio apresenta uma paisagem construída artificialmente para produzir efeitos de sentido. Ela se integra à mensagem como suporte, pausa ou, em alguns momentos, como elemento principal da narrativa. A trilha instrumental, quando não está em BG (*background*, de fundo), serve tanto como cortina musical, quanto como instante de reflexão após a pregação do comunicador. A música cantada é ideal

para os momentos de catarse, quando ouvinte e comunicador cantam juntos hinos de louvor a Deus ou a Nossa Senhora.

Schafer (2001, p. 165-166) observa que a gravação da música em disco e a indústria fonográfica afetaram a composição.

Todos os sistemas ordenados de linguagem requerem redundância. A música é um desses sistemas, e sua redundância consiste na repetição e recapitulação do material principal. Quando Mozart repetia um tema seis ou oito vezes, era para ajudar a memória a guardá-lo, para recuperá-lo mais tarde. [...] De fato, a função da indústria de gravação de fornecer redundância e, conseqüentemente, estabilidade à vida, numa época em que o futuro parece incerto, não deve ser subestimada, e se o sucesso das estações de rádio que repetem sempre as mesmas canções servir como alguma indicação, os seres humanos não ignoram esse valor. A princípio, parece paradoxal que, em uma era dinâmica e revolucionária, a maior parte das pessoas possa preferir a música do passado, até se perceber que, para a maior parte dos homens, a música atual já não opera como uma antena do espírito, mas como uma âncora sensorial e estabilizadora contra o choque futuro

A plástica sonora representa um dos pontos altos de *Nosso momento de fé*. O programa mescla músicas instrumentais extraídas de trilhas de longas-metragens consagradas que nada têm a ver com religião, como *O último moicano*, *Coração Valente*, *Gladiador*, *Titanic*, *1492, a conquista do Paraíso* e *Era uma vez no oeste*, com peças como *Ave Maria*, de Gounod, e *Ária da Quarta Corda*, de Bach, canções evangélicas ou da Renovação Carismática.

Um coro entoia a vinheta de passagem exibida no início e no fim de cada intervalo: “Ele está com você no colo de Jesus. Com você no colo de Jesus”. A redundância, característica de qualquer vinheta, facilita a identificação do programa no ar. Um pequeno solo de piano introduz a pregação final, que costuma terminar com uma mensagem otimista. O solo fica 5 segundos e cai em BG até desaparecer em *fade*. Muitas vezes a mensagem final é gravada às 8h, quando o padre estabelece o primeiro contato matinal por telefone com a equipe de produção, na sede da Rádio Globo de São Paulo. Rossi ensaia algumas inflexões de voz, troca palavras e começa a gravação. A trilha sonora é colocada na hora da transmissão.

A equipe técnica tem gravados dois *loopings*, de mais de 20 minutos de duração, com trechos de músicas instrumentais que permanecem em BG ao longo das principais pregações. O técnico e radialista Evandro Almeida, o Panda, funcionário da Rádio Globo, faz a pré-seleção musical. Panda faz questão de dizer que às vezes Rossi manda cortar algumas canções pré-selecionadas sob o argumento de que elas não seriam músicas de Deus.

O vínculo entre música e magia vem desde os tempos primitivos. De acordo com Vanoye, cantos associados a preces ou magias, narrativas sob a forma de salmos e cantigas populares podiam exprimir sentimentos religiosos ou profanos.

Pouco a pouco operou-se uma separação nítida entre música instrumental e música vocal, que pode ser ilustrada por realizações formalmente distintas como as missas, cantatas, óperas e operetas. A música vocal pode ilustrar textos religiosos (versículos

da Bíblia, operações) ou literários (poemas). Mas note-se que, desde as manifestações mais primitivas da música vocal, os textos são criados dentro de uma melodia. Não se trata de um texto subordinado à música, nem do inverso; música e texto são produzidos quase simultaneamente e na perspectiva e suas relações recíprocas. (VANOYE, 1996, p. 177)

Vanoye considera a canção um gênero musical de estrutura simples, daí seu grande poder de comunicação.

A canção, sobretudo a popular, é o lugar de uma espécie de êxtase verbal onde se pode assumir o prazer da diversão com as palavras, os sons, as assonâncias, consonâncias, dissonâncias, rimas, imagens, absurdas, e o non-sense. A canção é, às vezes, por isso mesmo, a linguagem em liberdade. No entanto, esta liberdade conferida pela canção está limitada pelo cuidado em sua recepção e memorização. Uma boa canção é também algo que se compreende (ou que se intui) facilmente e que se retém na memória. Essa é a razão pela qual a canção recorre naturalmente às formas fixas (estrofes e refrões). (Idem, p. 178)

Durante todo o primeiro semestre de 2011, a canção mais utilizada para fechar o *Nosso momento de fé* foi *Força e vitória*, composta por Sandro de Andrade e interpretada pela cantora capixaba Eliana Ribeiro, ligada à rede católica Canção Nova. O padre a batizou de “hino do *Ágape*” e a incluiu no seu último CD.

*Jeeeeesus, ele tem poder
Jeeeeesus, ele é o senhor*

Estrilho

*Nada poderá me abalar
Nada poderá me derrotar
Pois minha força e vitória
Tem um nome
É Jesus
Pois minha força e vitória é Jesus.*

O operador sobe e desce o volume de acordo com as entradas de Rossi, que canta junto com a intérprete e aproveita as pequenas pausas e extensões vocais para enviar mensagens de louvor a Deus. Esse recurso faz com que o programa termine de forma exultante ou “pra cima”, no jargão radiofônico, buscando proporcionar uma sensação de conforto espiritual. Tudo é realizado ao vivo, o que exige extrema perícia do operador para equalizar a voz do comunicador com a parte vocal da música. O subir e descer a trilha dá ideia de um jogo de luz e sombra que dá suporte à mensagem.

A trilha sonora reforça o aspecto dramático por meio da excitação sentimental do processo comunicativo. Um dos efeitos sonoros mais utilizados é o do batimento do coração. Para Balsebre (1996, p. 29), a linguagem radiofônica guarda uma conexão com o discurso simbólico e conotativo.

A linguagem radiofônica necessita integrar no sistema semiótico aqueles elementos expressivos que codificam o sentido simbólico. A utilização da música e os efeitos

sonoros na produção de enunciados significantes, como signos substitutivos de uma determinada idéia expressiva ou narrativa, pode superar muitas vezes o próprio sentido simbólico e conotativo da palavra

Os Comerciais

Nosso momento de fé apresenta três intervalos (*breaks* no jargão de rádio), que oscilam entre três e quatro minutos. Nas janelas locais são anunciadas as caravanas para o santuário. Predominam comerciais de supermercados e de remédios populares, para dor de cabeça e varizes, por exemplo. No início de 2011, em corte seco (sem vinheta de passagem) o comercial vinha introduzido pela voz da astróloga Zora Yonara: “Minha amiga, você tem varizes?”

O comercial de maior destaque no primeiro semestre de 2011 foi o de uma distribuidora de medicamentos em domicílio. Diversas vezes aparece a voz do próprio dono da distribuidora, propalando as vantagens de comprar pela Internet.

No último bloco, Rossi faz uma chamada da atração seguinte das emisoras do Sistema Globo de Rádio (São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte). No caso do Rio, o apresentador Roberto Canásio (*Manhã da Globo*) encena uma conversa com o padre, mas por se tratar de uma gravação fica evidente a prosa simulada, sem retorno do interlocutor.

Um estudo da pesquisadora argentina Maria Cristina Matta mostra os requisitos básicos para que uma emissora popular estabeleça um vínculo de identidade com o ouvinte. Uma delas é o da representação, seja através da oferta de serviços e cooperação material, seja por meio da oferta simbólica.

As rádios de audiência popular se mantêm enquanto remetem à ilusão de um intercâmbio entre iguais que os setores populares sentem ausente em outras emissoras. É esse intercâmbio ilusório que facilita a assimilação das idéias de serviço e cooperação propostas partir das emissoras; um particular tipo de interação baseado na bondade e sensibilidade individuais. (MATTA, 2005, p. 274)

De acordo com a equipe de produção, Marcelo Rossi reivindicou à direção da emissora a extensão do *Nosso momento de fé* até 10h10min, para compensar os 10 minutos de intervalos. Assim, o noticiário *Globo no Ar*, que em todas as outras edições entra no ar na hora cheia, é apresentado por volta de 10h10min. Essa transgressão no mapa de programação é facilmente compreendida se levarmos em conta que o programa de Marcelo Rossi é o de maior audiência do Sistema Globo de Rádio em praticamente todo o país, auferindo prestígio e lucro substanciais à emissora.

Considerações finais

Mesmo reconhecendo que as identidades de público-alvo não se constroem rapidamente, nem se perpetuam, como frisa Maria Cristina Matta, é preciso reconhecer a capacidade de determinado discurso ser absorvido por

um contingente de ouvintes, quando atende expectativas que nem sempre as pesquisas de audiência expressam. Estes requisitos estão associados ao afeto e à sensação de conforto espiritual que extrapola a profissão de fé.

A linguagem radiofônica articula simultaneamente recursos que conduzem à harmonia entre a consciência e o sentimento, entre o fazer saber e o fazer sentir. Quando bem dosados, sem exageros, nem apelações, esses recursos atingem o emocional do ouvinte. A repetição de músicas enfatiza a redundância, facilitando a comunicação. O radialista realiza a mediação entre o saber e o sentir, entre a palavra e a pausa, entre o sussurro e a eloquência. Entrevistados para esta pesquisa, profissionais que atuam em *Nosso momento de fé* atribuem certo poder mediúnico ao padre pela capacidade de antever situações durante e fora do programa. A questão não faz parte da investigação acadêmica, mas não custa observar que mídia e médium possuem a mesma origem etimológica.

Referências bibliográficas

- ALVES, W. O. *Radio: la mayor pantalla del mundo*. Quito: Ciespal, 1982.
- BALSEBRE, A. *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Signo e Imagem, 1996.
- FERRARETTO, L. A. *Rádio – o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.
- KAPLÚN, M. *Producción de Programas de Rádio – el guión, la realización*. Quito: Ciespal, 1978.
- MATTA, M. C. *Rádio: memórias da recepção, aproximação à identidade dos setores populares*, in MEDITSCH, E. *Teorias do Rádio – textos e contextos*, volume 1. Florianópolis: Insular, 2005.
- ROSSI, M. *Ágape*. São Paulo: Globo, 2010.
- VANOYE, F. *Usos da linguagem – problemas e técnicas na produção oral e escrita*. São Paulo: Martins Fontes, 1977.
- SCHAFER, M. *A afinação do mundo*. São Paulo: Editora UNESP, 2001.

Notas

1. Trabalho apresentado no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Recife, no Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora em setembro de 2011.
2. Por ocasião da pesquisa, o santuário estava em fase de construção.
3. O sonoplasta Evandro Almeida opera o transmissor e grava os *loopings* com músicas instrumentais. Antes, a seleção musical era feita por Marcos Souza Cruz, o Monange.
4. Os números baseiam-se no boletim do Ibope do 2º trimestre de 2011. O pico de audiência ocorreu entre 2004 e 2005, quando o programa chegou a registrar 820 mil ouvintes por minuto em São Paulo e 850 mil ouvintes no Rio de Janeiro.
5. Marcelo Rossi também apresenta a crônica Momento de oração, às 14h05min, na Rádio Globo.
6. A Renovação Carismática surgiu em 1967 na cidade de Pittsburgh, Pensilvânia, na costa leste dos Estados Unidos. Um grupo de líderes católicos passou a adotar liturgias semelhantes às do

protestantismo, como adorações e músicas de louvor durante as reuniões e missas, para atrair novos devotos, principalmente entre os jovens. O movimento enaltece Maria, mãe de Jesus, e o poder do Espírito Santo, que de acordo com a história oficial da Igreja foi capaz de transmitir a palavra de Deus nos idiomas de cada um dos apóstolos. No Brasil, estima-se em 4 milhões o número de adeptos, em sua grande maioria mulheres. Há mais de 10 mil grupos de orações espalhados pelo país. Os críticos atribuem à Renovação Carismática um misticismo alienante, que afastaria o movimento da chamada doutrina social da Igreja.

7. Marcelo Rossi começou a atuar em rádio em 1996 na Jovem Pan, com um programa de cinco minutos. Depois de gravar seu primeiro CD de música, ganhou um programa de uma hora na Rádio América. O último CD musical, gravado ao vivo, foi lançado em agosto de 2011. As faixas fazem parte da trilha musical do programa.
8. Lançado pela Editora Globo, o livro vendeu 5 milhões de exemplares entre agosto de 2010 e agosto de 2011, tornando-se um recorde no mercado editorial.
9. No dia 7 de junho, Marcelo Rossi pronunciou a palavra “*ágape*” 54 vezes em menos de uma hora de transmissão.
10. Nos seis meses de pesquisa (janeiro a junho de 2011), não foi possível perceber se o apresentador faz distinção entre os kardecistas e os adeptos da umbanda.
11. Em espanhol, as expressões “sonoro” e “sonido” têm sentidos específicos. Talvez a melhor tradução para sonoro seja “audiovisual” no aspecto perceptivo, diferente de som.
12. Apesar de não se considerar artista, o padre cumpre uma agenda fora do ar semelhante à de uma celebridade. Percorre o país promovendo lançamentos de seu livro e CDs em shoppings, atraindo grande atenção. Os números alcançados são apregoados a cada programa, como recordes de venda e de público.
13. A ideia de queimar o mal que existe no ser humano remete aos tempos da Inquisição, em que o Tribunal do Santo Ofício sentenciava os hereges à fogueira sob a alegação de que o fogo purificaria o espírito.