



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

MEDIATIZAÇÃO RELIGIOSA NA PODOSFERA
ESTUDO DE CASO DO PROGRAMA DE PODCAST BIBOTALK

Ana Ligia Ribeiro Farias

FORTALEZA
2020

ANA LIGIA RIBEIRO FARIAS

Mediatização Religiosa na Podosfera
Estudo de caso do programa de podcast BiboTalk

Trabalho de Conclusão do Curso de Publicidade e Propaganda na Universidade Federal do Ceará, para obtenção do grau de Bacharelado em Publicidade e Propaganda.
Orientador: Antonio Cesar da Silva.

FORTALEZA
2020

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Sistema de Bibliotecas
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

F238m Farias, Ana Ligia Ribeiro.

Mediatização religiosa na podosfera : estudo de caso do programa de podcast BiboTalk / Ana Ligia Ribeiro Farias. – 2020.

77 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de Cultura e Arte, Curso de Comunicação Social (Publicidade e Propaganda), Fortaleza, 2020.

Orientação: Prof. Me. Antônio César da Silva.

1. Mediatização religiosa. 2. Cibercultura. 3. Podcast. 4. Campo religioso. I. Título.

CDD 070.5

ANA LIGIA RIBEIRO FARIAS

Mediatização Religiosa na Podosfera
Estudo de caso do programa de podcast BiboTalk

Trabalho de Conclusão do Curso de Publicidade e Propaganda na Universidade Federal do Ceará, para obtenção do grau de Bacharelado em Publicidade e Propaganda.
Orientador: Antônio Cesar da Silva.

Aprovada em: ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Mestre. Antonio Cesar da Silva (Orientador) Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof.a Dra. Sílvia Helena Belmino - Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Antonio Wellington de Oliveira Junior - Universidade Federal do Ceará (UFC)

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Deus, que por causa de sua glória e excelência concedeu graça e que por meio da sua palavra tudo veio a existência. Fazer comunicação é uma forma de desfrutar dessa graça de maneira bem peculiar. Agradeço aos meus pais, que sempre acreditaram e me apoiaram mais do que qualquer outra pessoa. Agradeço a Jesus, que me motivou a ir até o fim e me fez encontrar motivos para continuar quando eu pensei em desistir.

Ao meu noivo e futuro esposo, Felipe Albuquerque, pelo incentivo, carinho e acompanhamento direto no processo de elaboração da escrita e pesquisa dessa monografia. Às amigas queridas, Iara Evillyn, Ingrid Steffane, Yanna Vasconcelos e Yana Dara, que ao longo da minha caminhada como acadêmica e como pessoa, sempre me apoiaram, oraram e torceram pelo meu melhor.

Agradeço também ao orientador, Antônio Cesar da Silva, que foi presente, dedicado e se envolveu junto comigo na construção desse trabalho e a todo o corpo docente da Universidade Federal do Ceará, que contribuiu para que esse momento fosse possível.

RESUMO

Este trabalho apresenta uma reflexão acerca do campo religioso como manifestação da atividade religiosa institucionalizada, e sua crescente atuação na comunicação e no local de debate público. Com os avanços tecnológicos e a cibercultura (LEMOS, 2005; LÉVY, 1999), os dogmas religiosos viram a possibilidade de expansão em mais uma esfera do cotidiano, e enxergaram neste espaço (do digital) mais um terreno para articular as ideias e/ou premissas religiosas com outras práticas contemporâneas. Realizando um estudo de caso, especificamente um programa de podcast sobre teologia, o BTCast, este trabalho se propôs a identificar a mediatização religiosa no podcasting através da midiatização do programa em si; da tecnicidade de produção do podcast; das interações sociais e técnicas; publicidade e merchandising; e procurou identificar, através desse processo um crescimento da experiência religiosa no ciberespaço. Dessa análise, é possível apontar a manifestação do produto religioso, no caso o BTCast, se adequando à realidade e abordando o que está em evidência no debate público. O BTCast encontra no ciberespaço uma liberdade de comunicar e interagir sobre assuntos recorrentes, como uma “transmidiação”. O programa se apresenta como um produto cultural que se comporta para além dos limites pré-ordenados pelo objetivo em si do podcast, dando novos contornos à manifestação religiosa em rede, acaba operando também na lógica da mediatização religiosa, fazendo da religião não apenas a leitura dos debates inerentes ao cotidiano popular, mas sim o ponto central para que essas leituras sejam realizadas.

Palavras-chave: Campo religioso. Cibercultura. Podcast. Mediatização Religiosa.

ABSTRACT

This work presents a reflection about the religious field as a manifestation of institutionalized religious activity, and its growing in communication and in the place of public debate. With technological advances and cyberculture (LEMOS, 2005; LÉVY, 1999), religious dogmas saw the possibility of expansion in yet another sphere of everyday life, and saw in this (digital) space another ground for articulating ideas and / or religious premises with other contemporary practices. Conducting a case study, specifically a podcast program on theology, BTCast, this work aimed to identify religious media coverage in podcasting through the media coverage of the program itself; the technicality of producing the podcast; social and technical interactions; advertising and merchandising; and sought to identify, through this process, an increase in religious experience in cyberspace. From this analysis, it is possible to point out the manifestation of the religious product, in this case BTCast, adapting to reality and addressing what is in evidence in the public debate. BTCast finds in cyberspace a freedom to communicate and interact on recurring issues, such as "transmedia". The program presents itself as a cultural product that behaves beyond the limits pre-ordered by the objective itself of the podcast, giving new contours to the religious manifestation in the network, it also ends up operating in the logic of religious media, making religion not just reading debates inherent to popular daily life, but rather the central point for these readings to be carried out.

Keywords: Religious field. Cyberculture. Podcast. Religious media coverage.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABC2 - Associação Brasileira de Cristãos na Ciência

ABPD - Associação Brasileira de Produtores de Discos

Brainstorm – Tempestade de Ideias

Bibotalk - um programa de podcast oriundo de um blog.

Broadcasting - Transmissão pública e massiva de informações que, quando feita através de ondas eletromagnéticas de rádio também pode ser chamado de radiodifusão.

BTCast - Nome do Podcast do site BiboTalk e organização BiboTalk Produções

Casting - Elenco

COVID-19 – Novo coronavírus.

Facebook – Rede Social ou “Livro de Caras”.

Fake News – Notícias Falsas

Hiperconexão - Estabelecimento de conexões do tipo pessoa-pessoa, pessoa-máquina e máquina-máquina

IOT - Internet of Things. Termo no inglês que significa Internet das Coisas

Instagram – Rede Social Online de Compartilhamento de Fotos e Videos

IURD – Igreja Universal do Reino de Deus

Spotify – Serviço de Streaming de Musica

Online e Offline - Termos utilizados para definir o conectar (online) e o desconectar (offline) de uma plataforma específica da web.

Lives – Transmissão ao vivo pela internet

Mass Media – Meios de Comunicação de Massa

NerdCast – Programa de PodCast

GugaCast – Programa de PodCast

Programa BTCast – Programa de PodCast Teologico

Podcasting - Termo que designa o ato de fazer, produzir podcasts

PodPesquisa – Pesquisa online anual sobre podcast no Brasil

RSS - (*Really Simple Syndication*).

The Guardian – Jornal Britânico

TI - Tecnologia da Informação

TIC – Tecnologia da Informação e Comunicação

Twitter – Rede Social de Compartilhamento de Mensagens entre contatos e seguidores

WEB 3.0 – Web Semântica

LISTA DE FIGURAS

| | |
|----------|----|
| Figura 1 | 36 |
| Figura 2 | 36 |
| Figura 3 | 41 |
| Figura 4 | 48 |
| Figura 5 | 53 |
| Figura 6 | 59 |
| Figura 7 | 62 |
| Figura 8 | 65 |
| Figura 9 | 68 |

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| INTRODUÇÃO | 11 |
| 1 A INFORMAÇÃO, SUAS MUDANÇAS, A CONVERGÊNCIA E A MEDIATIZAÇÃO RELIGIOSA | 13 |
| 1.1 A informação e suas revoluções | 15 |
| 1.2 A cibercultura e a convergência | 18 |
| 1.3 O Movimento da Reforma Protestante e a Mediatização Religiosa | 22 |
| CAPÍTULO 2 | 28 |
| 2.1 MÍDIAS SONORAS E O CONTEXTO DA CONVERGÊNCIA, PORTABILIDADE E NOVAS SOCIABILIDADES | 28 |
| 2.2 A ASCENÇÃO DO PODCAST: UM NOVO BOOM DAS MÍDIAS SONORAS | |
| ? | 31 |
| 2.3 O BIBOTALK | 34 |
| 2.4 PODCAST, MEDIATIZAÇÃO E RELIGIÃO | 37 |
| CAPÍTULO 3 - O CAMPO RELIGIOSO OCUPANDO O LOCAL DE PONTO DE REFERENCIA NOS DEBATES | 39 |
| 3.1.1 Na música e no audiovisual, o mercado gospel | 41 |
| 3.1.2 Igrejas na periferia | 43 |
| 3.2 Do percurso metodológico | 46 |
| 3.3 Análise 1 – BTCast 348 – Eu não consigo respirar | 48 |
| 3.4 Análise 2 – BTCast 353 - Fake News | 53 |
| 3.5 Análise 3 – BTCast ABC2 018 – A ciência do coronavírus | 59 |
| 3.6 Análise 4 – BTCast 363 – Ansiedade | 62 |
| 3.7 Análise 5 – BTCast 322 – Doutrina e Devoção | 65 |
| 3.8 Análise 6 – BTCast 330 – Paz seja convosco | 69 |
| 4. CONCLUSÃO | 71 |
| REFERÊNCIAS | 74 |

INTRODUÇÃO

A cibercultura, a apropriação social da tecnologia (LÉVY, 1999; LEMOS, 2005) proporcionou uma reconfiguração cultural que diferente dos *mass media*, tem novos critérios de criação, produção e consumo de conteúdo e produtos midiáticos. Desencadeia uma produção mais descentralizada das estruturas de poder vigentes, “midiático, político, social.” (LEMOS, 1998, p. 48), onde o *podcasting* pode ser observado como um desses produtos que surgiram no contexto da cibercultura (LEMOS, 2005).

O campo religioso (MARTINO, 2015), por sua vez, historicamente, como vai ser abordado no Capítulo 3, tem uma atividade evidente nos locais de debate, como o rádio, a televisão e outras produções culturais, se manifestando geralmente como as “lentes” através das quais se faz a leitura de determinados temas, movimento que muitos estudiosos chamam de mediatização religiosa (MARTINO, 2015; BRATOSIN, 2017). Diante da convergência encontra também a possibilidade de estender essa mediação para os recentes espaços e produtos midiáticos. É disso que se trata este trabalho, aqui busca-se entender esse processo e parte-se da hipótese de que produtos do segmento religioso que são produzidos pelos usuários no contexto da cibercultura, acabam operando também dentro da lógica da mediatização religiosa e buscam se inserir no debate público, valendo-se da religião como abordagem principal para a discussão de temáticas coletivas.

Para isso o trabalho utiliza-se de uma pesquisa qualitativa (MEIRINHOS, OSÓRIO, 2010) e o método do estudo de caso (FREITAS, JABBOUR, 2011), analisando 6 episódios do Bibotalk, um programa de podcast cristão, que aborda várias temáticas do ponto de vista teológico. O percurso deste trabalho também envolve uma articulação com estudiosos e teóricos que ajudam a compreender melhor como essas duas instancias (os produtos da era digital e a produção de conteúdo religioso) se encontram para formar a mediatização do campo religioso.

No capítulo 1, foi feito um aparato geral das principais transformações técnicas e culturais, (LEMOS, 2004; MATTOS, 2013); com a expansão dos meios de comunicação ‘na era da internet’ (LÉVY, 1999; SANTAELLA, 2011; SANTAELLA, 2012; SANTOS, 2014; SANTAELLA, 2014; JENKINS, 2015) contextualizando a usualidade do conceito de informação (CAVALCANTI, 1995; MATTOS, 2013; ARAÚJO 2014; ROZA, 2017 apud BUCKLAND, 1991). Especifica-se a religião, como sistema estruturante de conhecimento e visão de mundo (BOURDIEU, 1989) inserida neste contexto e inicia-se as articulações com a ideia de mediatização religiosa, “a articulação entre os aspectos propriamente institucionais das

práticas religiosas, com suas regras e dinâmicas próprias, e o ambiente midiático no qual essas práticas estão inseridas.” (MARTINO, 2015, p. 9)

No capítulo 2, aprofunda-se a história e surgimento do *podcasting* (LEMOS, 2005; PRIMO, 2005; LUIZ e ASSIS, 2010; FREIRE E. P. A., 2017) seu imbricamento com a cultura da portabilidade, as novas formas de radiodifusão e sociabilidades em mídias sonoras (KISCHINHEVSKY, 2009) e a relação da mediatização religiosa (BRATOSIN, 2016); (TUDOR, 2017); (SBARDELOTTO, 2018) com essa nova mídia. (FREITAS, NASCIMENTO, LAURINDO, 2017).

No capítulo 3, por fim, conhecemos um pouco mais sobre o Bibotalk, com trechos do programa. É detalhada a hipótese do campo religioso nos locais de debate público, a mediatização religiosa e o estudo de caso do podcast Bibotalk, analisando particularmente 6 episódios, dentro de alguns critérios, sendo alguns deles: a) episódios cujos temas mais se relacionam com a discussão teórica desta monografia, no que diz respeito à apropriação do campo religioso do *podcasting* como um espaço de mediação dos ouvintes com a religião; b) episódios nos quais o roteiro faz uma interligação com temáticas que se enquadram dentro do cotidiano dos mesmos ou utilizando do discurso para contextualizar a temática religiosa com o cotidiano; c) episódios onde a pauta da religião é posta como mediadora do tema do programa; comprovando ou não a hipótese deste trabalho. A partir de agora, iremos discorrer neste percurso.

1 A INFORMAÇÃO, SUAS MUDANÇAS, A CONVERGÊNCIA E A MEDIATIZAÇÃO RELIGIOSA.

A internet tem sido apontada por alguns autores como um fator de reconfiguração cultural nos nossos tempos. (LEMOS, 2004; MATTOS, 2013; SANTOS, 2014) Mudou a forma como várias pessoas passaram a consumir e produzir cultura, serviços, produtos, entretenimento e conhecimento. (SANTAELLA, 2014). As fronteiras e a distância entre essas pessoas diminuíram drasticamente, principalmente as simbólicas. “O impacto das tecnologias digitais está transformando o jornalismo, os veículos de comunicação e o comportamento do consumidor de informações.” (MATTOS, 2013, p. 10) Atualmente mais de 70% dos brasileiros tem acesso à internet em casa segundo pesquisa¹ realizada pelo Cetic.br², assim, para essas pessoas, a maioria das atividades diárias podem ser feitas sem sair de casa, apenas manuseando um aparelho celular, (não é à toa que ele é chamado atualmente de *smartphone*³): Comprar comida pelos aplicativos de compra e entrega, transações bancárias, pagamento de contas; para o entretenimento, plataformas de *streaming*; para a locomoção, aplicativos de motoristas, etc. Através do uso de ferramentas tecnológicas, essas pessoas adquirem e transmitem conhecimento, informação.

O conceito de informação, aliás, foi radicalmente afetado pelos avanços tecnológicos, o significado passou a ser multiformemente expandido. (ARAÚJO, 2014) “As tendências contemporâneas no campo da representação da informação têm acentuado o uso da perspectiva da classificação facetada, principalmente em ambientes digitais.” (ARAÚJO, 2014, p. 61) Os usos mais comuns da palavra informação são (BUCKLAND, 1991 apud ROZA, 2017): Informação como processo, relacionada ao ato de informar; Informação como conhecimento, o conhecimento comunicado sobre alguma coisa e a Informação como coisa, empregada para se referir a dados, objetos, documentos por serem considerados informativos, assim objetos físicos podem representar a informação de maneira literal: como na Internet das Coisas, onde itens do nosso cotidiano, uma vez conectados, ajudam, igualmente, na coleta de dados de nossas rotinas, otimizando tempo e recursos. (CARRION & QUARESMA, 2019) O termo⁴ foi cunhado pela primeira vez em 1999, pelo pesquisador do MIT Kevin Ashton, para descrever uma

¹ Disponível em <https://cetic.br/pt/noticia/tres-em-cada-quatro-brasileiros-ja-utilizam-a-internet-aponta-pesquisa-tic-domicilios-2019/> acesso em 12 de Junho de 2020

² O Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, do NIC.br, é responsável pela produção de indicadores e estatísticas sobre a disponibilidade e o uso da Internet no Brasil, divulgando análises e informações periódicas sobre o desenvolvimento da rede no País.

³ O termo traduzido significa: telefone inteligente.

⁴ Disponível em <https://blog.avast.com/pt-br/kevin-ashton-named-the-internet-of-things> acesso em 05 de Agosto de 2020.

apresentação e convencer uma empresa a colocar sensores de identificação de radiofrequência e outros sensores nos produtos da cadeia de fornecimento. Os sensores gerariam dados sobre a localização dos produtos se fossem escaneados em um armazém, colocados em uma prateleira ou vendidos. “A IoT⁵ agrega redes, sensores e objetos informatizados que conectam pessoas e os próprios objetos de forma autônoma. Ao serem infocomunicacionais, ganham novas funções na vida das pessoas.” (SERGL e CUNHA, 2020, p. 50) Para a Ciência, por conta dos avanços tecnológicos, “informação passou a ser entendida, nesse contexto, como um recurso, uma condição de produtividade.” (ARAÚJO, 2014) Portanto, a antologia⁶ da Informação passa a ser também associada a “Internet”.

A evolução da informação como processo em consequência da revolução tecno-digital, transcendeu as barreiras do tempo e as trocas de mensagens se tornaram praticamente instantâneas, em tempo real. Começavam a surgir então as redes sociais, localizadas teoricamente no território da Internet, o ciberespaço.

O ciberespaço constitui-se em uma estrutura comunicativa de livre circulação de mensagens, disseminadas de forma transversal e vertical, aleatória e associativa, caótica, multidirecional, coletiva e, ao mesmo tempo, personalizada. Esse hipertexto mundial interativo é, justamente, o espaço onde cada um pode adicionar ou retirar informações, contribuindo para a modificação de sua estrutura. (NEUBERGER, 2012, p. 122)

O conceito maior do que vem a ser a expansão da internet é conhecido como ciberespaço, cujas definições são as mais diversas e filosóficas possíveis. Para o pesquisador de cibercultura Pierre Levy, significa muito mais do que uma questão puramente técnica ou de hardware.

O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo "cibercultura", especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço. (Lévy, 1999, p. 17)

A experiência no ciberespaço se tornou parte da vida do indivíduo de tal maneira que fica difícil pensar nas esferas do cotidiano divididas em *online* e *offline*⁷. A visão de mundo e as estruturas sociais sofrem influências da pós-modernidade hiperconectada. Como iremos

⁵ *Internet of Things*. Termo no inglês que significa Internet das Coisas, utilizado para definir “a informação como coisa”, como foi explicado na sentença anterior.

⁶ Antologia é o **conjunto formado por diversas obras** (literárias, musicais ou cinematográficas, por exemplo) que exploram uma mesma temática, período ou autoria.

⁷ Termos utilizados para definir o conectar (online) e o desconectar (offline) de uma plataforma específica da web.

discutir a frente, com o religioso não foi diferente. Para BOURDIEU (1989) a religião é um sistema simbólico estruturante, como instrumento de conhecimento e de construção do mundo. Logo, também é afetada por todas essas transformações.

1.1 A informação e suas revoluções

A maquinização da sociedade advinda da Revolução Industrial no final do século XIX, impôs uma série de mudanças paradigmáticas quanto à maneira em que as sociedades humanas, sobretudo no Ocidente, organizavam seu extrato social e suas relações com o mundo (CUNHA, 2004). O surgimento das fábricas incorreu numa crescente urbanização das cidades da Europa, eclodindo no surgimento de metrópoles que incentivaram ainda mais uma lógica de produção e consumo em massa. (SANTOS & CARVALHO, 2009).

Assistimos o surgimento de inúmeras novas ferramentas comunicacionais e tecnologias de comunicação, em pouco mais de um século acompanhamos em um processo quase ininterrupto (SANTOS & CARVALHO, 2009), o surgimento e aprimoramento da fotografia e do cinema no final do século XIX (NICOLAZZI, 2011) e início do século XX, a popularização do rádio (NEUBERGER, 2012), as indústrias de telecomunicações, o avanço e quase hegemonia da linguagem televisiva a partir dos anos 1960, o advento da internet e da cibercultura a partir dos anos 1990. (LÉVY, 1999).

A Revolução da Informação (CAVALCANTI, 1995) foi um conjunto de transformações tecnológicas que marcaram a virada do século XX para o século XXI. Por conseguinte, as interações entre as novas técnicas, aparelhos e tecnologias colocaram em evidência mudanças significativas na comunicação e na relação homem-máquina, surgia assim o conceito revolução digital. (SALTORATO & JUNIOR, 2018 apud SCHWAB, 2016) Mudanças tão significativas que o período emergente tem sido chamado de Era Digital (MATTOS, 2013); (JENKINS, 2015); (SERGL & CUNHA, 2020).

Um novo mundo está a tomar forma neste final de milénio. Tem origem mais ou menos no fim dos anos sessenta e meados da década de setenta na coincidência histórica de três processos independentes: revolução da tecnologia da informação; crise económica do capitalismo e do estatismo e a conseqüente reestruturação de ambos [...] A interação entre esses processos e as reações por eles desencadeadas fizeram surgir uma nova estrutura social dominante, a sociedade em rede; uma nova economia, a economia informacional/ global; e uma nova cultura, a cultura da virtualidade real. (FERNANDES, 2013 apud CASTELLS, 1999)

Os primeiros estudos dos *Mass Media*⁸, não poderiam prever as proporções que as interações comunicacionais iriam tomar. As primeiras teorias, tentavam discorrer sobre o conceito de recepção baseados no contexto em que estavam inseridas e com a ciência⁹ que estava ao seu alcance (WOLF, 1987). Com as mudanças advindas da revolução das TIC's¹⁰, consequentemente essas teorias puderam e tiveram que ser repensadas, atualizadas e até criticadas. (JACKS, 2015). “Em síntese, o sistema digital rompeu com o modelo de produção e distribuição da informação de um-para-todos, pois no ciberespaço a relação acontece no contexto todos-todos, modificando comportamentos sedimentados pelas mídias tradicionais.” (MATTOS, 2013, p. 8)

Depois desse período, toda a evolução no campo da comunicação e da informação se tornou extremamente acelerada, em decorrência do avanço na área tecnológica. ROZA (2017, p. 8-9) argumenta que “inicialmente, a informática voltava-se ao processamento de dados e seu armazenamento. As telecomunicações, por outro lado voltavam-se para a troca de dados ou informação à distância” e que ambas convergiram para uma estrutura comum, assim o termo Tecnologia da Informação (TI) também evoluiu para Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC). Essas transformações nas formas humanas de comunicar permitiram que as pessoas rompessem barreiras temporais e territoriais, possibilitando a indivíduos se conectarem mesmo à longas distâncias de maneira quase instantânea. (SERGL E CUNHA, 2020).

Além dessa característica, as novas estruturas comunicacionais favorecem um enorme trânsito de informações com um menor esforço de mobilidade física das pessoas, onde essas novas mídias mudaram alguns hábitos sociais dos países. Um exemplo disso, é o que ROZA (2017) chama de expansão do teletrabalho, que é o trabalho à distância possibilitado pelas redes. Com certeza esse tipo de trabalho teve um aumento exponencial no período da pandemia de Covid-19¹¹, como uma alternativa para a economia diante do isolamento social estabelecido para tentar conter a transmissão do vírus.

Em resumo, a chamada Era Digital que estamos vivendo, se caracteriza pela mudança nos modos de comunicar, pela maior rapidez e agilidade na propagação da informação e pela

⁸ Meios de Comunicação de Massa

⁹ Aqui me refiro ao conjunto de técnicas à disposição dos estudiosos do século XIX (WOLF, 1987), principalmente a psicologia behaviorista (p. 9).

¹⁰ Tecnologias Da Informação e Comunicação. Conceito mais desenvolvido nos próximos parágrafos.

¹¹ No final do ano de 2019 e primeiro semestre de 2020, o mundo experimentou um surto de Covid-19, doença causada pelo novo corona-vírus. Por ser transmitida em escala global foi detectada como uma Pandemia. Disponível em <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/04/03/da-descoberta-de-uma-nova-doenca-ate-a-pandemia-a-evolucao-da-covid-19-registrada-nos-tuites-da-oms.ghtml> Op[1] acesso em 26 de Junho de 2020.

facilidade com que o indivíduo social tem expressado suas opiniões e se relacionado com os seus semelhantes através das plataformas digitais. “É a capacidade de hiper mobilidade que insere as pessoas como presentes ausentes e considera estar ao mesmo tempo em diversos lugares e interagindo por diferentes plataformas.” (SERGL & CUNHA, 2020).

Outro termo bastante utilizado e discutido é “Sociedade da Informação”, que poderia conter tudo que foi discutido até aqui neste tópico, sobre as reverberações da Era Digital sobre a sociedade.

Os sistemas tecnológicos complexos de comunicação e informação certamente passaram a exercer um papel estruturante na organização da sociedade e da nova ordem mundial. Daí a sociedade ser definida em termos de comunicação que é definida em termos de redes. (SANTAELLA, 2001, p.3)

No entanto, o termo Sociedade da Informação (SANTOS & CARVALHO, 2009), que implica em “uma organização geopolítica dada a partir da terceira revolução industrial, com impacto direto no uso da informação e das tecnologias da informação e comunicação (TICs)” (SANTOS & CARVALHO, 2009, p. 45), abre espaço para a discussão, principalmente por causa da questão democrática dos meios e da Internet. Existe uma parcela de desigualdade social financeira¹², e evidentemente o ciberespaço não fica de fora. O acesso à Internet, aos meios de comunicação, parecem uma realidade distante ainda para uma grande parcela da população global.

A exclusão do acesso ou o acesso limitado ao ambiente digital podem ser uma fonte significativa de desigualdade social. Essa ideia está alinhada com uma visão do conceito de desigualdade que se relaciona ao ambiente digital e à inclusão/exclusão social. (MAGNEDA & RUIU, 2016, p. 93)

Dadas as atuais circunstâncias, o debate acerca da democratização da rede ainda é muito complexo. As novas reflexões acerca do que a web 3.0¹³ nos proporciona, tem apelado à analogia do cérebro, conceituada por Nikola Tesla que disse: “Quando a tecnologia sem fio for perfeitamente aplicável, a Terra inteira será convertida em um imenso cérebro, o que de fato é, com todas as coisas sendo partículas de um todo real e rítmico” (FIRJAN, 2016 apud HUNT, 2010). Essas novas reflexões ajudam a balizar o entendimento acerca da convergência tão

¹² O relatório Mensurando o Desenvolvimento Digital: Fatos e Números 2019 sugere que a maioria dos desconectados vive nos países menos desenvolvidos, onde apenas 20% estão conectados à internet. Disponível em <https://news.un.org/pt/story/2019/11/1693711> acesso em 03 de Julho de 2020.

¹³ Também conhecida como Web semântica, “A Web 3.0 pode ser vista como uma web inteligente, que tem como característica o manuseio de máquinas nas atividades até então realizadas pelos humanos.” (ARAÚJO, OLIVEIRA & MAZIERO, 2018, p. 63)

relevante para os nossos dias: “Nessa mesma analogia, assim como células diferentes possuem finalidades diferentes, os produtos conectados possuem aplicações e utilidades diversas, porém unidos sob a mesma rede.” (FIRJAN, 2016).

Mas nem tudo é visto e entendido por uma perspectiva otimista, conceitos como *Fake News*¹⁴, desinformação e pós-verdade¹⁵, podem ser apontados como sintomas e evidências do mau uso das redes e de má intencionalidade (OLIVEIRA, 2018 apud SOUSA, 2017, p. 2394) na comunicação que nos levam de uma possível utopia como Sociedade da Informação, para uma realidade preocupante: Sociedade da Desinformação¹⁶. A reflexão desses conceitos e aparato do contexto cultural de nossos tempos, para o BTCast¹⁷, como uma mídia informacional religiosa é muito importante para fins de debate e compartilhamento de conteúdo teológico.

1.2 A cibercultura e a convergência

Esses conceitos e contextos apresentados até aqui que de alguma maneira estão ligados à noção de ciberespaço, ou que existem por causa do mesmo, configuram a cultura do ciberespaço. Manuel Castells conceituou a “cultura da internet” como:

Construída sobre a crença tecnocrática no progresso humano através da tecnologia, praticada por comunidades que prosperam num ambiente de criatividade tecnológica livre e aberta, assente em redes virtuais, dedicadas a reinventar a sociedade. (FERNANDES, 2013 apud CASTELLS, 2004)

Santaella (2012, p. 33), delimitou cinco tipos de tecnologias de acordo com a evolução tecnológica e a maneira de informar e comunicar (Do reproduzível: produzidas com o auxílio de tecnologias eletromecânicas, jornal, foto e cinema; Tecnologias da Difusão: Rádio e Televisão; Do disponível: tecnologias de pequeno porte, feitas para atender a públicos específicos, vídeos cassetes, máquinas de xerox; Tecnologias do acesso: caracterizada pelo advento da internet, que nos traz um fluxo de linguagem multimídia incessante; Da conexão contínua: é constituída por uma rede móvel de pessoas e de tecnologias nômades que operam em espaços físicos não contíguos) e afirma que “nenhuma tecnologia da comunicação borra ou

¹⁴ Notícias Falsas (tradução). “Informações falsas no formato de notícias, veiculadas em grande parte na internet, mais especificamente em redes sociais” (OLIVEIRA, 2018, p. 6)

¹⁵ “Em 2016, a Oxford Dictionaries escolheu o termo post-truth como palavra do ano, considerando seu uso no cenário político norte-americano. (...) Acontece quando um indivíduo valoriza mais suas crenças pessoais ao analisar um fato, do que o fato em si. O indivíduo escolhe crer naquilo que satisfaz suas convicções ao invés de guiarse pelo senso crítico.” (OLIVEIRA, 2018, p. 4)

¹⁶ Como Sara Oliveira (2018, p. 4), questiona: “Sociedade da Informação ou Sociedade da Desinformação?” A desinformação ocorre quando o indivíduo perde o senso crítico, “gerando uma mecanização no comportamento dos indivíduos acerca da informação, de modo que acabam se comportando como propagadores de uma onda de ‘poluição informacional’”. (OLIVEIRA, 2018 apud LEITE & MATOS, 2017)

¹⁷ Nome do Podcast do site BiboTalk e organização BiboTalk Produções.

elimina as anteriores” (SANTAELLA, 2012. p.34), mas que todas estão, hoje, interconectadas, numa composição de uma cultura hiperhíbrida, a qual ela conceituou “tecnocultura”. A cibercultura é o conceito que melhor se aproxima da definição global de uma cultura da Internet, segundo Pierre Levy (1997):

E a expressão da aspiração de construção de um laço social, que não seria fundado nem sobre links territoriais, nem sobre relações institucionais, nem sobre as relações de poder, mas sobre a reunião em torno de centros de interesses comuns, sobre o jogo, sobre o compartilhamento do saber, sobre a aprendizagem cooperativa, sobre processos abertos de colaboração. (LÉVY, 1999, p. 130)

E consiste apenas em reconhecer dois fatos. Em primeiro lugar que o crescimento do ciberespaço resulta de um movimento internacional de jovens ávidos para experimentar coletivamente, formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem. Em segundo lugar, que estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação, e cabe apenas a nós explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômico, político, cultural e humano. Para Levy (1999), o ciberespaço “é um espaço não físico ou territorial, que se compõe de um conjunto de redes de computadores através das quais todas as informações (...) circulam”

É inevitável falar de cibercultura sem antes falar de ciberespaço, o caminho reverso também é válido, além de Pierre Levy, outros autores fazem o mesmo trajeto, como é o caso da citação a seguir.

Assim podemos, por exemplo, entender que o consenso social acerca do que é correio eletrônico (e-mail) está dentro dos limites de significações de “eletrônico” e “correio” (*electronic e mail*), sobre os quais já havia um consenso social. O mesmo ocorre com ciberespaço (*cybernetics space*) ou ciborgue (*cybernetics organism*). São exemplos onde os termos que sintetizam o discurso técnico-científico (“e” de *electronic* ou “cyber” de *cybernetics*) adquirem novas conotações e engendram significados inéditos na sua junção com antigos significantes (*mail, space, organism*), projetando o sistema antigo de interpretação da realidade sob novas formas, dentro das dadas possibilidades históricas e culturais de significação. O que comumente tem se chamado de “cibercultura” é uma resposta positiva da cultura na criação de uma “nova ordem do real” frente aos novos contextos práticos que desafiam as categorias tradicionais de interpretação da realidade. (KIM, 2004, p 207)

Na cibercultura é possível uma universalização do conhecimento, a isso Pierre Lévy (1998) chama de inteligência coletiva, a troca de informações e ideias que o ciberespaço proporciona, o acesso à arquivos e conteúdo de outras culturas. “Modos de comunicação e de troca de informações remodelam o saber em novos formatos, métodos para adquiri-lo e transmiti-lo.

Novas competências do "saber-ler", "saber-ser", e "saber-fazer", densas e complexas são descobertas.” (XIBERRAS, 2010, p. 259)

Esta é uma visão otimista da evolução digital, que nos permite ver e entender como as outras pessoas pensam, agregar melhorias ao nosso repertório e contribuir com o que temos à sociedade. É importante destacar que esse otimismo não é ingênuo, pois existem vários problemas que o ciberespaço enfrenta, que precisam ser pensados. Nesse novo contexto de redes sociais e hiperconexão¹⁸, as estruturas da Informação também sofrem alterações e abusos, como anteriormente foi posto em evidência a realidade das *Fake News*.

Da mesma maneira que a inteligência coletiva, é um caminho muito proveitoso e progressista, nem sempre as relações na web são dadas de maneira tão altruísta. A internet é um fenômeno muito novo e emergente, algumas das inquietações que surgem ainda não possuem uma resposta, o objetivo é refletir e pensar os fatores positivos e negativos, sem demonizar e nem idealizar, mas ter um posicionamento crítico.

Assim como foi discorrido anteriormente, a analogia do cérebro global, em um sentido correspondente à inteligência coletiva, pode ser um sonho distante ou ainda uma utopia ingênua, mas podemos contemplar comunidades, nichos de pessoas que se relacionam na web dessa maneira, como argumenta Martine Xiberras (2010, p. 254), foi através desse tipo de vivência na web por parte de uma comunidade de usuários na França, que surgiu o termo “internauta”, hoje significando absolutamente qualquer pessoa no mundo que possui acesso à internet, embora não mais utilizado de maneira recorrente. Portanto, pensar de maneira convergente e coletiva é uma característica que se mostrou presente na formação das comunidades e do ciberespaço.

Segundo Santaella (2012), as tecnologias de acesso se caracterizam pelo advento da internet e pelos dispositivos que se destacam os que permitiram a convergência dos computadores com as telecomunicações. “A popularidade dos equipamentos tecnológicos, com preços acessíveis, leva a cultura do acesso a se alastrar na era digital.” (SERGL & CUNHA, 2020) A convergência é um fenômeno que se tornou possível e cujo conceito palpável, como consequência de todas essas transformações desde a virada do milênio, até aqui discutidas. O diálogo entre os meios possibilitou o que Henry Jenkins (2015) chama de transmídiação, o processo de transposição dos conteúdos televisuais para além dos limites do suporte para o qual foram criados, dando novos contornos à relação com o consumidor. Como anteriormente já foi

¹⁸ Termo aqui utilizado para englobar a vida expandida pela web e a impossibilidade de se desconectar da Internet no cotidiano por um período longo. Segundo MOTTA, hiperconexão é “o estabelecimento de conexões do tipo pessoa-pessoa, pessoa-máquina e máquina-máquina” (2009, p.54), possibilitada pela mobilidade.

discutido sobre o conceito de Sociedade da Informação, simultaneamente existem as reflexões acerca de uma “Sociedade de Consumidores¹⁹”, descendente dessa avalanche tecnológica e novos paradigmas culturais que vem com ela.

Cada suporte deve articular a informação de maneira distinta, que possa complementar as demais plataformas, ou seja, a transmidiação envolve diversos universos que devem ser compartilhados em diversos meios e a internet é seu terreno mais fértil. “Matrix é entretenimento para a era da convergência, integrando múltiplos textos para criar uma narrativa tão ampla que não pode ser contida em uma única mídia” (JENKINS, 2015, p. 141) Neste contexto, estamos presenciando, as diversas mídias em um processo crescente de adaptação:

O rádio vive, neste início de século, um novo desafio de adaptação. Não se trata mais das velhas afirmações sobre extinção ou desaparecimento que já enfrentou diante da televisão. O meio alcança o século XXI encontrando o fenômeno da Internet, capaz de colocar o mundo em rede e com grande poder de abrangência. (CUNHA, 2004)
Assim, por exemplo, mesmo que seja considerada a possibilidade de desaparecimento do jornal em papel ou do livro em papel, o jornal na especificidade de sua linguagem e de sua função social irá se preservar, do mesmo modo que a estrutura do livro enquanto informação especializada também não se perderá. (SANTAELLA, 2014)

O livro em papel não desapareceu, mas concomitantemente as coisas podem mudar, como a economia das editoras serem afetadas pela autopublicação de e-books.

A Amazon possui uma ferramenta de autopublicação chamada Amazon KDP que proporciona um royalty de 70% ou 35% para o autor dependendo de alguns requisitos: para o autor receber 70% é necessário cobrar pelo ebook um valor entre US\$ 2,99 e US\$ 9,99 e ainda 30 seja 20% mais barato do que o livro impresso. (OLIVEIRA P. V. L., 2018, p. 29-30)

Embora haja essa possibilidade, o livro impresso ainda tem suas vantagens. “Uma desvantagem do ebook é que o livro impresso além de decorar uma estante, pode ser revendido, o que ainda não é possível para o ebook.” (OLIVEIRA P. V. L., 2018, p. 30)

Assim, o que temos observado nestas adaptações, entre diversos caminhos possíveis, é a possibilidade de participação desta “sociedade de consumidores” nessas plataformas. As reflexões e pesquisas em cibercultura e convergência midiática permitem o debate central deste trabalho sobre a possibilidade de uma cultura participativa e imersão dos ouvintes do programa com os conteúdos compartilhados. “Essa convergência não só aumenta o valor da informação,

¹⁹ Nestor García Canclini e Zygmunt Bauman são um dos autores que refletiram sobre o consumo na pós-modernidade. “A sociedade de consumidores em outras palavras, representa o tipo de sociedade que promove, encoraja, ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumistas e rejeita todas as opções culturais alternativas.” (BAUMAN, 2008, p.71)

como também caracteriza a transição da sociedade industrial para a denominada sociedade da informação, bem como das tecnologias convergentes para os sistemas digitais.” (ROZA, 2017, p. 7)

1.3 O Movimento da Reforma Protestante e a Mediatização Religiosa

A mediatização como um conceito sistemático na teoria da comunicação passou a ser relevante na última década do século XX. Entretanto não é um conceito novo, surgiu no começo das pesquisas sobre mídia e comunicação na década de 1930, para refletir sobre as relações humanas mediadas por algo. (TUDOR, 2017) Segundo Bratosin (2016) vivemos um fenômeno chamado “mediatização de tudo”.

A conceituação de “mediatização”, longe de ser unívoca, exhibe em sua diversidade um considerável potencial hermenêutico nas apropriações e operacionalizações epistemológicas propostas por diversos autores, oferecendo pontos de vista diferentes para a apreensão de fenômenos religiosos na sociedade contemporânea. (MARTINO, 2015)

Essas atualizações não se reduzem a mudanças técnicas, mas também revoluções no campo social, cultural e político. “A mediatização analisa como a emergência de diferentes tipos de mídia muda/transforma a comunicação, a cultura e a sociedade” (TUDOR, 2017, p. 4)

Como qualquer outra ciência, paradigma e cultura, a religião diante das transformações tecnológicas e epistemológicas, em contexto prático, passa por uma adequação à realidade da pós-modernidade. “Advém daí um novo tipo de “gestão” do social e do religioso, que passa, agora, pela mediação desses novos agentes midiáticos, que não substituem, mas se articulam aos agentes tradicionais.” (SBARDELOTTO, 2018, p. 73)

Aqui apresenta-se uma breve reflexão para nortear os contextos acerca da mediatização religiosa e para maior objetividade da discussão e objetivos desta monografia, parte-se do pressuposto do processo de comunicação religiosa no desenrolar da história do Cristianismo.

Sendo assim, parte-se da Idade Média (1054-1305), um período conturbado da história em que as palavras liberdade e questionamento eram fortemente censuradas. Quando se dá o declínio desse período, nasce a possibilidade de desenvolvimentos significativos em vários sentidos; inclusive na comunicação. (ESPÍNDOLA, 2015, p. 14)

Estima-se que a baixa mobilidade nas esferas sociais e a grande quantidade de camponeses e artesãos influíram diretamente na grande taxa de analfabetismo na Idade Média, sendo assim, “os conteúdos produzidos tinham baixo alcance de leitores.” (ESPÍNDOLA, 2015,

p. 14). Além disso, o monopólio midiático do período, era da Igreja Católica Romana que exercia um domínio hegemônico (BARBOSA, 2011) sobre o modo de pensar e receber informação do povo. De uma certa maneira, a ‘informação religiosa’²⁰, era mediada pelo papado (FLICKINGER, 2018).

A Reforma Protestante²¹ juntamente com Renascimento²², além de marcar a transição da Idade Média para a Idade Moderna, na soma de outros fatores, segundo Hans-Georg Flickinger (2018, p. 229) transformaram o pensamento ocidental e a comunicação religiosa. As primeiras impressões eram em latim e a maior parte delas de caráter religioso. (ESPÍNDOLA, 2015 apud THOMPSON 1998)

A nova tecnologia unida aos ideais iluministas desenvolvidos no mesmo período irá proporcionar a criação de um novo cenário com abertura para o debate coletivo, pelo anseio por democracia e liberdade de expressão e a difusão dos pilares da Revolução Francesa: liberdade, igualdade e fraternidade. (ESPÍNDOLA, 2015, p. 19-20)

Elisabeth Eisenstein (1979), introduz uma observação teológica quanto aos elementos comunicacionais no subterrâneo do protestantismo, a pesquisadora salienta que tais elementos ainda necessitam uma maior revisão e investigação teológica: a importância relativa dos meios de comunicação impressos, a transmissão oral, os recursos de imagens, o conceito de rede e a publicação das teses teológicas nas portas da Igreja (murais). Para Eisenstein, esses elementos permitiram a criação de ambientes comunicacionais instigantes para aquele período histórico e cenário religioso. (EISENSTEIN, 1979).

A comunicação religiosa cristã deixava de ser um assunto de exclusividade da Igreja Católica, do clero institucionalizado e se tornava parte do cotidiano das pessoas. Era um sistema centralizado²³ cujos participantes tomavam o cuidado de distribuir e decidir quais mensagens compartilhar e recomendar (BUDKE, 2016).

²⁰ Chamemos assim todo o escopo de dogmas e doutrinas da práxis religiosa daquele contexto.

²¹ “O que a historiografia brasileira predominantemente denomina como Reforma Protestante teve início formal em 31 de outubro de 1517, quando o monge agostiniano Martinho Lutero (1483-1546) publicou 95 teses na cidade de Wittenberg, na Saxônia, atual Alemanha, contra algumas doutrinas oficiais da Igreja romana, doutrinas que ele considerava abusivas, entre elas, a das indulgências.” (NETO, 2019, p. 1)

²² Movimento de ordem artística, cultural e científica, surgido na Itália durante o século XIV, “caracterizou-se pela crença na respeitabilidade e inefabilidade da pessoa humana (em decorrência da difusão dos ideais humanísticos, contrapostos ao conceito medieval da insignificância do homem perante a grandeza divina), pelo espírito de pesquisa e de contestação das verdades estabelecidas (responsável pelo avanço científico então verificado).” (VIZIOLI, 1970, p. 257)

²³ “Lutero não se deu conta inicialmente das implicações do seu ataque às indulgências (ele esperava que o papa tomasse seu partido), mas a resposta oficial às suas Noventa e Cinco Teses rapidamente chamou sua atenção para o que estava fundamentalmente em jogo. Sylvester Prierias escreveu: “Qualquer um que não se apegue aos ensinamentos da Igreja Romana e do papa como a regra de fé infalível, da qual até mesmo a Escritura tira sua força e autoridade, será considerado herege”. (VANHOOZER, 2017, p. 129)

Por essa e outras razões, a prensa de Gutenberg e a Reforma Protestante são signos utilizados para se refletir sobre mediação do religioso e processos comunicacionais. (FLICKINGER, 2018)

Significa que o mundo tornava-se produto humano, prescindindo, assim, de um criador transcendente. Já o terceiro fator de transformação, isto é, a invenção da tipografia, seu feito maior foi conseguir, finalmente, derrubar o monopólio de interpretação das Escrituras Sagradas por parte do clero. (FLICKINGER, 2018, p. 230)

O que antes era mediado exclusivamente por uma “corte” religiosa, um tipo de liderança unilateral, agora estava sendo mediado por processos complexos demais para identificar: seria a tecnologia da imprensa? Seriam os interagentes desse processo de imprimir em massa e compartilhar folhetos? Assim como Pierre Levy (1999) não definia a técnica como determinante diante da cultura, mas condicionante.

A prensa de Gutenberg não determinou a crise da Reforma, nem o desenvolvimento da moderna ciência europeia, tampouco o crescimento dos ideais iluministas e a força crescente da opinião pública no século XVIII - apenas condicionou-as. (LÉVY, 1999, p. 26)

Com o fim da Revolução Francesa e início da Revolução Industrial, já com o capitalismo consolidado como sistema econômico, os avanços tecnológicos, as guerras e os novos meios de comunicação só estimularam as diversas vertentes religiosas que surgiram com o movimento da Reforma, o intenso debate ideológico e teológico por meio das redes, além do compartilhamento de conteúdo religioso para outros fins, como o publicitário e comercial. Segundo Rachel Neuberger (2012), na década de 1980, as igrejas evangélicas, viam no rádio um instrumento de conversão e a transmissão da programação era exclusivamente religiosa.

O processo de compartilhamento de informações e debates teológicos ganhou outra perspectiva. “Os sentidos sobre o que é “ser religioso” – seus saberes e fazeres – encontram brechas e escapes no processo de circulação social, indo muito além (ou ficando muito aquém) dos interesses das instituições e autoridades religiosas.” (SBARDELOTTO, 2018, p. 73)

Ao longo dos anos, a popularização da comunicação religiosa cristã tem permitido uma liberdade de expressão tanto nos meios digitais, quanto (ainda) na mídia analógica. Além de ser uma alternativa de vivência no ciberespaço para os adeptos do cristianismo. Por exemplo, em lugares do globo onde existe a perseguição rigorosa à religião cristã²⁴ - ao ponto de haver a

²⁴ “O número de cristãos perseguidos inclui aqueles que são confrontados com outras formas de hostilidade do que apenas a violência isolada. Também, em alguns países, a perseguição afeta todos os cristãos, qualquer que seja sua

proibição da entrada e/ou venda da Bíblia²⁵ nas fronteiras desses países -, ainda assim esses cristãos tem a possibilidade de acessar a materiais e a própria bíblia online, um avanço significativo comparado ao cenário de cristãos perseguidos na era em que não existia a Internet.

Para as religiões em geral, o ambiente digital emerge como um novo lócus religioso e teológico. Formam-se novas modalidades de percepção, de experiência e de expressão do “sagrado” em novos ambientes comunicacionais, mediante a exponencial quantidade de textos, imagens, sons e vídeos religiosos que circulam ininterruptamente em plataformas sociodigitais. (SBARDELOTTO, 2018, p. 72)

No ciberespaço existe a oportunidade de não se restringir a denominações e diferenças doutrinárias, há a oportunidade de compartilhar e de aprender para além da igreja local.

Na sociedade contemporânea, o “ser religioso”, mediante essas novas mediações comunicacionais, passa por uma construção social de relações e sentidos emergentes, porque as pessoas em geral, seja quem for, em conexão, também podem agora dizer e fazer publicamente o “religioso”, a qualquer momento, de/em qualquer lugar. (SBARDELOTTO, 2018, p. 73)

Na igreja local, o cristão de uma certa maneira, é convidado a em comunidade, olhar por um mesmo prisma. Uma característica comum das igrejas cristãs no geral, é que dependendo da denominação, as doutrinas variam muito. Quando se pertence a uma igreja local, assume-se a filosofia, o discurso, e o dogma daquela instituição em particular.

Segundo LAURINDO e FREITAS (2018), os programas religiosos cumprem o papel de extensão dos seus templos. O modo operacional utilizado pelas religiões possui potencial educacional, cultural e cristão, a fim de fazer com que as pessoas desenvolvam sua espiritualidade a partir das práticas religiosas fora do templo físico.

A mediatização do religioso coloca em discussão o caráter transformador dos meios de comunicação. “Essas relações e práticas sociais no ambiente on-line, a partir de lógicas midiáticas, complexificam hoje o fenômeno religioso.” (SBARDELOTTO, 2018) Stefan Bratosin, em entrevista à Revista Pauta Geral do Estado do Paraná, argumentou sobre a mediatização religiosa e os impactos que ela traz na maneira como as pessoas fazem religião e vice-versa. Bratosin sintetizou dois conceitos muito pertinentes, o estudo do “pós neo-protestantismo” e “medicalização”, destacando os principais paradigmas nessa nova maneira pós-moderna de pensar e viver a religião no meio digital. A medicalização seria um refinamento

denominação.” A perseguição é identificada em nível extremo em alguns países como: Líbia, Sudão, Somália, Iêmen, Síria, Irã, entre outros. Disponível em <https://www.portasabertas.org.br/lista-mundial/mapa-mundial-perseguido> acesso em 30 de Junho de 2020.

²⁵ A Bíblia é um livro canonizado, considerado a regra de fé e prática dos adeptos do Cristianismo. É assumida a centralidade e importância deste livro dentro da tradição cristã. (SBARDELOTTO, 2012, p. 377)

conceitual numa sequência decrescente de mediação, mediatização e medicalização, como “um objeto dentro de um objeto” (TUDOR e HERTELIU, 2017, p. 4) concentrada principalmente nas transformações sociotécnicas, isto é, os usos e práticas coletivas da mídia que levam a novas formas de interação, influenciando a visão de mundo dos interagentes e, conseqüentemente, gerando um novo paradigma na compreensão do religioso: o pós-neoprotestantismo.

O propósito do pós-neoprotestantismo é responder a uma busca pela espiritualidade sem permitir que os membros da comunidade sejam confinados a uma igreja, culto, seita, etc. Trata-se de viver a experiência religiosa neoprotestante – mas não só – em um lugar simbólico sem fronteiras nem limites, integrado no espaço da mídia pública. As noções de “debate” e “transparência” são fundamentais aqui (TUDOR e HORTELIU, 2017, p. 4 apud BRATOSIN, 2016, p. 407).

A pregação on-line não é uma forma evoluída em relação à pregação na igreja. A igreja sem paredes, a comunidade na Internet não são uma forma evoluída da igreja histórica com paredes e cruz na torre da sineira. É apenas algo diferente. (PAES, 2017 apud. BRATOSIN, 2017)

Para Moisés Sbardelotto (2012, p. 372) as pessoas estão fazendo online, grande parte daquilo que fazem offline, só que de maneira diferente. O mesmo em artigo mais recente, expõe as pessoas e grupos como agentes midiáticos, que promovem “modalidades complexificadas de significação do *socius* e *sacrus* em rede, de forma pública.” (2018, p. 73)

A religião é um fenômeno de dimensão sociocultural. (GUERRIERO, 2013) “Afinal, não há religião que não esteja inserida numa sociedade e num ambiente simbólico e cultural. Além do mais, não há sociedade ou cultura que não apresente algum tipo de sistema de crenças religiosas.” (GUERRIERO, 2013, p. 243) Diante dessa característica quase natural da espécie humana e devido ao grande número de pessoas praticantes da religiosidade cristã²⁶ é importante acompanhar os desdobramentos dessas novas formas de religar propostas pelas tecnologias de dados, que ao mesmo passo em que afastam os corpos também permitem o acesso de pessoas distantes. São tempos que preveem outras conexões e desafiam o nosso senso sobre o ser coletivo. “Todas essas novas competências associadas criaram uma outra cultura, onde os modos do ser e do estar-junto são sensivelmente diferentes.” (XIBERRAS, 2010, p. 259)

Como é o caso do que têm sido vivenciado por muitos fiéis no mundo, nesse tempo de pandemia do Corona Vírus. Na realidade religiosa existente e disponível no ciberespaço, tem-se usufruído de serviços que vão além do “racional” e informativo, mas de continuidade da prática religiosa diante do isolamento social. Faith Popcorn, em 1993, chamou de

²⁶ Segundo censo do IBGE de 2010²⁶ revelou que 88,6% da população brasileira é adepta à alguma religião cristã Acesso em <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9662-censo-demografico-2010.html> em 31 de Março de 2020.

encasulamento²⁷, a tendência dos norte-americanos de ficarem em casa, onde se sentiam protegidos e toda a revolução tecnológica cooperava para isso, mas não imaginava o quanto esse cenário seria real e quase que obrigatório para o mundo inteiro no contexto de uma pandemia. “Essa década será testemunha de uma virada completa da vida frenética para uma volta ao lar e à autoproteção. Vamos viver uma nova moralidade, novas religiões, novos alimentos, nova ciência, nova medicina, tudo novo. TUDO.” (POPCORN, 1993, p. 7) De fato, é uma nova maneira de ser e fazer religião, uma oportunidade disponibilizada pela cibercultura em tempos de encasulamento não-opcional.

Apesar de determinados grupos aderirem à um estilo de vida religiosa e em comunidade apenas no ciberespaço²⁸, essas manifestações coexistem, como por exemplo, os e-readers e os livros, confirmando nesse caso, o conceito de Cultura de Convergência de Henry Jenkins: “Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas.” (JENKINS, 2015, p. 33)

Nessa perspectiva, o programa BiboTalk²⁹, é um segmento alternativo, convergente de conteúdo religioso. Essas mídias técnicas digitais, ainda não têm o poder de substituir as formas convencionais de comunicação e vivência religiosa, assim como a maioria desses programas religiosos não têm essa intenção.

Desse ponto de vista, o conteúdo que o programa gera está sujeito aos usos e desusos que o ciberespaço e a imaginação dos interagentes permite. Nos capítulos seguintes, pretende-se discorrer sobre o processo de mediatização religiosa com o produto do BiboTalk Produções, o programa de podcast BTCast.

²⁷ Cocooning

²⁸ Como TUDOR e HERTELIU (2017) debruçaram-se no estudo de uma plataforma chamada “Jesus Market” que se propõe a ser uma “igreja sem muros” (p.5), desligada de obrigações, com a maioria das programações no ambiente virtual. Esse fenômeno é também conhecido como “movimento dos desigrejados”. Mais informações em <https://periodicos.ufjf.br/index.php/sacrilogens/article/download/26842/18525/> acesso em 06 de agosto de 2020.

²⁹ O Bibotalk é um programa de podcast oriundo de um blog. Semanalmente apresentam um podcast com pegada teológica, dividido em séries, abordando os mais variados temas da teologia e assim, tem contribuído ao debate da fé cristã e a popularizar o estudo teológico via mídia sonora. Disponível em <https://bibotalk.com/> acesso em 30 de Junho de 2020.

CAPÍTULO 2

Refletindo sobre a informação e seus desdobramentos diante das mudanças tecnológicas e comunicacionais, este trabalho tem a intenção de compreender como produtos culturais de conteúdo religioso passam a se desenvolver segundo a “lógica das mídias” e como esses produtos traçam um percurso interacional acelerado para se tornar “os processos de referência” (BRAGA, 2006) no contexto da convergência e novas tecnologias, em especial, o podcast, ou “*podcasting*”³⁰.

Sendo a cibercultura o contexto atual, não podemos pesquisar sem a efetiva imersão em suas práticas. Pesquisar na cibercultura é atuar como praticante cultural produzindo dados em rede. Os sujeitos não são meros informantes, são praticantes culturais que produzem culturas, saberes e conhecimentos no contexto da pesquisa. (SANTOS, 2014, p. 20)

Partindo do pressuposto de que a Informação, seja como conhecimento, processo ou coisa (ROZA, 2017 apud BUCKLAND, 1991) em detrimento dos avanços³¹ é inerentemente associada à internet (direta ou indiretamente³²), todas as áreas da vivência humana são, portanto, afetadas ou mediadas pela internet, para aqueles que têm acesso à ela. O início da discussão acerca da mediatização do religioso no final do capítulo anterior, para os fins desta monografia, tem por objetivo destacar como esses avanços tecnológicos cooperaram para as transformações na comunicação religiosa em termos de usualidade das mídias e estruturação dos conteúdos disseminados no ciberespaço, mais especificamente, do programa de podcast cristão BiboTalk.

2.1 - MÍDIAS SONORAS E O CONTEXTO DA CONVERGÊNCIA, PORTABILIDADE E NOVAS SOCIABILIDADES

O rádio pode ser reconhecido como uma mídia sonora de grande destaque. A partir das décadas de 80 e 90 (MAGNONI, RODRIGUES, 2013), a rapidez do desenvolvimento tecnológico levaria à possibilidade da transmissão via satélite e internet, e à digitalização do rádio, oportunizando a formação de redes e marcando o atual estágio. Neste sentido, Castels (2001) considerou que o rádio está vivendo um renascimento e experimentando um grande auge

³⁰ A atividade em si de fazer podcast.

³¹ Isto é, dos avanços tecnológicos citados no primeiro parágrafo e no primeiro capítulo deste trabalho.

³² Indiretamente porque uma informação como conhecimento, pode não vir diretamente da internet, mas pode ter sua origem dela, ou passar por ela, antes de passar por um intermediário que leva a mensagem ao seu destino final. Ou, ainda que não tenha sua origem na internet, possivelmente seu destino pode ser a mesma. Como um mito familiar, ou uma tradição, que acaba em um post de um blog da internet, ou um livro que é transformado em e-book ou áudio book, ou mesmo se torna o tema do episódio de um programa de podcast.

na internet, tanto as emissoras que emitem através das ondas quanto as que o fazem apenas pela rede. Para o autor, um dos fatores determinantes desta transformação está na dificuldade de satisfazer o interesse por assuntos locais a uma escala global, fora do alcance das redes locais de informação. Segundo estatísticas³³, em janeiro, 47 Emissoras de Rádio AM e FM do Ceará e em território cearense, foram bastante acessadas via internet.

O meio alcança o século XXI encontrando o fenômeno da Internet, capaz de colocar o mundo em rede e com grande poder de abrangência. As ondas radiofônicas, por sua vez, passaram a ser digitais e o rádio entendeu que deveria estar na Internet. (CUNHA, 2004, p. 11)

A despeito disso, a Era da Convergência (JENKINS, 2015) possibilitou novos usos e meios para os consumidores de mídia sonora. O podcasting, que surgiu em 2004, (KISCHINHEVSKY, 2009) marcou uma nova etapa, o que o autor chama de cultura da portabilidade: “representada pela integração entre modalidades já consolidadas de recepção de mídia sonora e novas formas de interação que suscitam diversas questões sobre o processo de comunicação.” (KISCHINHEVSKY, 2009, p. 230).

A questão da portabilidade já era uma alternativa para o rádio diante da concorrência com a televisão (MAGNONI & RODRIGUES, 2013). Através da mobilidade³⁴, o rádio manteve uma posição de importância e usabilidade recorrente no cotidiano da maioria das pessoas, o que o tornou uma mídia sonora convergente, pelo fato da atividade de outras mídias não interferirem na usabilidade do mesmo.

Todavia, o rádio, na passagem do século XX ao XXI, permanece também em sua forma original, com transmissão analógica, em muitas partes do mundo. Emite informação por intermédio de computadores ou pequenos rádios a pilha. (CUNHA, 2004, p.11)

É dispensável traçar uma linha do tempo ou uma teoria de evolução do Rádio ‘ao’ Podcast, pois há controvérsias sobre a definição do que é o rádio hoje, do que não é rádio e se de fato existe uma obsolescência do rádio. Alguns dizem: “O podcast é a junção do rádio tradicional com as possibilidades da internet” (ASSIS SAAR, 2013) Já, Raquel Neuberger disserta: “Se os recursos são os mesmos e a plataforma também, fica difícil classificá-los. É um

³³ Acesso em https://www.radios.com.br/relatorios/stat_2020-01_regiao_6-105 em 29 de Maio de 2020.

³⁴ Termo que Marcelo Kischinhevsky (2009) procura evitar por causa da associação com a indústria do telefone móvel, mas que basicamente quer dizer a mesma coisa que portabilidade.

novo formato ou as velhas mídias apenas se utilizando de um suporte diverso para complementarem os serviços ofertados.” (2012, p. 82).

As diferenças são bem peculiares, mas existem e vão desde a distribuição/disseminação às técnicas de produção e até mesmo a escuta em si. Kischinhevsky (2009) aponta o podcast como uma modalidade do rádio na internet, mas distingue algumas características do rádio convencional:

O podcasting anula uma das principais limitações da veiculação em ondas hertzianas: a fugacidade da comunicação oral em fluxo contínuo (broadcasting), cujo teor - salvo em caso de gravação - não pode ser recuperado pelo ouvinte comum. (KISCHINHEVSKY, 2014, p. 150)

Para Eugênio Freire (2012), no aspecto técnico o podcast se diferencia do rádio, comparando o podcast com arquivos musicais, “um podcast trata-se de um arquivo de áudio digital contendo música ou falas, distribuído pela internet para posterior escuta no computador ou em aparelhos tocadores de áudio digital (...)” (FREIRE E. P. A., 2012, p. 69) E que assim, o rádio também pode ser definido pelo seu modo de uso, “modo de produção/disseminação de conteúdos focado na reprodução de oralidade e/ou de músicas/sons, distribuídos para acesso instantâneo ao longo do dia em horários pré-definidos.” (FREIRE E. P. A., 2012, p. 70)

Neste caso, o item mobilidade, inaugurado pelo próprio rádio, também está presente neste momento da revolução digital. O tempo e espaço assim deixam de ser barreira, pois é possível ouvir uma rádio de qualquer lugar do planeta, no momento em que mais interessar. (CUNHA, 2004, p. 12)

Entre divergências e benefícios que as mudanças nas mídias sonoras acataram com o desenvolvimento da internet, não se pode deixar de notar que se falar em uma “cultura da portabilidade” no que diz respeito a essas novas mídias, se encontra dentro do recorte da desigualdade social e exclusão digital, “trata-se de uma nova forma de produção e escuta de informações sonoras e da abertura de espaços de debate apenas para aqueles que possuem acesso ao ciberespaço.” (PRIMO, 2005, p. 5).

A audição de podcasts pode demandar aparelhos mais caros que um rádio convencional, no entanto, aparelhos digitais tocadores de mp3, são muito comuns. Segundo uma pesquisa³⁵ realizada pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, em 2019 havia 230 milhões de

³⁵Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2019/04/26/internas_economia.1049125/brasil-tem-230-mi-de-smartphones-em-uso.shtml acesso em 21 de Agosto de 2020

smartphones ativos no Brasil e dois dispositivos digitais por habitante, incluindo computadores, tablets e notebooks. Apesar de que “o podcasting apresenta múltiplos usos e não pode ser relacionado exclusivamente à explosão nas vendas de tocadores multimídia (...)” (HERSCHMANN e KISCHINHEVSKY, 2008, p. 103), tem participação relevante na expansão do uso de aparelhos portáteis e vice-versa. A evolução tecnológica dos aparelhos móveis e da internet, possibilitam a portabilidade e através da nuvem o acesso a dados e conteúdo offline, em quantidade cada vez maior.

A miniaturização dos dispositivos de áudio, bem como a incorporação de funções de tocador de MP3 em outros aparatos associa a execução e gravação do podcast a diversos aparelhos, além de possibilitar tais ações em inúmeras situações e momentos do dia a dia. (FREIRE E. P. A., 2017, p. 56)

Apresenta-se, portanto, o contexto do objeto de estudo desta monografia, “a tecnocultura atual” (SANTAELLA, 2011). É o fenômeno da convergência interferindo nos usos da mídia sonora.

Soma-se a isso o fato de que o gradual processo de convergência tecnológica permitiu a incorporação de vários meios de comunicação em uma única plataforma, como os telefones celulares. Com isso, os aparelhos congregam, por exemplo, acesso à internet, rádio, televisão e telefonia. Ou seja, a multifunção está cada vez mais presente. E tal evolução modificou as rotinas produtivas, o conteúdo, as linguagens e até a forma de recepção destes. (MAGNONI & RODRIGUES, 2013, p. 3)

2.2 A ASCENÇÃO DO PODCAST: UM NOVO BOOM DAS MÍDIAS SONORAS?

Segundo André Lemos (2005), o podcast é uma reconfiguração midiática do broadcasting que só veio a somar. Segundo a pesquisa Podcast Consumer 2017³⁶, da empresa norte-americana Edison Research, entre 2006 e 2016 o percentual de indivíduos adultos daquele país que tinha familiaridade com o termo “podcasting” cresceu de 22% para 60%, o equivalente a 168 milhões de indivíduos. Além disso, segundo dados desse último ano, 24% dos entrevistados afirmavam ter ouvido pelo menos um podcast no último mês enquanto 15% tinham ouvido na última semana – equivalentes, respectivamente, a 67 e 42 milhões de ouvintes. O podcasting ou podcast, pode ser definido como:

(...) Uma radiodifusão sob demanda, de caráter assíncrono. Com ele, pode-se assinar determinada “estação”, numa página da internet, e a partir daí um programa agregador busca automaticamente, sempre que o computador estiver conectado, toda transmissão veiculada naquele endereço. (KISCHINHEVSKY, 2009, p. 230)

³⁶ <https://www.edisonresearch.com/the-podcast-consumer-2017/> acesso em novembro de 2019

O primeiro indício que se tem notícia³⁷ de algo parecido com um podcast no mundo, foi um talk show em formato de mídia sonora chamado “*Talk Radio*”, criado e vinculado pelo americano Carl Malamud³⁸ em 1993. Na época, o “podcaster” não tinha os arranjos tecnológicos atuais a seu favor e a distribuição era basicamente manual, ele gravava seus programas e distribuía via disquetes de computador para computador, método bem parecido com o sistema surgido nos anos 90, o RSS (*Really Simple Syndication*).

Mas um produto mais palpável surge em 2003, através da tecnologia RSS, incrementada com um certo tipo de código, o “*enclosure*”³⁹. O código foi criado por Dave Winer (LUIZ e ASSIS, 2010), para que o jornalista Christopher Lyndon pudesse colocar na internet entrevistas produzidas pelo mesmo em formato de áudio, com a possibilidade de disponibilizar os programas automaticamente via download, por meio de programas chamados “agregadores”. (LUIZ e ASSIS, 2010).

O sistema se consolidou em 2004, quando Adam Curry desenvolveu uma maneira de transferir o áudio disponibilizado através do RSS para o agregador iTunes; esse processo foi chamado de *RSStoIPod*, pois “o agregador iTunes é utilizado para sincronizar arquivos de áudio do computador com o iPod.” (LUIZ e ASSIS, 2010, p. 3). Outros agregadores passaram a fazer o download automático, esse processo ficou conhecido como *podcasting*. (LUIZ e ASSIS, 2010) O termo *podcasting* é uma junção do prefixo “pod”, oriundo de iPod e “*casting*” de *broadcasting*⁴⁰ e foi cunhado pela primeira vez por Bem Hammersley, em uma matéria escrita pelo mesmo para o site do *The Guardian*⁴¹, chamada “*Audible Revolution*”⁴².

A portabilidade proporcionada pelos aparelhos reprodutores de arquivos de áudio (FREIRE E. P. A., 2017), especificamente em formato mp3, abriu um leque de opções e novas ideias de como automatizar o acesso aos conteúdos de programas de áudio via internet. As plataformas de streaming também ganharam popularidade na última década. O podcast que

³⁷ Segundo apresentadores do podcast “Podcast-se” no episódio “#100 A História do Podcast” em 2’15” e disponível em <https://www.comunique-se.com.br/blog/conheca-a-historia-do-podcast-no-mundo/> acesso em 09 de Setembro de 2020.

³⁸ Disponível em <http://www.radiosurvivor.com/2018/09/17/internet-radio-is-older-than-you-think/> acesso em 09 de Setembro de 2020.

³⁹ Disponível em <https://web.archive.org/web/20090717093319/http://www.thetwowayweb.com/payloadsForRss> acesso em 24 de Setembro de 2020.

⁴⁰ “Transmissão pública e massiva de informações que, quando feita através de ondas eletromagnéticas de rádio também pode ser chamado de radiodifusão.” (LUIZ & ASSIS, 2010, p.1-2)

⁴¹ Jornal britânico independente fundado em 1821 que conta atualmente com versões online. Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/The_Guardian acesso em 24 de Setembro de 2020.

⁴² Tradução Revolução Audível (Tradução minha). Matéria disponível em <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia> acesso em 24 de Setembro de 2020.

antes tinha de ser ouvido através de um processo de distribuição, download e acesso (PRIMO, 2005) (LUIZ e ASSIS, 2010) como o RSS, agora pode ser acessado em poucos segundos, através da rede; o download passa a ser optativo⁴³.

Desde os seus primeiros desdobramentos, até esta segunda década do milênio, o podcast e ou *podcasting*⁴⁴, além de uma adaptação do rádio para a internet ou um complemento do mesmo, veio sendo desenvolvido como um produto cultural de consumo sonoro distinto e independente, o que Tiziano Bonini (2020) chama de “A segunda era do podcasting”. Essa fase, segundo o autor, “começou em 2012, nos EUA, com o lançamento dos primeiros modelos de negócios que foram capazes de apoiar a produção independente e o consumo de conteúdos sonoro distribuído através do podcasting.” (BONINI, 2020, p. 15)

Existe uma reconfiguração (LEMOS, 2005) então em dois formatos: os produtores autônomos, isto é, qualquer pessoa que tenha acesso à internet e tenha o *know-how* básico para produzir um podcast; e as rádios massivas remodelando programas ou subprogramas em *podcasting*. O primeiro formato, é o diferencial que veio à tona com a convergência. Produções caseiras podem ter alta qualidade sonora e um custo baixo. Há uma grande oferta na internet de softwares para gravação e edição de áudio, além de vinhetas, músicas de uso livre. Também a condução de entrevistas e debates com qualquer pessoa do globo, se torna acessível. (PRIMO, 2005)

Contextualizando o cenário nacional diante do surgimento do podcast, o primeiro podcast brasileiro foi o *Digital Minds* em 2004, por Danilo Medeiros. (LUIZ e ASSIS, 2010) (FREIRE E. P. A., 2017) Em 2005 foi organizada a primeira PodCon Brasil (Conferência Brasileira de Podcast). Durante o evento foi criada a Associação Brasileira de Podcast (ABPod) (LUIZ e ASSIS, 2010), hoje responsável pela maior pesquisa⁴⁵ anual sobre podcast do país, a PodPesquisa.⁴⁶ Foi criada inicialmente por Marcelo Oliveira (Projeto Fritzlandia⁴⁷) com o apoio de Ronaldo Ferreira⁴⁸, em 2008, com a intenção de conhecer a comunidade e o ouvinte

⁴³ “Para um internauta ouvir um desses arquivos, precisava, a cada nova “edição”, acessar o site que o hospedava, fazer o download para seu computador e, só aí, ouvi-lo.” (LUIZ, ASSIS, 2010, p.2)

⁴⁴ PRIMO (2005) diferencia os termos podcast e podcasting. O autor identifica o podcasting como algo maior do que o produto em si, o programa de podcast. Eduardo Vicente (2018) também identifica o podcasting como o processo de produção e distribuição, o conceito, “é essa prática da assinatura de conteúdos de mídia por meio do RSS para posterior download que recebeu a denominação de podcasting.” (VICENTE, 2018, p. 90) Nesta monografia utilizaremos da mesma distinção.

⁴⁵ A pesquisa é de caráter virtual, completamente online.

⁴⁶ Disponível em <http://abpod.com.br/podpesquisa/> acesso em 12 de Setembro de 2020.

⁴⁷ “Blog/Podcast/Videocast de um brasileiro em Munique, sobre a vida na Alemanha e na Europa em geral.” Disponível em <http://www.fritzlandia.org/> acesso em 23 de Setembro de 2020.

⁴⁸ Também um podcaster, que produziu um programa de podcast chamado “Racum”.

de Podcast no Brasil. Na primeira edição⁴⁹ da pesquisa (2008), os programas de podcast mais populares foram *Pod Sem Fio*, *Gui Leite* e *Código Livre* respectivamente. A pesquisa mais recente, 2019⁵⁰, aponta *NerdCast*⁵¹ como programa mais conhecido pelos ouvintes participantes da PodPesquisa, em segundo *GugaCast*⁵² e terceiro *Mamilos*⁵³.

2.3 - O BIBOTALK

O BTCast apareceu timidamente na PodPesquisa de 2019, com 27 respostas no formulário referindo ao Bibotalk e 91 citaram BTCast. O BTCast é a abreviação de “BiboTalk Cast” e é pertencente ao escopo BiboTalk Produções, que engloba outros subprogramas de podcast como: “Ovelhas Elétricas”, “Com Texto”, “Fora do Éden” e um trabalho de edição para outros programas de podcast. O nome Bibo vem do sobrenome de Rodrigo Bibo de Aquino, principal produtor e apresentador do podcast. Essa monografia opta por utilizar o BTCast como objeto por ser ele o maior e principal “canal” de podcast do BiboTalk e pela variedade de temas e episódios contextualizando notícias recentes com a espiritualidade e religião.

É possível inferir que houve um pequeno equívoco dos próprios interagentes da pesquisa, ao responderem com nomes distintos quando se trata do mesmo site de podcast e também que mesmo somando esses números, eles não correspondem à realidade da audiência do Bibotalk, quando em 2015, segundo os produtores, o programa contava com uma média de 46 mil downloads por mês.⁵⁴ O que pode-se deduzir é que grande parte dos ouvintes não responderam à PodPesquisa. Mesmo assim, o BTCast se destacou na pesquisa como o mais ouvido na categoria religião/espiritualidade, uma particularidade que incentiva o propósito de observá-lo como um programa de podcast que tem relação direta e/ou indireta com a mediatização religiosa no *podcasting*.

O Bibotalk foi idealizado para ser um programa de podcast, mesmo sendo vinculado à um site/blog. O blog surgiu em abril de 2011 depois que o Rodrigo Bibo, idealizador do

⁴⁹ Disponível em <http://pesquisa.abpod.com.br/sm/SurveySummary.html> acesso em 12 de Setembro de 2020.

⁵⁰ Disponível em <http://abpod.com.br/podpesquisa/> em “Resultado das edições anteriores”, acesso em 12 de Setembro de 2020

⁵¹ Programa de PodCast oriundo do site Jovem Nerd, que trata do universo Geek, entre outros assuntos como História e Ciência. (FREIRE E. P. A., 2017) Disponível em <https://jovemnerd.com.br/nerdcast/> acesso em 14 de Setembro de 2020.

⁵² O [Gugacast](https://gugacast.com/) é um programa onde convidados (e às vezes os ouvintes) contam histórias épicas da sua vida, produzido e dirigido por Gustavo Mafra, Rafael Mafra, Caio Corraini e Roberto Oksman. Disponível em <https://gugacast.com/> acesso em 23 de Setembro de 2020.

⁵³ “O Mamilos é um podcast semanal que discute os temas polêmicos apresentando diversos argumentos e diferentes visões para que os ouvintes formem sua opinião de maneira crítica.” Apresentado por Juliana Wallauer & Cris Bartis. Disponível em <https://www.b9.com.br/shows/mamilos/> acesso em 23 de Setembro de 2020.

⁵⁴ Disponível em <https://bibotalk.com/podcast/btcast-100/> acesso em 24 de Setembro de 2020.

BiboTalk, saiu da rádio 107,5 FM⁵⁵, de Joinville, onde apresentava um outro programa, “que trazia teologia sem rodeios regada a muita descontração e voltado para o público jovem”⁵⁶, chamado “Fórmula 3:16”. Ao anunciar a saída, ouvintes entraram em contato pedindo a continuidade do quadro, afinal, o programa da rádio para a qual trabalhava era também disponibilizado na internet como podcast, tendo na época, uma média de 70 downloads por episódio⁵⁷.

Após a saída da rádio, Bibo⁵⁸ começou um novo projeto de podcast independente, em parceria com mais alguns apresentadores, Maurício Machado (Mac), Alexander de Bona (Alex) e Alexandre Milhoranza. E nos bastidores uma equipe⁵⁹ técnica para cuidar do site e design gráfico para divulgação nas redes sociais. O BiboTalk é mantido financeiramente por patrocinadores e pessoas que ofertam mensalmente para ajudar a manter os custos da produção do podcast e na remuneração dos integrantes da equipe.

O programa pode ser ouvido pelo site (onde os episódios também estão disponíveis para download) e por plataformas de *streaming*, como *Spotify*, *Deezer* e *Itunes*. Alguns episódios também são disponibilizados no canal do Youtube⁶⁰, mas além de episódios, pode se encontrar um vlog neste canal, com vídeos curtos sobre *unboxing*, indicação de livros e temáticos. Sobre outras produções culturais, o Bibotalk trabalha também com a área editorial, com alguns livros publicados pela BTbooks⁶¹, a maioria de autoria do Rodrigo Bibo.

Semanalmente apresentam um podcast com abordagem teológica, dividido em séries, alguns em parceria com instituições ou patrocinadores, como a Editora Vida Nova⁶² e a Associação Brasileira de Cristãos na Ciência⁶³ (ABC2). “Teologia é nosso esporte!” é a assinatura do BiboTalk e a descrição do site diz em seguida “Podcast semanal de teologia e bíblia com conteúdo, humor e respeito pela Igreja de Cristo”⁶⁴.

⁵⁵ Disponível em <http://amplificador.blogspot.com/2009/07/acesse-esta-no-ar-o-portal-dos.html> acesso em 29 de Setembro de 2020

⁵⁶ Frase extraída do site em <https://bibotalk.com/sobre/> acesso em 23 de Setembro de 2020.

⁵⁷ Informação retirada do *blog* www.bibotalk.com e confirmada pelo próprio Rodrigo Bibo no “BTCAST 50 – O MELHOR DOS 49 EPISÓDIOS” em 4’45”. Disponível em <https://bibotalk.com/podcast/btcast-050/> acesso em 22 de Agosto de 2020.

⁵⁸ Apelido de Rodrigo Bibo de Aquino, como ele é chamado na internet e do qual veio a inspiração para o nome BiboTalk.

⁵⁹ Disponível em <https://bibotalk.com/quem-faz/> acesso em 22 de Agosto de 2020.

⁶⁰ Disponível em <https://www.youtube.com/c/bibotalkvlog/videos> acesso em 22 de Agosto de 2020.

⁶¹ Editora própria do Bibotalk.

⁶² “Edições Vida Nova é uma editora que publica literatura teológica evangélica”, disponível em <https://www.vidanova.com.br/> acesso em 29 de Setembro de 2020.

⁶³ Organização cujo objetivo “é, simultaneamente, o testemunho cristão e a teologia pública, por um lado, e o ensino e a divulgação científica de forma contextualizada ao universo da fé, por outro.” Disponível em <https://www.cristaosnaciencia.org.br/quem-somos/> acesso em 29 de Setembro de 2020.

⁶⁴ Disponível em <https://bibotalk.com> acesso em 27 de Setembro de 2020.

O podcast continua sendo vinculado a um blog, característica muito comum no *podcasting*⁶⁵, como vimos anteriormente (PRIMO, 2005), facilita a integração entre todos os participantes do processo, diminuindo a distância entre a produção e a recepção do conteúdo e assim contribuindo ao debate da fé cristã e da teologia via mídia sonora. Atualmente o Rodrigo Bibó utiliza suas redes sociais, principalmente o *Instagram* e *Twitter* para pedir recomendações de temas para os episódios. Uma maneira de envolver os ouvintes na produção e talvez uma ajuda no *brainstorm*, já que o programa conta com mais de 350⁶⁶ episódios no momento e contando. Alguns temas acabam sendo escolhidos pela produção do podcast.

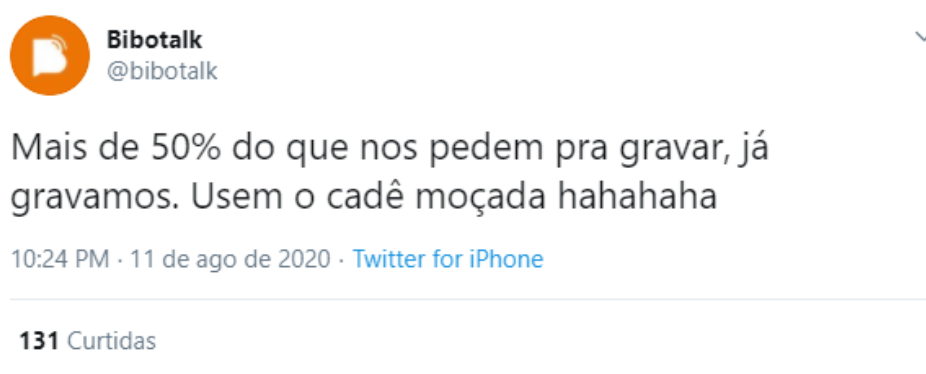


Figura 1. Na captura de tela, retirada do Twitter, o perfil do Bibotalk pede sugestões de temas para os seguidores, para produzir um episódio.

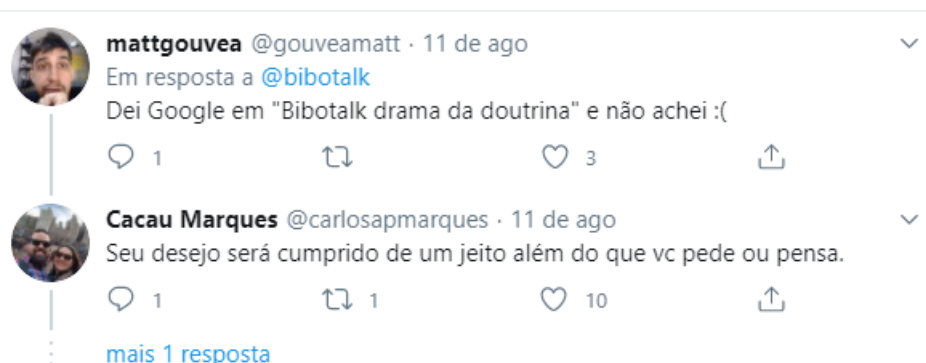


Figura 2., Cacau Marques (uma das vozes do escopo Bibotalk Produções e apresentador do podcast Ovelhas Elétricas) responde à um ouvinte que interage com o tweet do Bibotalk, sugerindo um tema de episódio. Reprodução: Twitter.

Pode-se observar nessa interação, como o conceito de “ouvinte” pode ser repensado (NEUBERGER, 2012) e até substituído⁶⁷ por termos mais abrangentes e correspondentes à nova realidade. (PRIMO, 2007)

⁶⁵ Segundo Alex Primo (2005) e Eduardo Vicente (2018), termo que designa o ato de fazer, produzir podcasts.

⁶⁶ Disponível em <https://bibotalk.com/categoria/podcast/btcast/> acesso em 22 de Agosto de 2020.

⁶⁷ Alex Primo (2007), em seu artigo “O aspecto relacional das interações na Web 2.0” utiliza o termo “interagentes” para designar os membros do processo interativo, não considerando apenas os humanos, mas também os aparatos tecnológicos como interagentes, abrangendo assim a interação das pessoas com a audição de um podcast.

O ouvinte, na era da convergência midiática, já nem pode ser definido dessa maneira, pois assume papel ativo na programação de entretenimento e até jornalística, caracterizando-se como co-autor do processo. O ouvinte é participativo/colaborativo e quem não quiser garantir tal interatividade, certamente terá dificuldades para continuar com a sua audiência. (NEUBERGER, 2012, p. 10)

O BTCast tem um bom engajamento do público-alvo e um tom jornalístico⁶⁸ no discurso que não deixa totalmente evidente seus objetivos finais, mas que a priori, procura informar e proporcionar entretenimento.

2.4 PODCAST, MEDIATIZAÇÃO E RELIGIÃO.

A mediatização como conceito utilizado nesse trabalho (BRATOSIN, 2016) remete à reconfiguração cultural e técnica no ciberespaço do “fazer/ser religioso” (SBARDELOTTO, 2018), especificamente o podcast BiboTalk. A perspectiva de Martino (2015) também é relevante aqui, quando descreve a mediatização para além de sua instrumentalidade, para além da mídia *per si*, “como um processo social de longo alcance, no qual a própria mídia, entendida em termos estritos como meios de comunicação, é entendida como vetor, mas não como vértice, do processo.” (MARTINO, 2015, p. 9).

Quanto ao podcast como mídia usual de programas religiosos, a PodPesquisa⁶⁹ de 2019 revelou que 19% dos 12000 entrevistados têm interesse/preferência por temas de religiosidade/espiritualidade, ficando à frente de temas como Gestão e Negócios, Moda e Beleza, Marketing. No ranking, Cultura Pop lidera com muitos pontos de diferença. Uma porcentagem consideravelmente baixa, mas muito otimista diante dos estudos de mediatização religiosa na comunicação.

Se o Rádio ampliou a oportunidade de disseminação de programas religiosos “construindo assim uma nova cultura de acesso a programas desta natureza” (FREITAS, NASCIMENTO, LAURINDO, 2017, p. 2) pode se perceber o podcasting e as plataformas de streaming como novas mídias que possibilitam uma expansão desse processo. O podcasting religioso traz a mesma experiência para os produtores, de várias possibilidades de evangelização que as rádios evangélicas e católicas tiveram com o rádio (FREITAS, NASCIMENTO, LAURINDO, 2017). Mas qualquer programa pode ser muito mais do que mera informatização e “evangelização”, “ao contrário, entende-se que as características específicas de cada processo social se articulam de uma maneira diferente com os dispositivos

⁶⁸ Tanto por apresentar um caráter informativo, quanto pelo formato técnico de estruturação do programa, que se assemelha muito à programas de rádio e outros podcasts jornalísticos. Característica mais explanada no capítulo 3.

⁶⁹ Pesquisa online realizada pela Associação Brasileira de Podcast (ABPod).

midiáticos.” (MARTINO, 2015, p 10) Podcasts cristãos como o BTCast⁷⁰ e Baixo Clero⁷¹, encontram também na mídia convergente a possibilidade de entreter, informar, debater. Portanto, a religião pode encontrar no podcasting, um espaço a mais, uma mídia a mais para executar suas vivências, para ocupar um lugar de mediação, ao passo que se torna midiaticizada no processo, ao ser submetida às técnicas de produção e estruturação de um programa online, além de procurar um lugar de referência dos debates que o “campo religioso” conduz. Dessa maneira, a mediatização coopera com o uso e escolhas que os interagentes fazem dela, “sem que um seja reduzido (...) ao outro.” (MARTINO, 2015, p. 10)

A veiculação de uma cerimônia religiosa pela televisão não costuma implicar necessariamente, neste ponto de vista, a mediatização da religião. No entanto, no momento em que tanto as práticas de produção quanto de apropriação da mensagem religiosa se organizam, mesmo que parcialmente, em termos de uma lógica vinculada ao ambiente midiático, é possível falar em uma mediatização da denominação religiosa. A adequação institucional às lógicas de produção midiática, bem como dos fiéis e de suas práticas, ao ambiente midiático pode ser entendido como um sintoma mais nítido do processo de mediatização. (MARTINO, 2015, p. 12)

A seguir, no capítulo 3 proponho uma análise mais profunda do podcast em si, pretende-se observar mais minuciosamente quais características de uma mediatização pode-se destacar do programa de podcast do BiboTalk, do seu processo técnico e aspectos que o tornam um objeto de estudo passível de uma mediatização/midiaticização religiosa.

⁷⁰ BiboTalk. Descrição no tópico “2.3 O BIBOTALK”.

⁷¹ Programa de podcast do Pastor Yago Martins, vinculado ao canal e também editora (DDT Editora) “Dois Dedos de Teologia”. O canal e podcast também é vinculado à um blog/site (PRIMO, 2005) disponível em <https://doisdedosteatologia.com/> acesso em 02 de Setembro de 2020. Único podcast cristão que apareceu na PodPesquisa de 2019, juntamente com o BTCast (Bibo Talk).

CAPÍTULO 3 - O CAMPO RELIGIOSO OCUPANDO O LOCAL DE PONTO DE REFERENCIA NOS DEBATES

Entende-se aqui por campo religioso, como o “espaço relativamente autônomo de prática institucionalizada da religião” (MARTINO, 2015, p. 8). Para os fins desta monografia e seu objeto de estudo, tem-se o foco no Cristianismo. A termos de contexto nacional, fala-se de um evangelicalismo⁷², dado que, segundo censo do IBGE de 2010⁷³, 88,6% da população brasileira é adepta à alguma religião cristã, sendo destes 22,2% evangélicos, em sua maioria neopentecostais.

O neopentecostalismo é uma reinterpretação do pentecostalismo, “com outros suportes institucionais e sociais ausentes na prática pentecostal”. (TORRES, 2007, p. 105) O pentecostalismo por sua vez, é uma corrente teológica baseada no Dia de Pentecostes⁷⁴ (Atos 2), com ênfase nos “dons do Espírito” e experiências sobrenaturais com Deus.

É notável um crescente ativismo do campo religioso na esfera pública (MONTERO, 2016), pode-se dizer com o objetivo de além de estar em evidência, também ser a mediação do ser com o mundo (BOURDIEU, 1989). Esse processo se dá de diversas formas, o que se destaca a parâmetros de uma sociedade da informação (SANTOS & CARVALHO, 2009), é como o campo religioso encontrou nas mídias, nos meios de comunicação um caminho para esse lugar de referência no debate público. O cristianismo, especificamente, tem como um de seus pilares a popularização da fé, ou a evangelização: *e sereis minhas testemunhas... até aos confins da terra* (Atos 1:8). “os evangélicos têm por princípio religioso a divulgação de sua fé e isto deve acontecer por quaisquer meios de comunicação.” (FREESTON, 1993, p. 135-136 apud SANTANA, 2005, p. 57)

O rádio e a televisão experimentaram nas suas primeiras décadas uma manifestação da atividade religiosa que perdura até os dias de hoje. Se as primeiras instituições pentecostais no Brasil⁷⁵ se opunham ao rádio, por serem elas de caráter asceta, totalmente contrárias a qualquer tipo de “secularização” (TORRES, 2007), o neopentecostalismo encontrou nesse meio uma oportunidade de expansão.

⁷² Conceito transdenominacional ligado à religião evangélica. Herdeiro do movimento cristão protestante do século XVII, nasce como uma reação a um suposto declínio no “fervor” do protestantismo. Sua principal característica é a ênfase nas emoções, manifestações sobrenaturais e movimentos que ficaram conhecidos como “os grandes avivamentos” do século XVIII ao XX. (SEPULCRO JUNIOR, 2019)

⁷³ Acesso em <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9662-censo-demografico-2010.html> em 31 de Março de 2020.

⁷⁴ O dia de Pentecostes era uma festa judaica instituída para celebrar a colheita, acontecia 50 dias depois da Páscoa. Frequentemente mencionado no Antigo Testamento da Bíblia e na Torá. No Novo Testamento esse dia ficou marcado pela “descida do Espírito Santo” sobre os apóstolos, que foi um “revestimento de poder” para que eles cumprissem a “Grande Comissão”: ir ao mundo falar sobre Cristo.

⁷⁵ Congregação Cristã do Brasil em 1910 e Assembleia de Deus no ano seguinte. (TORRES, 2007)

Em 1943, foi ao ar o primeiro programa de rádio brasileiro de cunho religioso, *A Voz da Profecia*, em 17 emissoras de rádio das principais cidades brasileiras. (PRATA, LOPES e CAMPELO, 2014) Em 1950, o missionário canadense Robert McAlister começava um programa de rádio chamado *A voz da Nova Vida*, através da Rádio Copacabana. Posteriormente Robert fundou a Igreja Nova Vida em 1960. (SANTANA, 2005) McAlister representa o que na década de 50 foi decisivo para definir os moldes do neopentecostalismo. “O seu surgimento não é resultado de uma evolução das igrejas pentecostais clássicas, mas sim da ação de missionários estrangeiros com outra orientação teológica.” (TORRES, 2007, p. 107) Diferente do ascetismo religioso propagado na primeira década do século XX, “tendo surgido no final da década de 70, momento no qual o Brasil passava pelo inchamento urbano, aperfeiçoamento da industrialização, modernização e comunicação de massa, além da crise católica,” (MORELLATO, 2019, p. 18) o neopentecostalismo se desdobrou sobre a ênfase na cura divina, prosperidade econômica condicionada aos dízimos e ofertas (TORRES, 2007) e uma adesão maior do entretenimento e bens de consumo, com a premissa de que estes são bençãos de Deus.

A Assembleia de Deus estreou no rádio somente em 1955 e, um ano depois, a Igreja Evangélica Pentecostal Brasil para Cristo fez o mesmo pelas ondas da Rádio Piratininga, de São Paulo. Na virada dos anos 1960, praticamente todas as grandes denominações evangélicas contavam com algum programa no rádio. (SANTI e BRUM, 2017)⁷⁶

Ainda na década de 1960, “começaram acontecer os primeiros programas evangélicos na televisão, ...novamente, os adventistas saíram na frente” (SANTANA, 2005, p. 57) com o programa chamado *Fé Para Hoje*, na TV Tupi de São Paulo.⁷⁷ Um pouco mais adiante no mesmo ano, o missionário Robert McAlister iniciou seu programa de TV, *Coisas da Vida*, na emissora Tupi/Rio, sendo ele o primeiro pentecostal a ingressar na televisão. (SANTANA, 2005).

Influenciado pelos ensinamentos de McAlister, Edir Macedo passou a congregar em uma de suas igrejas no Rio de Janeiro. Alguns anos depois, decepcionado pelo sistema dessa instituição não o declarar pastor, deixou a congregação e passou a investir em um novo projeto. (SANTI e BRUM, 2017) Na década de 80, surgia a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) que traria uma ressignificação para os estudos de campo religioso e sua relação com a mídia no Brasil. A IURD se tornou em 1989 “a primeira denominação evangélica a ser proprietária de uma

⁷⁶ Disponível em <https://super.abril.com.br/historia/como-os-programas-evangelicos-ganharam-as-rádios-e-tvs-do-brasil/> acesso em 30 de Setembro de 2020

⁷⁷ Mais informações em <https://www.novotempo.com/historia/> acesso em 17 de Outubro de 2020

televisão com cobertura nacional” (SANTANA, 2005), quando comprou a Rede Record de Televisão.



Figura 3: Laprovita Vieira⁷⁸, entre Silvio Santos e Edir Macedo. (Revista Fórum)

“Nos anos 1990 aconteceu uma disputa acelerada entre as igrejas cristãs, principalmente a católica e as evangélicas neopentecostais, pelas concessões de canais de televisão e emissoras de rádio” (PRATA, LOPES e CAMPELO, 2014, p. 4).

O crescimento da participação de líderes e artistas evangélicos nas mídias de massa, acabou popularizando o termo “gospel” para classificar os produtos culturais evangélicos nas produções midiáticas. (OLIVEIRA COSTA, 2017).

3.1.1 Na música e no audiovisual, o mercado gospel

Em 2011 a indústria fonográfica sofria diante de uma crise que se instalava, em relação ao aumento de downloads de músicas ilegais e os cds e dvds pirateados que chegavam à quase 50% de toda a produção⁷⁹. Em contrapartida o mercado da música gospel já chegava a movimentar mais de 1,5 bilhões de reais no ano de 2010, “entre vendas de discos e de DVDs e

⁷⁸ O ex-deputado, que faleceu em julho de 2020, foi um dos personagens centrais para a compra de Edir Macedo da TV Record, ele serviu de intermediário, ocultando a identidade do verdadeiro comprador. <https://revistaforum.com.br/noticias/morre-o-pastor-laprovita-vieira-que-teria-sido-usado-por-edir-macedo-para-compra-da-record/> acesso em 17 de outubro de 2020.

⁷⁹ Segundo Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI), disponível em <https://veja.abril.com.br/cultura/musica-gospel-trinados-fe-e-dinheiro/> acesso em 06 de Outubro de 2020

a produção de grandes festivais.” (LEVINO, 2011)⁸⁰ Segundo a Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD), em 2011, o gospel era o segundo gênero musical mais consumido no país, atrás apenas do sertanejo. Segundo pesquisa feita na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), em 2012, “o mercado da fê” movimentou aproximadamente R\$ 12 bilhões no país. “Somente no mercado editorial, em 2012, o segmento de livros evangélicos teve aumento de aproximadamente 14% em relação ao ano anterior. As publicações faturaram R\$ 479 milhões.”⁸¹

É importante salientar que esses dados apontam que o retorno financeiro é passível de ser um interesse a mais do campo religioso nas manifestações de produção midiática, principalmente no mercado da música e editorial. No entanto, a despeito desse engajamento mercadológico, o viés ideológico e doutrinário ganha ainda mais visibilidade através desses produtos culturais tão influentes para o indivíduo, sendo estas manifestações uma extensão do discurso religioso, seus propósitos e desdobramentos.

Mesmo no pior dos cenários, em caso de frustração, a cultura gospel disseminada nas mídias, oferece consolo através de suas mensagens recheadas de apelo sentimental, alusão a curas não só físicas, mas espirituais, emocionais e promessas de esperança, de uma “luz no fim do túnel”. Ou simplesmente conclamando a aceitação do sofrimento, encontrando o consolo na soberania de Deus, onde as canções apresentam que esse deus tem motivos ocultos ou complexos demais para os acontecimentos da vida, que a mente humana talvez não compreenda, mas deva aceitar vindo de “um deus de amor e de infinita sabedoria”. Abaixo, o trecho da canção “*O milagre Sou eu*”, lançada em 2016, pela artista Eyshila e o trecho de “*Deus é Deus*”, por Delino Marçal (2015), refletem bem essa abordagem.

*Se Ele quiser, Ele ressuscita mortos
Ele faz o impossível
Tudo porque Ele é Deus
Mas se Ele não quer que aconteça do meu jeito
Eu declaro que eu aceito
E agora o milagre sou eu, sou eu
O milagre sou eu, sou eu.
(O milagre sou eu, Composição Eyshila)⁸²*

⁸⁰ Disponível em <https://veja.abril.com.br/cultura/musica-gospel-trinados-fe-e-dinheiro/> acesso em 06 de Outubro de 2020

⁸¹ Disponível em <http://g1.globo.com/sao-paulo/itapetininga-regiao/noticia/2013/01/mercado-da-fe-movimenta-mais-de-r-12-bilhoes-por-ano-no-brasil.html> acesso em 06 de Outubro de 2020.

⁸² O filho da cantora Eyshila, após apresentar um quadro meningite viral, acabou internado numa UTI no Rio de Janeiro. A cantora, através das redes sociais, pediu por jejum e oração pela vida do filho, onde muitos internautas se engajaram na causa usando a hashtag #voltamateus. A cantora também afirmou que ela, a família, os amigos tem "ficado com o milagre" diante dos diagnósticos médicos. "Temos um diagnóstico, mas nós ficamos com o

*Se Deus fizer, Ele é Deus
Se não fizer, Ele é Deus
Se a porta abrir, Ele é Deus
Mas se fechar, continua sendo Deus
Se a doença vier, Ele é Deus
Se curado eu for, Ele é Deus
Se tudo der certo, Ele é Deus
Mas se não der, continua sendo Deus
(Deus é Deus, composição Delino Marçal)⁸³*

3.1.2 Igrejas na periferia

O neopentecostalismo e sua cultura gospel, despertou o que Torres (2007) chama de “o novo espírito do capitalismo” (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2020a, p. 10, apud TORRES, 2007, p. 89) onde a expansão da acumulação capitalista se estende agora, para as classes economicamente menos privilegiadas. Debaixo do ensino da teologia da prosperidade, o campo religioso neopentecostal encontra seu espaço na periferia, pois “a subordinação do trabalho às demandas de produtividade do capital depende de ideologias que justifiquem o engajamento com o capitalismo e que tornem esse engajamento atraente.” (TORRES, 2007, p. 88)

É possível explicar esse processo com a seguinte proposição: O discurso da prosperidade, da “bênção financeira”, passa a agradar qualquer pessoa, principalmente quem tem mais demanda de recursos. O fiel⁸⁴ passa a ver então na religião, um caminho para além do *status quo*, uma oportunidade de mudar sua realidade financeira. Essa mensagem está implícita em algumas músicas evangélicas, incentivando o fiel por meio da fé a buscar e acreditar que um padrão de vida próspero e seguro é alcançável:

*Enquanto Eu for tua prioridade, pode vir o que vier
Podes também contar Comigo, seja lá para o que for*

milagre. Toda vez que o neurologista vem com uma palavra - ele tem que ser técnico - nós contrariamos essa palavra, pegamos o que ele disse para orar contra isso e declarar que o Senhor é Deus na vida do Matheus e que essa situação vai mudar a qualquer momento”, afirmou. (<https://guiame.com.br/gospel/mundo-cristao/eyshila-agradece-por-corrente-de-oracao-pelo-filho-matheus-vencemos-mais-um-dia.html>) No entanto, o jovem Mateus não resistiu e veio a falecer. Alguns dias depois Eyshila compôs a música “O milagre sou eu”, em homenagem ao filho, que atualmente consta com mais de 16 milhões de visualizações no Youtube. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=x7GNDJOPQpY> acesso em 12 de Outubro de 2020.

⁸³ Disponível em <https://www.letras.mus.br/delino-marcal/deus-e-deus/> acesso em 12 de Outubro de 2020. O *lyric video* disponibilizado pela gravadora MK Music, uma das mais renomadas gravadoras de música gospel, consta com mais de 162 milhões de visualizações no Youtube. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=JPqitveFAGo> acesso em 12 de Outubro de 2020.

⁸⁴ Em referência aos adeptos de alguma religião.

*Mil cairão ao teu lado e dez mil à tua direita
Mas tu não serás atingido, verás livramento
Sou Eu o teu Deus!
Se lhe fecharem uma porta, outra pra você Eu abrirei
De preferência onde não tem parede
Só pra mostrar que Sou o Deus da tua vida
Sou o Deus da tua história
E ninguém irá sentar à mesa
Enquanto de glória Eu não te honrar!
(Prioridade, composição Samuel Messias)⁸⁵*

*E tudo aquilo que perdido foi
Ouvirei de sua boca, te abençoarei*

*Sai de tua tenda, oh, filho meu
E te mostrarei as estrelas do céu*

*Será que podes imaginar
Tudo aquilo que sonhei para ti, filho meu?
O que minhas mãos fizeram para ti, filho meu?
Minha bênção será sobre ti.*

(Uma nova história, composição de Fernandinho)⁸⁶

O componente “prosperidade” do neopentecostalismo, no entanto, se encaixa com a periferia a partir do momento em que esta foi moldada para receber a religiosidade cristã como a religião oficial. Na década de 90, quando a fé dos traficantes, estava ligada às religiões de matriz africana como a umbanda e o candomblé, houve uma intensa repressão policial (CUNHA, 2009, p. 255-266 apud MORELLATO, 2019, p.18) em busca da destruição dos símbolos religiosos afro em substituição por símbolos cristãos. “Essa batalha simbólica se travou pela materialização do mal na figura do bandido e na sua representação nos traficantes, enquanto o bem residiria nos elementos cristãos e na “pacificação” policial.” (MORELLATO, 2019, p. 18) A coerção policial legitimou de tal maneira a religiosidade cristã nas favelas, que nos anos seguintes os traficantes passaram a perseguir os praticantes da religiosidade afro. (CUNHA, 2009, p. 269 apud MORELLATO, 2019, p. 19) A fórmula do neopentecostalismo,

⁸⁵ Música interpretada pela cantora gospel Midian Lima, o audiovisual conta com mais de 236 milhões de visualizações no canal da MK Music, gravador gospel nacionalmente conhecida. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=On3b_3v26YU acesso em 12 de Outubro de 2020.

⁸⁶ Disponível em <https://www.letras.mus.br/fernandinho/1446830/> acesso em 12 de Outubro de 2020. O clipe audiovisual consta mais de 64 milhões de visualizações no Youtube. Veja mais em <https://www.youtube.com/watch?v=SdkWBHLHTgg> acesso em 12 de Outubro de 2020.

nos anos seguintes, encontrou essa conexão com a periferia, pela similaridade do discurso roteirizado convergente com o tráfico e a criminalidade vivenciado por muitas comunidades: “guerra, inimigo, dinheiro” (MORELLATO, 2019, p. 4).

Um outro exemplo disso, é a Frente Parlamentar Evangélica, que ficou conhecida no cenário político como a “bancada evangélica” no congresso Nacional. Há uma conexão também com o roteiro de “guerra e inimigo”. No cenário político a alusão, conseqüentemente é ideológica, ligada estritamente às visões de mundo opostas. “No que diz respeito à adoção de política, temos que levar em consideração que esta sofre influência, ou vive ao sabor da ideologia, seja ela política propriamente dita ou religiosa.” (NETO, 2017, p. 67) Atualmente a Frente Parlamentar Evangélica conta com 105 deputados e 15 senadores que se autodeclaram evangélicos, o que equivale a 20% do Congresso.⁸⁷

Em décadas anteriores, a crença popular de que religião e política não se misturam, foi bastante difundida. (FREESTON, 2006) “O Ocidente aprendeu a duras penas, a custo de muito sangue, que religião e política têm de estar separadas, dizem os críticos, e certos candidatos estariam voltando a misturá-las.” (FREESTON, 2006, p. 10) Entretanto, o crescimento do número de evangélicos no Brasil, tornou essa dinâmica inevitável. Ao escolher um representante diante das urnas, as pessoas procuram por um candidato com propostas que conciliem com aquilo que elas compactuam. Assim, o campo religioso está na política, atuando diretamente no debate público.

Diante dos fenômenos descritos acima, isto é, como o campo religioso se manifesta através da presença no rádio e na tv, ligado também a política, nas comunidades periféricas e na indústria cultural, pode se observar um padrão holístico do campo religioso na sociedade. (GUERRIERO, 2013) O podcasting que surgiu no cenário da convergência das mídias (JENKINS, 2015), se torna então, um apêndice da manifestação religiosa em vias de comunicação como foi discutido no capítulo 2. É imprescindível, no entanto, observar que o debate público na Internet, possui uma interatividade maior e um fluxo multidirecional. O podcasting como um fenômeno da cibercultura (LEMOS, 2005) permite um processo de criação descentralizado, essas ferramentas agora possibilitam que qualquer pessoa seja um ator nesse processo. Mas, estariam os podcasts de segmento religioso/cristão, que são produtos de uma

⁸⁷ Disponível em <https://congressoemfoco.uol.com.br/legislativo/veja-quais-deputados-e-senadores-fazem-parte-da-bancada-evangelica/> acesso em 17 de Outubro de 2020

era de maior liberdade de produção e emissão (cibercultura), apresentando novas formas de abordar suas doutrinas e (ou, igualmente) sendo mais um dos inúmeros produtos que ajudam a compor a mediatização do campo religioso? O podcast BiboTalk, por exemplo, utiliza dessa plataforma para comunicar “boa teologia”, como diz o próprio apresentador Rodrigo Bibó, fazendo menção de uma alternativa a tantos equívocos e exageros como os aqui citados no início desse capítulo.

3.2 Do percurso metodológico

Como foi apresentado na introdução, o objeto de estudo dessa monografia é o programa de podcast Bibotalk, ou abreviadamente BTCast. O percurso escolhido primeiramente foi apresentar o contexto sócio cultural e técnico do objeto (LÉVY, 1999); (SANTAELLA, 2011); (SANTAELLA, 2012); (JENKINS, 2015) perpassando brevemente pelos desdobramentos dos avanços tecnológicos (LEMOS, 2004); (MATTOS, 2013); (SANTOS, 2014); (SANTAELLA, 2014) e da informação (CAVALCANTI, 1995); (MATTOS, 2013); (ARAÚJO 2014); (ROZA, 2017 apud BUCKLAND, 1991), até o surgimento do podcast (LEMOS, 2005); (PRIMO, 2005); (LUIZ e ASSIS, 2010); (FREIRE E. P. A., 2017) e a relação da mediatização religiosa (BRATOSIN, 2016); (TUDOR, 2017); (SBARDELOTTO, 2018) com essa nova mídia. (FREITAS, NASCIMENTO, LAURINDO, 2017).

Em segunda instância, foi realizado um estudo de caso, que herda características da pesquisa qualitativa. (MEIRINHOS, OSÓRIO, 2010)

O estudo de caso rege-se dentro da lógica que guia as sucessivas etapas de recolha, análise e interpretação da informação dos métodos qualitativos, com a particularidade de que o propósito da investigação é o estudo intensivo de um ou poucos casos. (MEIRINHOS, OSÓRIO, 2010, p. 52)

Esse método não requer técnicas estatísticas, tem caráter descritivo, o resultado é o processo e seu significado, “o principal objetivo é a interpretação do fenômeno do objeto de estudo” (FREITAS, JABBOUR, 2011, p. 9). A metodologia qualitativa se orienta mais por uma perspectiva interpretativa (MEIRINHOS, OSÓRIO, 2010), assim decidiu-se observar e analisar particularmente 6 episódios desse programa de podcast que atualmente possui mais de 360 episódios produzidos.

Em outros termos, o interesse do pesquisador não está focalizado em quantificar uma ocorrência ou quantas vezes uma variável aparece, mas sim na qualidade em que elas

se apresentam (MINAYO, 1994), ou seja, como as coisas acontecem. (FREITAS, JABBOUR, 2011, p. 9)

Para analisar o objeto, foram selecionados 6 episódios de em média 50 minutos cada, que foram disponibilizados dentro do período de janeiro do ano de 2020 a setembro de 2020. Os episódios na seguinte análise, não estão dispostos em ordem cronológica, o critério para a escolha dos episódios foi a partir dos temas, buscando aqueles que mais se relacionam com a discussão teórica desta monografia, no que diz respeito à apropriação do campo religioso do podcasting como um espaço de mediação dos ouvintes com a religião, (no caso, a cristã evangélica), fazendo uma interligação com temáticas que se enquadram dentro do cotidiano dos mesmos ou utilizando do discurso para contextualizar a temática religiosa com o cotidiano.

Além disso buscou-se identificar momentos na gravação onde fica evidenciado que a pauta da religião é posta como mediadora do tema do programa. Identificar também a publicidade e outras particularidades técnicas que através da midiaticização evidenciam também a mediaticização do religioso no conteúdo do BTCast.

3.3 Análise 1 – BTCast 348 – Eu não consigo respirar



Figura 4 Por: Guilherme Match. Capa do episódio em todas as plataformas disponíveis.⁸⁸

Descrição do episódio: “Muito bem, muito bem, muito bem, começa mais um BTCast. Rodrigo Bibo, Cacau Marques e Victor Fontana conversam sobre racismo, pecado e #vidaspretasimportam.”⁸⁹

O episódio foi disponibilizado na plataforma do Spotify e no site, no dia 09 de junho de 2020, com 1 h e 28 minutos de duração. O tema do podcast se refere ao caso do americano George Floyd, que foi assassinado em 25 de maio de 2020 por um policial, na cidade de Minneapolis⁹⁰. O acontecimento foi gravado pela câmera de um smartphone. No vídeo de 10 minutos, Derek Chauvin, policial branco de 44 anos, imobiliza Floyd, que morre sufocado.⁹¹ O BTCast 348 foi composto de duas *lives*⁹² apresentadas por Rodrigo Bibo, a primeira *live* com Cacau Marques⁹³, professor de história e também participante do BiboTalk Produções e a segunda com Victor Fontana⁹⁴.

Primeiramente o episódio começa com a vinheta do programa, “Começa agora, mais um BTCast, teologia é o nosso esporte!”. Em seguida cada participante faz a sua entrada:

⁸⁸ Disponível em <https://www.instagram.com/p/CBOs12MBbUk/> acesso em 17 de Outubro de 2020.

⁸⁹ Disponível em <https://bibotalk.com/podcast/eu-nao-consigo-respirar/> acesso em 17 de Outubro de 2020.

⁹⁰ Estado de Minnesota, Estados Unidos.

⁹¹ Mais informações em <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2020/05/27/caso-george-floyd-morte-de-homem-negro-filmado-com-policial-branco-com-joelhos-em-seu-pescoco-causa-indignacao-nos-eua.ghtml> acesso em 15 de Outubro de 2020

⁹² Transmissão ao vivo em vídeo através de plataformas da internet.

⁹³ Uma das vozes do escopo BiboTalk Produções e apresentador do podcast Ovelhas Elétricas

⁹⁴ Jornalista, graduado em Teologia e Youtuber. Atualmente apresenta um quadro jornalístico no canal da ABC2 (Associação Brasileira de Cristãos na Ciência). Disponível em youtube.com/channel/UCGYaKLnGcLBBgsx7FRu-PNg acesso em 15 de Outubro de 2020. Victor atualmente também compõe a “mesa” do BTCast, estando presente na maioria dos episódios mais recentes.

Bibo: “...Eu sou o Rodrigo Bibo e... *Whatever happened to my garden of black roses?*”⁹⁵

Cacau: “E eu sou o Cacau Marques e racismo é pecado e heresia!”

Logo em seguida Rodrigo Bibo explica porque ele e Cacau Marques, que no caso são dois homens brancos, estão trazendo esse tema à tona. Ao longo do episódio é desenvolvido esse argumento, em contrapartida com a teoria do “lugar de fala”, onde se afirma que somente as pessoas afetadas por aquele preconceito, tem propriedade e legitimidade para falar desse tema.

Bibo: “Antes de nós irmos para o recado paroquial, Cacau... já vamos fazer a abertura aqui do podcast, até para justificar o porquê dois brancos estão aqui falando sobre racismo. Eu estava testando o equipamento com o cacau, para um estudo bíblico que nós iríamos fazer e... “cara vamos gravar uma live aqui pro canal do YouTube?” e ele falou “vamos falar sobre racismo?” “Vamos”. Então foi uma coisa muito de improviso (...) E aí outro ponto, também que eu não sei se tu concorda comigo, nós podemos falar sobre racismo do ponto de vista teológico, do ponto de vista... como você fez na sua entrada né, o racismo é pecado!”⁹⁶

Bibo: “Então antes de ser, né, um problema da sociologia e da antropologia, nós como teólogos e pastores entendemos que é um problema da teologia e por isso que nós brancos aqui podemos falar de certa forma do racismo, e repito aqui, eu não tenho aquele negócio de lugar de fala. É claro quando eu gravei o podcast sobre racismo⁹⁷, a gente trouxe dois negros e tal que vivem e podem falar muito mais coisas então né, a gente ampliou. Mas eu queria gravar esse tema e nada melhor do que ter o cacau aqui, professor de história.” 14’34’’ – 16’03’’

Nessa sentença já pode-se observar como os apresentadores do programa utilizam a religião como uma perspectiva sobre o tema do racismo.

Depois das entradas e primeiras introduções, vem então a chamada para “os recados paroquiais”, que é um momento da gravação em que ele traz informações sobre parcerias com editoras e lojas, podemos entender como o espaço que a publicidade tem no programa. Mas não o único, visto que o merchandising aparece muitas vezes, ao longo do episódio em indicações de leituras, citações de outras produções culturais e pessoas relacionadas com o tema.

⁹⁵ Disponível em <https://www.lettras.mus.br/inner-circle/68382/traducao.html> acesso em 15 de Outubro de 2020.

⁹⁶ Transcrito de <https://open.spotify.com/episode/2sOdv3EvkJr7QVeEumnaSA?si=Z-ifEC-iSCeXMA6hEenZIQ1'05''-1'50''>. Acesso em 14 de Outubro de 2020.

⁹⁷ Aqui o apresentador refere-se aos episódios “BTCASST 295 – RACISMO PT 1” e “BTCASST 296 – RACISMO PT 2” disponível em <https://bibotalk.com/podcast/racismo-parte-01/> e <https://bibotalk.com/podcast/racismo-btcast-296/> acesso em 20 de Outubro de 2020.

Chegando ao fim da conversa entre Bibo e Cacau Marques, Rodrigo Bibo pede indicações de leitura ao professor e primeiro pede a opinião dele sobre um livro da editora Vida Nova: “O Racismo, a Cruz e o pecado” de John Piper. E brinca “Vou pedir pra Vida Nova... ô! Me manda aí que quero dar uma lida!”⁹⁸ De fato o programa tem uma parceria com a Editora Vida Nova, (como já foi introduzido no Capítulo 2 – “2.3 O BIBOTALK”) em que o apresentador Rodrigo Bibo recebe exemplares de livros cristãos e todo mês é lançado um episódio chamado “BTCast Vida Nova”⁹⁹, onde são explanados lançamentos de livros da mesma.

A partir do minuto 50’12”, Rodrigo Bibo começa a introduzir sobre a gravação que foi feita durante uma live com o jornalista Victor Fontana, também sobre o tema do racismo. Em 50’39” Bibo avisa sobre a qualidade do áudio: “Quem ouve o podcast do BiboTalk, tá acostumado com a qualidade do nosso áudio. Geralmente o nosso podcast tem um áudio com muita qualidade, assim, é um podcast gostoso de ouvir. Agora você vai perceber que o áudio não está tão bom. Por quê? Porque o Tuller¹⁰⁰ tirou este áudio lá do igtv do Instagram, então tem uma supressão violenta lá por parte do Instagram, o áudio não fica bom, tá? Então gente, você que está acostumado com a nossa qualidade, talvez vai perceber "nossa gente tá difícil ouvir isso aí", mas ouve porque vale muito a pena, ok?”

A preocupação e justificativa do apresentador revela um aspecto técnico do programa, como a qualidade do som e de edição. “A gente editou várias partes para ficar bem gostoso para você que está ouvindo podcast, ok? A gente não só pegou o áudio lá e jogou aqui, não! Teve um tratamento, a gente cortou várias partes e tal, para que a conversa fique bem fluída.” 51’17” - 51’28”

Em 57’56”, Victor Fontana começa explicando que devido a sua habitação nos Estados Unidos, tenta explicar para as pessoas, o contexto do racismo atualmente e a perspectiva histórica também do preconceito racial no país. O jornalista se mostra a favor das manifestações e ignora os cristãos conservadores que têm se posicionado contra e deslegitimado o movimento em razão de atos vândalos durante as manifestações. A conversa de Bibo e Victor Fontana, é construída sobre a visão de que cristãos podem e devem se solidarizar com a causa.

Victor usa um exemplo de Hong Kong como exemplo, onde ele relata que cristãos em Hong Kong estavam sendo perseguidos: “Nós choramos e lamentamos com eles e oramos por eles,

⁹⁸ Transcrito do episódio “BTCast 348 – Eu não consigo respirar”, a partir de 46’35” em https://open.spotify.com/episode/2sOdv3Evk Jr7QVeEumnaSA?si=aSXFf3eITlaQqVlhhPX2_Q acesso em 15 de Outubro de 2020.

⁹⁹ Disponível em <https://bibotalk.com/tag/podcast-vida-nova/> acesso em 16 de Outubro de 2020.

¹⁰⁰ Gabriel Tuller, podcaster e editor, responsável pelas edições de áudio desse podcast.

...mas se você olhar os vídeos tem irmão de Hong Kong virando carro, que não é irmão, tá? Botando fogo em loja, agredindo policial... você não pode invalidar nem a pauta, nem a maioria pacífica que tá ali.”¹⁰¹

Ao final da gravação, em 87’54”, Bibó pede que Victor faça uma declaração final.

Victor Fontana: “O Yuri (um primo de Victor) ele fala o seguinte, sempre houve vozes contra o racismo, por favor, que de uma vez por todas haja ouvidos.”

Bibó: “Uau...”

Victor Fontana: “Se você não pode falar da sua própria história, escute, leve isso pro seu momento de oração... e então fale. E aí eu replico em cima dele, escutando e orando, escutando e orando. E quando você, meu irmão, que sofre, sentir que a tua voz foi calada e quiser a nossa emprestada, a gente escuta, ora junto e fala junto. Se não nos escutarem, o Pai que a todos ouve, nos escutará.”

Bibó: “Amém, muito bom...”

Vários pontos abordados durante este projeto no primeiro e segundo capítulo podem ser verificados neste episódio, aqui chamamos a atenção para três deles: inicialmente, a escolha do tema (e isso será recorrente). Este especificamente referente à um caso recente de racismo nos Estados Unidos e às manifestações sociais contra esse racismo, onde os apresentadores explanaram e argumentaram sob o prisma da fé, conduta e moralidade cristã. Observaremos que há, em quase todos os episódios, uma predileção por temas que estão sendo discutidos e debatidos no ambiente público. Primeiro, esta é uma característica condutora da ideia de mediatização do campo religioso (MARTINO, 2015), que “longe de implicar apenas o uso da mídia como veículo para passar uma mensagem religiosa” (MARTINO, 2015: 13), implica igualmente numa atitude que busca articular a ideia e/ou premissas religiosas com outras práticas e esferas contemporâneas. É a intenção de não apenas ocupar o espaço do debate público, mas realizar uma leitura dessas práticas e questões tendo a religião como lugar de partida. E aqui, colocamos um outro ponto importante a respeito da escolha do tema. André Lemos (2001) quando escreve e apresenta os desvios e despesas na cibercultura, relata que esta mesma cibercultura possibilita uma maior emissão e circulação da palavra e uma reconfiguração cultural, que envolve a transformação e criação de novos meios, o que permite que os debates não sejam apenas impulsionados e mediados pelos meios ditos tradicionais e sim, e também, pelos usuários. O tema escolhido no episódio faz parte desta “nova esfera”, uma

¹⁰¹ Transcrito de 72’00” – 72’30” do episódio “BTCast 348 – Eu não consigo respirar”, disponível em https://open.spotify.com/episode/2sOdv3Evk Jr7QVeEumnaSA?si=aSXFf3eITlaQqVlhhPX2_Q acesso em 15 de Outubro de 2020.

vez que os debates sobre o racismo no EUA só foram possíveis por conta da grande repercussão após a viralização do vídeo. Isto é, são temas não apenas articulados com o debate público, mas por eles conduzidos. Essa discussão, inclusive, é feita por um jornalista no segundo episódio analisado, como veremos a seguir. Seria esta uma forma de buscar pertencer a esta “nova esfera pública”?

Um segundo ponto diz respeito ao tratamento da informação, como vimos no primeiro capítulo, ao escolher um jornalista e um historiador (mesmo todos não possuindo o “lugar de fala”, não serem negros), temos aqui uma tentativa de legitimação do episódio a partir de uma mínima presença de objetividade (jornalista) e abordagem histórica (historiador).

Durante o episódio é possível verificar, a partir da classificação de Buckland (1991) citada no primeiro capítulo, um tratamento de informação mais como conhecimento, isto é, “o conhecimento comunicado sobre alguma coisa, significando o que é percebido em informação como processo.” (apud ROZA, 2017, p. 5) A informação como “processo”, está mais relacionada à informação objetiva, quando essa informação agrega e modifica o que o indivíduo sabia antes de recebê-la, onde se buscam informações, dados e outros que fundamentem o debate. Não é que os dados não existam, mas não é o que é evidenciado na discussão. A conversa está mais focada no conhecimento religioso e senso comum dos apresentadores, sem muitos fatos históricos. O terceiro ponto diz respeito à linguagem do podcasts (ponto que estará presente em praticamente, todos os episódios): nele, podemos verificar uma das três hipóteses levantadas por Oliveira, Pimenta, Naldi e Oliveira (2020) quando afirmam que “as temáticas tratadas nos podcasts são contemporâneas e tangenciam o cotidiano dos indivíduos”, uma vez que mesmo a partir da ideia de religião, o coloquial é utilizado na conversação, buscando uma proximidade com a linguagem cotidiana dos ouvintes.

Os convidados para o programa, em suas atribuições de um historiador e um jornalista residente nos Estados Unidos (onde ocorreu o fato), demonstra a tentativa de uma legitimidade maior das informações discutidas e aponta para um modelo jornalístico de podcasting, “o nome e a posição da pessoa são importantes como fator de noticiabilidade” (TRAQUINA, 2002, p. 188 apud PULGA, 2019, p. 13) A perspectiva cristã foi associada também à política, onde o campo religioso tem um destaque relativamente grande atualmente, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos. Pode-se observar como a religião em termos pragmáticos no BTCast, encontra no podcasting a oportunidade de mediar assuntos recorrentes e inerentes ao cotidiano e campo ideológico da audiência, seja ela cristã ou não.

3.4 Análise 2 – BTCast 353 - Fake News

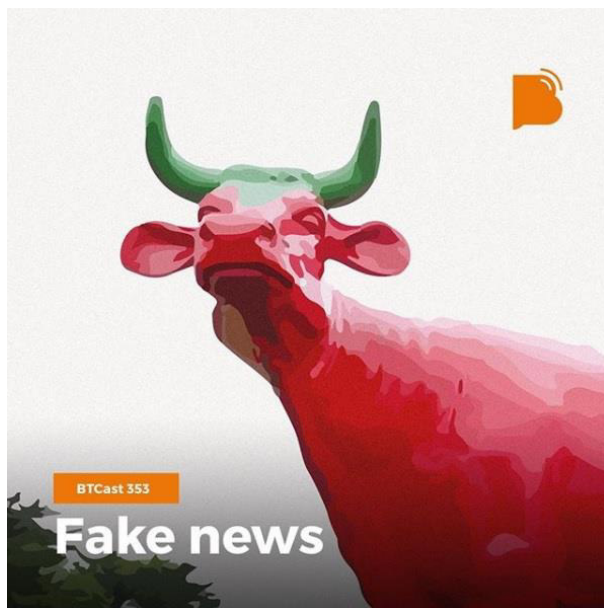


Figura 5 Por: Guilherme Match. Capa do episódio em todas as plataformas disponíveis.¹⁰²

Descrição¹⁰³: “Muito bem, muito bem, muito bem! Começa mais um BTCast. Rodrigo Bibo, Rogério Moreira Jr e Victor Fontana recebem o jornalista Tiago Dantas para juntos conversarem sobre Fake News. Afinal, por que um podcast cristão se propõe a falar sobre esse tema? Bem, descubra ouvindo o podcast!”

O episódio foi disponibilizado na plataforma do Spotify e no site, no dia 07 de julho de 2020, com 1 h, 32 minutos e 30 segundos de duração. Os componentes do episódio 353 são: Rodrigo Bibo, Rogério Moreira Jr, que é o apresentador do Fora do Éden (o podcast “jornalístico teológico” do BiboTalk Produções¹⁰⁴), Victor Fontana novamente e Tiago Dantas, jornalista do Estadão.

As primeiras falas são de Rodrigo Bibo e Rogério em 0’26” – 1’04”:

Bibo: “Muito bem, muito bem, muito bem, começa mais um BTCast, de número 353 extra! Eu sou o Rodrigo Bibo e se até o The New York Times já compartilhou fake News, tranquilo. (risos)

Rogério: “E aqui é o Rogério Moreira Júnior e a mentira tem só um pai, que é o diabo, mas tem muitas mães.”

¹⁰² Disponível em <https://www.instagram.com/p/CCYtT6phSWz/> acesso em 17 de Outubro de 2020.

¹⁰³ Disponível em <https://bibotalk.com/podcast/fake-news-btcast-353/> acesso em 17 de Outubro de 2020.

¹⁰⁴ Como o próprio Rodrigo Bibo define e como foi transcrito mais a frente em 2’48” – 3’23” retirado de <https://bibotalk.com/podcast/fake-news-btcast-353/> acesso em 17 de Outubro de 2020.

Bibo: “Caraca, mano. Que pesado, é pra ser um assunto mais tranquilo, ô Rogério... O diabo é o pai da Fake News, sacanagem...”

Rogério: “Pô, cara, é que eu acho que falando assim que o diabo é o pai da mentira, da fake news, talvez o pessoal crente leve um pouco mais a sério isso.”

Em seguida Bibo introduz o motivo pelo qual o BTCast está abordando esse tema. O objetivo inicial é de conotação religiosa, evidenciando o caráter do programa e sua missão principal que é “ensinar teologia em áudio a fim de ver o crescimento bíblico-teológico da igreja brasileira”¹⁰⁵.

Bibo: “E gente, olha só... por quê que a gente tá lançando este BTCast aqui. Primeiro, é um assunto importante e infelizmente muitos cristãos compartilham fake News, então queremos prestar esse serviço à comunidade religiosa, à comunidade cristã. Então primeiro objetivo (...) é um assunto que de alguma forma, foge da teologia, ...ainda que não foge nem tanto, que se você vai ouvir esse episódio e a gente cita muita bíblia aqui neste episódio (...) então esse é o primeiro motivo, cristãos vivem nessa sociedade e essa sociedade está cheia de fake News.” 1’38” – 2’13”

Rogério Moreira faz uma observação quanto ao aspecto técnico da linguagem do podcast e compara com um programa anteriormente publicado.

Rogério: “E é legal que ele tá um programa meio técnico, ele me lembra um pouco aquele BTCast que saiu há umas semanas com o Altay¹⁰⁶, (...) tem novidade ali, tem coisa ali olhando prum outro ponto de vista, tem muito resumo (...), mas aquele foi essa visão técnica biológica, aqui a gente tem essa visão pras Fake News de jornalistas.” 2’16” – 2’47”

Bibo: “Olha aí, é verdade! Inclusive temos um convidado aí, temos um jornalista do Estadão, você vai conhecer um pouco ele mais aí. Então esse é o primeiro objetivo, é um assunto da sociedade que nós precisamos tratar e o segundo motivo é que o Fora do Éden voltou, aê! (...) Pra quem não conhece o Fora do Éden, é o nosso podcast que mistura jornalismo e teologia, comandado, capitaneado pelo nosso amigo Rogério Moreira Júnior.” 2’48” – 3’23”

Como foi apresentado nos parágrafos anteriores, nas primeiras falas já se tem o objetivo do programa através da escolha da temática, os participantes desenvolvem a introdução do assunto sob a perspectiva religiosa, “condenando” a mentira, utilizando exemplos de personagens e acontecimentos bíblicos e da história da Igreja Cristã.

¹⁰⁵ Disponível em <https://bibotalk.com/> acesso em 18 de outubro de 2020.

¹⁰⁶ Referência ao “BTCast ABC2 018 – A ciência do coronavírus”, que será analisado mais a frente.

Victor Fontana: “Quando que a credibilidade de Davi começa a cair? Quando ele manda Urias pra linha de frente,¹⁰⁷ ... pra poder acobertar a gravidez de Bate-Seba, que ele já tinha feito sexo lá com ela (...) e ele quer matar o marido dela, que é Urias. Ali você tem um exemplo claro de fake News, a partir de Davi. Davi tentando propagar fake News no meio do povo e tal.”¹⁰⁸

Em seguida Victor discorre sobre a checagem de informações, que segundo ele, passou a ser “mais possível quando membros da sociedade como um todo, passam a ter acesso à produção de informação, quando a informação deixa de ser monopólio do Estado.”¹⁰⁹ E que isso só foi possível com o surgimento da imprensa de tipos móveis e a Reforma Protestante, “a Reforma Protestante foi um grande movimento de checagem de notícias”¹¹⁰.

Ao decorrer do episódio, Tiago Dantas, editor-assistente do Estadão, desenvolve a maior parte da discussão e utiliza dados de pesquisas para fundamentar possíveis explicações para a quantidade de notícias falsas compartilhadas pelos brasileiros, como pode ser observado nos trechos a seguir:

Tiago Dantas: “Uma pesquisa¹¹¹ do ano passado mostrou que quase 80% das pessoas tem como fonte principal de informação, o *WhatsApp*. E por quê que isso é problemático? Porque o *WhatsApp* não checa. Ele é um aplicativo de comunicação. (...) E o segundo ponto (...) é que nós vivemos em um país em que 38% da população é analfabeta funcional.¹¹² A gente não tem o hábito de leitura (...) talvez seus ouvintes aqui desse podcast até tenham hábito de leitura, mas será que a gente foi treinado pra fazer uma leitura crítica? (...) Porque a gente sempre fala isso, né? “Poxa, mas esse jornal tá sendo tendencioso!”, “essa notícia tá sendo tendenciosa!” a gente faz isso com tudo que a gente recebe? Isso é uma coisa importante, eu acho. Isso é uma boa dica pra você, quando você recebe uma notícia, se pergunte isso: “isso aqui foi checado?”, “essas informações estão sendo atribuídas a alguém?”, porque o jornalista profissional, sempre

¹⁰⁷ No relato bíblico e da Torá, o Rei Davi, após ter tido relações com a esposa de Urias, um de seus soldados, tenta acobertar a gravidez gerada fora do casamento, primeiro tentando convencer o soldado a ir para casa deitar-se com sua mulher. Sem sucesso, ele ordena que Urias seja colocado estrategicamente na frente da batalha, para que aumentassem as chances de ele ser morto em combate, o que acabou acontecendo. Disponível em <https://my.bible.com/pt/bible/1608/2SA.11.ARA> acesso em 18 de Outubro de 2020.

¹⁰⁸ Transcrito a partir de 25’13” á 25’39”, disponível em <https://bibotalk.com/podcast/fake-news-btcast-353/> acesso em 17 de Outubro de 2020

¹⁰⁹ Transcrito a partir de 25’44” á 26’03”, disponível em <https://bibotalk.com/podcast/fake-news-btcast-353/> acesso em 17 de Outubro de 2020.

¹¹⁰ Transcrito a partir de 26’14” á 26’20”, disponível em <https://bibotalk.com/podcast/fake-news-btcast-353/> acesso em 17 de Outubro de 2020.

¹¹¹ Disponível em <https://www12.senado.leg.br/institucional/datasenado/publicacaodatasenado?id=mais-de-80-dos-brasileiros-acreditam-que-redes-sociais-influenciam-muito-a-opiniao-das-pessoas> acesso em 17 de Outubro de 2020.

¹¹² Disponível em <https://educacao.estadao.com.br/noticias/geral.tres-em-cada-10-sao-analfabetos-funcionais-no-pais,70002432924> acesso em 17 de Outubro de 2020

que escreve uma matéria, que ele apurou, ele pode ter apurado, mas tudo que ele escreve ali, é citado como vindo de alguma fonte.” 53’12” – 54’25”

Já quase no final do episódio Bibotalk pergunta a Tiago sobre o atual momento onde esse assunto está sendo tão comentado. O jornalista atribui aos avanços midiáticos, a possibilidade de uma maior intervenção das pessoas com acesso a esses aparatos à produção de informação, o que abriu espaço também para que fosse publicado qualquer informação com mais velocidade, seja ela verdadeira ou não.

Bibo: “Mas ô, Tiago, a minha pergunta pra ti é essa: Por quê que agora a gente fala tanto em fake News? Inclusive até o Bibotalk se deu ao trabalho de fazer um podcast sobre esse tema, por quê que esse tema agora ficou tão latente nos últimos anos?”

Tiago Dantas: “Bom, tem os fatos objetivos, né? Com o advento das redes sociais, internet, você aumentou o número de vozes que participa do debate público. (...) A internet, *Twitter*, o *Facebook*, o *Instagram*, eles possibilitam que qualquer um, qualquer pessoa, possa escrever sobre determinado assunto e se fazer ouvir pra milhões de pessoas. Por um lado, isso é incrível, é muito bonito! É a liberdade sendo usada ao seu máximo, a liberdade de informação. Por outro lado, como a gente não estava treinado pra lidar com notícias falsas, com opiniões (...) a gente passou a ouvir algumas vozes que nem deveriam ser ouvidas. Então por exemplo, (...) algumas questões que foram resolvidas centenas de anos atrás, a gente voltou a discutir agora. Por exemplo, se a Terra é plana ou não.”

Ao final do episódio a conclusão da discussão se dá na instrução para o ouvinte, como não cair em uma Fake News, não as compartilhar e admitir e corrigir quando o fizer. Pode-se perceber um tom de aconselhamento e na última fala de Victor Fontana, ele leva mais uma vez ao campo da religião (MARTINO, 2015): “Então se você admitir que você errou, (...) quando alguém te confrontar com uma informação, talvez você comece a suspeitar um pouquinho mais de si próprio. Chama modéstia, humildade, faz bem, é bíblico.”¹¹³

Pode se observar deste episódio, que o tema, (assim como na “análise 1 - BTCast 348 – Eu não consigo respirar”), está relacionado à uma situação recorrente da esfera pública¹¹⁴,

¹¹³ Transcrito a partir de 87’24” – 87’37”, disponível em disponível em <https://bibotalk.com/podcast/fake-news-btcast-353/> acesso em 17 de Outubro de 2020

¹¹⁴ O debate sobre fake News começou a crescer desde o período eleitoral nos Estados Unidos, em 2016 e no período eleitoral de 2018 no Brasil. Durante a pandemia de Saars-cov-2 em 2020, estudos apontam que a porcentagem de notícias falsas na internet aumentou, inclusive o próprio Trump, foi apontado como um grande expoente de fake News sobre o novo coronavírus. Disponível em <https://www.terra.com.br/noticias/estudo-aponta-trump-como-maior-disseminador-de-fake-news-sobre-covid-19,b23481957af00fdb77d0110f135f45709214wqn.html> acesso em 20 de Outubro de 2020

temática que está em evidência no ciberespaço e nos locais de debate. Além disso, a escolha dos participantes, que tem propriedade sobre o assunto e especialidade na área.

O nome e posição das pessoas que comentam os acontecimentos narrados nos programas analisados, por si, afetam o conteúdo produzido; portanto, sua distinção nas áreas em que se especializam também são elementos importantes para a construção narrativa do podcast. (PULGA, 2019, p. 13)

Aponta-se duas características desenvolvidas no primeiro capítulo, da instrumentalidade da Informação em seus desdobramentos de acordo com BUCKLAND, 1991 apud ROZA, 2017: A primeira no enunciado de Victor Fontana em 26'14"¹¹⁵. Assim como na reflexão feita neste trabalho em “1.3 O movimento da Reforma Protestante e a mediatização religiosa”, Victor vale-se da prensa de Gutenberg e da Reforma como signos para construir o argumento sobre a informação. A informação como conhecimento é empregada mais uma vez, como a capacidade de se formar uma ideia sobre alguma coisa “por meio de um sistema de signos”. (ROZA, 2017, p. 5)

E a segunda quando Tiago Dantas cita dados de pesquisas, explicando que a checagem da informação, da notícia, está diretamente relacionada à uma fonte confiável, é evidenciada a informação como processo (BUCKLAND, 1991), outro parâmetro que coloca esse episódio de podcast como um produto informacional, além do entretenimento e formação de opinião¹¹⁶.

A linguagem coloquial da maioria dos componentes do episódio, aproxima o ouvinte e populariza¹¹⁷ a temática, ainda que para um público segmentado. Posto que diversas vezes, ao longo do episódio os participantes do BTCast, exceto o convidado Tiago Dantas, fazem alegorias e comparações sobre Fake News nos relatos bíblicos.

Pois o podcast é caracterizado, também, pelo fracionamento, com programas sobre temas específicos e voltados a públicos mais restritos, através da estratégia mercadológica de segmentação do narrowcasting. Nesse cenário, o jornalista que ocupa a função de âncora “deixa de ser apenas uma voz a fazer perguntas, tornando-se alguém a conduzir, com personalidade própria, o programa e a garantir uma determinada linha editorial” (FERRARETTO, 2010, p. 550). (PULGA, 2019, p. 28).

Do aspecto técnico da estrutura do podcast, segundo o aspecto dos recursos fraseológicos que compõem o estilo dos enunciados que “é permeado por sons, músicas e silêncio” (OLIVEIRA, PIMENTA, NALDI e OLIVEIRA, 2020, p.5), pode-se afirmar que

¹¹⁵ “A Reforma Protestante foi um grande movimento de checagem de notícias”. Transcrito a partir de 26'14” à 26'20”, disponível em <https://bibotalk.com/podcast/fake-news-btcast-353/> acesso em 17 de Outubro de 2020.

¹¹⁶ Tanto o caráter de opinião no que diz respeito à perspectiva dos apresentadores, quanto da tentativa de mediar a informação para com os ouvintes.

¹¹⁷ Para o público do Bibotalk que tem acesso ao ciberespaço, mas pode não ter uma proximidade com esses temas, devido ao seu interesse no BTCast, em específico, seja encontrar conteúdo teológico na podosfera.

nesse episódio em específico, não há muitas pausas entre as etapas do roteiro, o foco se dá na fluidez da conversa dos participantes. E, mais uma vez, a religião assume, mesmo com a presença de um jornalista apresentando dados e números de pesquisas, o lugar principal de leitura, de abordagem do tema escolhido.

3.5 Análise 3 – BTCast ABC2 018 – A ciência do coronavírus



Figura 6. Por: Guilherme Match. Capa do episódio em todas as plataformas disponíveis.¹¹⁸

O BTCast ABC2 018, é um podcast extra. Esses episódios são produzidos mensalmente em parceria com a Associação Brasileira de Cristãos na Ciência¹¹⁹.

Descrição: “A Bibotalk Produções em parceria com a ABC2 Associação Brasileira de Cristãos na Ciência apresenta o BTCast ABC2, uma série de podcasts que relacionam fé e ciência. Neste episódio Rodrigo Bibó e Victor Fontana recebem o cientista Altay de Souza para falar sobre pandemias, coronavírus e ciência. Nota: infelizmente alguns números falados no episódio já estão diferentes, e isso é normal, visto que a pandemia ainda está em curso.”¹²⁰

O BTCast ABC2 018 tem 1h, 22 minutos e 33 segundos de duração e foi publicado no Spotify, no site e em outras¹²¹ plataformas de streaming, no dia 28 de junho de 2020.

Apesar dos episódios extras ABC2, geralmente apresentarem um viés religioso sobre a temática científica¹²², o episódio “ABC2 018 – A ciência do coronavírus” explora de maneira técnica e

¹¹⁸ Disponível em <https://www.instagram.com/p/CByngjoBFsw/> acesso em 18 de Outubro de 2020.

¹¹⁹ como já foi introduzido em “2.3 O BIBOTALK”, a ABC2 é uma organização que tem o objetivo de fazer uma ponte entre o debate “fé e ciência”. Mais informações em <https://www.cristaosnaciencia.org.br/> acesso em 18 de Outubro de 2020.

¹²⁰ Disponível em <https://bibotalk.com/podcast/a-ciencia-do-coronavirus/> acesso em 18 de Outubro de 2020.

¹²¹ “Deezer, Apple e apps de podcast.” Mais informações em <https://www.instagram.com/p/CByngjoBFsw/> acesso em 18 de Outubro 2020.

¹²² Por exemplo o “BTCast ABC2 019 – O Caso Galileu”, onde os participantes discorrem sobre o suposto embate que ocorreu entre a Igreja Católica e as ideias do estudioso Galileu Galilei. Disponível em <https://open.spotify.com/episode/5SbsJnIkaFHYgQwwl6y7fC?si=fXBYBOVxTeiKrbAY8AVvow> acesso em 18 de Outubro de 2020.

informativa sobre as características do novo coronavírus¹²³, infectologia, dados matemáticos sobre a transmissão do vírus e uma reflexão ética sobre o isolamento social.

Na descrição do podcast, quando há uma nota se referindo aos dados que já possivelmente estariam desatualizados, (devido a pandemia estar em curso), pode se apontar a informação sendo tratada como “produtividade” (ARAÚJO, 2014), conceito desenvolvido na Ciência da Informação, justamente quando os cientistas no contexto dos avanços tecnológicos na virada do século, passaram a apreciar ainda mais a agilidade de obtenção das informações para suas pesquisas, “com suas características, vantagens e desvantagens em termos de rapidez, acessibilidade, perenidade, custo, etc.” (MEADOWS, 1999 apud ARAÚJO, 2014, p. 59) Desse modo, além de se posicionar nos assuntos da esfera pública, pode-se apontar um interesse de demonstrar uma produtividade do podcast, evidenciar que a produção do programa se preocupa, se atualiza e informa sobre questões pertinentes.

Em linhas gerais, o assunto não foi diretamente sobre teologia, religião e afins, mas por ser uma temática próxima da realidade e do cotidiano de quem quer que escute, visto que se trata de uma pandemia, o BTCast encontra no ciberespaço uma liberdade de comunicar e interagir sobre assuntos recorrentes, como uma “transmídiação” (JENKINS, 2015), o BTCast pode ser um produto cultural que se comporta para além dos limites pré-ordenados pelo objetivo em si do podcast, dando novos contornos à relação com a sua audiência.

Apointa-se a manifestação do produto religioso, no caso o BTCast, se adequando à realidade e abordando o que está em evidência no debate público, se assemelhando aos critérios dos episódios anteriormente analisados, mas de maneira mais objetiva e técnica.

O critério da posição de autoridade dos participantes do episódio no “fator noticiabilidade” (TRAQUINA, 2002 apud PULGA, 2019, p. 13) que pode caracterizar o podcast como similar à um programa jornalístico, é localizado aqui, quando a mesa é composta mais uma vez por Victor Fontana, jornalista e Altay de Souza¹²⁴, cientista Ph.D.

A partir deste episódio destaca-se a mediatização religiosa como processo interacional (BRAGA, 2006) em sua pluralidade de formas e manifestações, ocorre de maneira complexa entre processos sociais e dispositivos midiáticos (MARTINO, 2015). Mesmo que não cite

¹²³ No final do ano de 2019 e primeiro semestre de 2020, o mundo experimentou um surto de Covid-19, doença causada pelo novo corona-vírus. Por ser transmitida em escala global foi detectada como uma Pandemia. Disponível em <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/04/03/da-descoberta-de-uma-nova-doenca-ate-a-pandemia-a-evolucao-da-covid-19-registrada-nos-tuites-da-oms.ghtml> Op'f acesso em 26 de Junho de 2020.

¹²⁴ Psicólogo e formado em Estatística pela USP. Pesquisador na UNIFESP, departamento de psicobiologia. Pesquisador de medicina do sono na USP. Professor de Pós-Graduação de Metodologia, Epistemologia e Estatística. Disponível em <https://bibotalk.com/podcast/a-ciencia-do-coronavirus/> a partir de 6'45", acesso em 18 de Outubro de 2020.

diretamente um aspecto religioso na temática, nem por isso deixa de ser um meio de mediatização religiosa. Só a presença do podcast no debate acerca do covid-19, demonstra um interesse de fazer-se parte do debate, isto é, mesmo quando não cabe termos, citações religiosas e o programa precisa apresentar um caráter informacional mais evidenciado, o simples fato de produzir o programa possibilita a presença nas discussões.

3.6 Análise 4 – BTCast 363 – Ansiedade



Figura 7. Por Guilherme Match. Capa do episódio em todas as plataformas disponíveis.¹²⁵

Descrição: “Muito bem, muito bem, muito bem, começa mais um BTCast, o seu podcast de teologia! Rodrigo Bibó e Cacau Marques conversam com Bruno Porreca, Silvana Moreira e Larissa Lima sobre ansiedade.

O que é ansiedade? Como diferenciar ansiedade do medo? O que desencadeia a ansiedade? Ser ansioso é sinal de falta de fé? Como lidar com a ansiedade? Isso e muito agora no BTCast.”¹²⁶

O BTCast 363 foi publicado no dia 15 de setembro de 2020 e possui 1h, 6 minutos e 50 segundos de duração. Rodrigo Bibó e Cacau Marques, são componentes fixos do programa de podcast. Os convidados Bruno Porreca e Larissa Lima, são psicólogos e Silvana Moreira, também convidada, é médica. A escolha dos convidados condiz com a necessidade e tentativa de legitimação do discurso, também presente nos outros episódios analisados.

A temática sobre ansiedade, é intencionalmente escolhida, em detrimento do setembro amarelo¹²⁷, contextualizando assim o conteúdo do podcast com o debate público do período.

Rodrigo Bibó: - “E sim, já que estamos aí no *setembro amarelo*, vamos aproveitar para falar desse tema, que é tão pertinente ao ser humano.”¹²⁸

¹²⁵ Disponível em <https://www.instagram.com/p/CFKqLLQBcCp/> acesso em 18 de Outubro de 2020.

¹²⁶ Disponível em <https://bibotalk.com/podcast/ansiedade-btcast-353/> acesso em 18 de Outubro de 2020.

¹²⁷ Campanha criada em 2015 pelo Centro de Valorização da Vida (CVV), Conselho Federal de Medicina (CFM) e a Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP), sendo o dia 10 do mês de setembro considerado o Dia Mundial de Prevenção ao Suicídio. Disponível em <https://brasilecola.uol.com.br/saude/setembro-amarelo.htm> acesso em 20 de outubro de 2020

¹²⁸ Transcrito a partir de 1’11” – 1’20” disponível em <https://bibotalk.com/podcast/ansiedade-btcast-353/> acesso em 18 de Outubro de 2020.

Inicialmente Rodrigo Bibo, pergunta aos convidados por uma definição “técnica” de ansiedade. Os participantes respondem, a partir da sua área de formação. O que demonstra o tratamento da informação como processo, informando a partir de definições previamente estabelecidas pela Psicologia e Medicina. Entretanto, mais uma vez recorre-se a diálogos e falas com referências a exemplos virtuais¹²⁹, utilizam também histórias passíveis de ocorrer no cotidiano, que tenta aproximar o diálogo do público de maneira acessível, com “a presença de signos que ajudam na empatia e proximidade para com o ouvinte.” (OLIVEIRA, PIMENTA, NALDI e OLIVEIRA, 2020, p. 20)

Bruno: - “Uma coisa é você ter medo de encontrar um cachorro na rua, (...) outra coisa é você parar de sair na rua, você parar de ir em qualquer parque, porque tem medo de encontrar um cachorro. (...) Isso travou a sua vida! Normalmente quando entra nesse nível, é quando as pessoas já estão entrando nos transtornos de ansiedade. A vida da pessoa começa a ficar limitada, nos ambientes onde ela frequenta, no trabalho que ela faz, nos relacionamentos dela, porque a ansiedade trava o que ela consegue fazer.”¹³⁰

Durante a conversa, o assunto toca outras conjunturas, que já foram discutidas também nos podcasts anteriormente analisados, como a pandemia (covid-19) e a era da convergência digital. (JENKINS, 2015); (SERGL & CUNHA, 2020).

Bibo: “Eu não tenho dúvida, gente, que com o advento da tecnologia a gente ficou mais ansioso.”¹³¹

Após essa frase de Bibo, há uma pausa com fundo musical, de 5 segundos. Esse é um recurso técnico que ajuda a transpor a passagem do roteiro para um outro tópico da pauta. (SILVA, 1999 apud OLIVEIRA, PIMENTA, NALDI e OLIVEIRA, 2020)

Bibo faz a transição então, se dirigindo a Cacau Marques, que além de produtor/apresentador de podcast¹³² é pastor de uma igreja local, com algumas questões, “O que você tem percebido dos crentes, (...) o que você tem percebido nas tuas ovelhas?” “Ansiedade é falta de fé?”, e a conversa entra no âmbito da espiritualidade/religiosidade. Voltam novamente para o contexto da internet e convergência, dessa vez definindo o uso da internet como um escapismo para as pessoas e que os relacionamentos reais, estar junto fisicamente com pessoas queridas seria o

¹²⁹ Sm. *Virtual*. 1. existente apenas em potência ou como faculdade, sem efeito real. 2. que poderá vir a ser, existir, acontecer ou praticar-se; possível, factível. De *Oxford Languages*, disponível em <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/> acesso em 21 de outubro de 2020.

¹³⁰ Transcrito a partir de 14’09” – 14’46” disponível em <https://bibotalk.com/podcast/ansiedade-btcast-353/> acesso em 18 de Outubro de 2020.

¹³¹ Transcrito a partir de 24’49” – 24’54” disponível em <https://bibotalk.com/podcast/ansiedade-btcast-353/> acesso em 18 de Outubro de 2020.

¹³² Disponível em <https://bibotalk.com/categoria/podcast/ovelhas-eletricas/> acesso em 20 de Outubro de 2020.

ideal. Depois discorrem um pouco sobre a importância de hábitos saudáveis para melhorar a ansiedade e os perigos de não ter esses padrões.

A quebra de expectativa quanto à transição de tópicos demonstra o podcast como um gênero radiofônico peculiar, “o podcast, diferentemente do rádio tradicional, não apresenta um fluxo contínuo de informação como “hora certa”, propagandas e interação direta com o ouvinte.” (OLIVEIRA, PIMENTA, NALDI e OLIVEIRA, 2020, p. 20)

E mais uma vez Rodrigo Bibó, como apresentador convida os participantes a voltarem para a questão da espiritualidade: - “Trazendo agora um pouco pra questão da espiritualidade, (...) gente, ansiedade é pecado?”¹³³ A partir daí, os participantes da conversa passam a desenvolver argumentações bíblicas-teológicas sobre a ansiedade na perspectiva da espiritualidade cristã. Além de mediar um tema evidente no debate público através da perspectiva religiosa, o BTCast se coloca na pódosfera como um produto do novo “fazer/ser religioso” (SBARDELOTTO, 2018) no ciberespaço, o ato de enunciar a crença através de um gênero discursivo, modelo midiático (o podcasting) “isto é, uma ação propriamente comunicacional.” (SBARDELOTTO, 2018, p. 72)

¹³³ Transcrito a partir de 38’05” – 38’11”, disponível em <https://bibotalk.com/podcast/ansiedade-btcast-353/> acesso em 21 de outubro de 2020.

3.7 Análise 5 – BTCast 322 – Doutrina e Devoção



Figura 8. Reprodução Instagram em https://www.instagram.com/p/B7_I5raBAGI/

Descrição: “Muito bem, muito bem, muito bem, o seu podcast de teologia está no ar! Rodrigo Bibo, Cacau Marques, Angelo Bazzo¹³⁴ e Igor Miguel¹³⁵ conversam sobre o papel da comunhão cristã na formação de uma espiritualidade saudável. Este podcast foi gravado ao vivo no BTDay Monte Mor, se você quiser se aprofundar mais nesse tema, disponibilizamos um ebook com as palestras proferidas no encontro e a descrição deste podcast.”¹³⁶

O “BTCast 322 - Doutrina e Devoção” foi disponibilizado em 28 de janeiro de 2020 no *site* e nas principais plataformas de *streaming* e podcasts e conta com 38 minutos e 14 segundos de duração. Como está na descrição do episódio, ele foi gravado ao vivo, durante um evento do Bibotalk, chamado BTDay. Esse evento ocorre anualmente, é um evento criado para possibilitar uma vivência entre a equipe do Bibotalk e os ouvintes que se disponibilizarem a ir para a cidade do encontro, que varia a cada edição. Esse especificamente foi em Monte Mor, São Paulo.

Nesse episódio pode-se observar a dinâmica convergente que a cibercultura proporciona, o podcasting de fato “para além da emissão sonora” (PRIMO, 2005) na sequência: O podcast que foi produzido ao vivo; a presença física dos (alguns) próprios ouvintes; um e-book produzido a partir do que foi conversado no evento e disponibilizado gratuitamente no

¹³⁴ Pastor sênior da Igreja Cristã Convergência em Monte Mor, SP.

¹³⁵ Teólogo, pedagogo, mestre em Letras (língua hebraica) pela FFLCH/USP e pastor na Igreja Esperança, em Belo Horizonte (MG).

¹³⁶ Disponível em <https://bibotalk.com/podcast/doutrina/> acesso em 21 de outubro de 2020.

site do Bibotalk. É possível identificar o terceiro princípio que rege a cibercultura de acordo com André Lemos (2005): “a reconfiguração de formatos midiáticos e práticas sociais.”

Essa é uma experiência à parte das práticas institucionalizadas de igrejas locais, em termos práticos evidenciando o programa de podcast e o BiboTalk produções, como uma extensão da experiência religiosa (LAURINDO e FREITAS, 2018).

Durante o episódio, pode-se apontar uma “participação” (NEUBERGER, 2012) dos ouvintes, com aplausos, gritos e risadas, que contribui para a construção sonora do podcast e para a experiência sinestésica (OLIVEIRA, PIMENTA, NALDI e OLIVEIRA, 2020) dos ouvintes que ouviram/ouvirão através das plataformas de *streaming*.

O tema do podcast e do evento, “Doutrina e Devoção” tem o objetivo principal de discorrer sobre a dualidade acerca de buscar-se um conhecimento teológico mais elevado e negligenciar a “devoção”, a “afeição” por Deus.¹³⁷ No podcast, especificamente os participantes conversam mais acerca da comunhão, que segundo a religião cristã significa se relacionar profundamente com outros crentes¹³⁸ e em boa parte estar fisicamente juntos realizando as vivências religiosas pertinentes à crença professada. A temática é em suma voltada para o seu público-alvo, os cristãos evangélicos que possuem acesso à internet e os que puderam comparecer ao evento ao vivo. Esse é objetivo mais específico do próprio podcast em geral.

Os participantes da mesa de conversa, trazem a pauta da comunhão para o contexto da convergência, dando exemplos da vida cotidiana dos que tem acesso aos aparatos midiáticos e citando o movimento dos desigrejados¹³⁹, criticando o isolamento proporcionado pela internet. Essa construção do argumento relembra o conceito de “encasulamento” (POPCORN, 1993) explanado no capítulo 1. Entretanto os participantes, mediando o assunto através da perspectiva bíblica, atribuem o impulso inicial de evitar a interação social, à uma “inimizade contra Deus”, o “pecado”:

Igor Miguel: - “Depois do evento da queda, lembrando que a queda foi uma quebra de relação vertical, uma relação com Deus, com o Criador. O desdobramento imediato seria uma quebra das relações horizontais¹⁴⁰, então a gente não tem só uma alienação de Deus, com diz o Keller¹⁴¹, também é uma alienação social, relacional, decorrente desse primeiro pecado.”¹⁴²

¹³⁷ Disponível em <https://bibotalk.com/podcast/doutrina/> acesso em 21 de outubro de 2020.

¹³⁸ Termo que se refere às pessoas adeptas da religião evangélica/cristã.

¹³⁹ Determinados grupos que aderiram à um estilo de vida religiosa e em comunidade apenas no ciberespaço, uma “igreja sem muros” (TUDOR e HERTELIU, 2017, p.5), desligada de obrigações, com a maioria das programações no ambiente virtual.

¹⁴⁰ Relações com outros seres humanos.

¹⁴¹ Referência ao pastor e escritor cristão estadunidense Timothy Keller.

¹⁴² Transcrito a partir de 26’30” – 26’48” disponível em <https://bibotalk.com/podcast/doutrina/> acesso em 21 de outubro de 2020.

Percebe-se também a presença de elementos e signos característicos do ciberespaço, como a referência a memes durante a conversa, essa presença pode ser inferida como uma mediação consequente ou planejada, para ratificar o programa como produto inserido e comum à podosfera, à cultura da internet (CASTELLS, 2004 apud FERNADES, 2013) em que ele está inserido.

Bibo: “...O Igor Miguel que tá “teve” várias vezes lá no Israel né, “ricaaa”.”

Igor Miguel: “Eu sou ricaaaa!”¹⁴³ (risos)

Houve também referências a outras produções culturais não religiosas, como o livro “*A sociedade do cansaço*” de Byung-Chul Han e a citação da frase “*O inferno são os outros*”, de Jean-Paul Sartre¹⁴⁴.

Este podcast foi escolhido para ser analisado, não especificamente pela escolha do tema (como inserção no debate público), mas pela estrutura técnica e de realização, que é interessante para observar como o programa, de fato, amplia, estende essa forma do estar religioso para a produção midiática do podcast, quase como uma celebração religiosa, é a extensão do culto (LAURINDO e FREITAS, 2018), do estar no momento alto da celebração, é o “ir, sem sair do lugar”, além disso, eles falam de isolamento e não percebem que toda a estrutura do podcast proporciona que a pessoa “esteja presente” nessa “celebração”, ainda praticando o isolamento. o ponto importante, é que, neste episódio¹⁴⁵, o podcast age como uma extensão da atividade religiosa.

¹⁴³ Frase de uma cena de Carolina Ferraz na novela “Beleza Pura” (2008) que virou meme. Disponível em https://www.huffpostbrasil.com/entry/eu-sou-rica-carolina-ferraz_br_5daf508de4b0f34e3a7dc175 acesso em 22 de Outubro de 2020

¹⁴⁴ Mais informações em <https://biblioteca.pucrs.br/curiosidades-literarias/voce-sabe-de-onde-e-a-expressao-o-inferno-sao-os-outros/> acesso em 22 de outubro de 2020.

¹⁴⁵ Em todos os outros, isso é presente mesmo que indiretamente, porém no “BTCast 322 – Doutrina e Devoção”, esse aspecto está mais evidente.

3.8 Análise 6 – BTCast 330 – Paz seja convosco



Figura 9 Arte por Guilherme Match. Reprodução: Instagram.

Descrição: “Muito bem, muito bem, muito bem, começa mais um BTCast, o seu podcast de teologia! Rodrigo Bibó conversa com os pastores Alexandre Milhoranza¹⁴⁶, Igor Miguel¹⁴⁷ e Jonas Madureira¹⁴⁸ sobre lamento e esperança na perspectiva cristã.”¹⁴⁹

O “BTCast 330 – Paz seja convosco” foi disponibilizado em 24 de março de 2020 no *site* e nas principais plataformas de *streaming* e podcasts e conta com 38 minutos e 14 segundos de duração.

O tema é especificamente de tom religioso, “paz seja convosco” é uma referência à uma passagem bíblica dita por Jesus Cristo. Os participantes são todos pastores e discorrem sobre esperança e lamento, sob a perspectiva cristã (como está na descrição do episódio) e contextualizam também com a pandemia de covid-19, que na época em que o episódio foi lançado, estava no início das medidas de isolamento social no Brasil.

A partir da análise deste episódio, é possível observar a religião/espiritualidade como mediadora do debate foi priorizada, a presença também de pastores para esse fim, formados ou estudantes de teologia, demonstra mais uma vez, a tentativa de legitimidade da argumentação

¹⁴⁶ Pastor e também integrante da equipe do Bibotalk.

¹⁴⁷ Já citado na nota de rodapé da análise 5 do “BTCast 322 – Doutrina e Devoção”.

¹⁴⁸ Pastor. Professor de filosofia e teologia sistemática na Faculdade Teológica Batista de São Paulo, no Servo de Cristo e no Seminário Martin Bucer.

¹⁴⁹ Disponível em <https://bibotalk.com/podcast/paz-seja-convosco-btcast-330/> acesso em 23 de outubro de 2020.

através da posição de especialidade dos participantes. Mesmo que o tema seja voltado para a vivência da religião cristã ligada à “esperança e lamento”, não apresentando diretamente um caráter teológico, que no geral, é o objetivo do programa, há uma introdução da perspectiva da teologia nas argumentações através das falas dos pastores, que são também estudantes e formados em teologia.

Jonas Madureira: “(...) Ele diz né, criaste-nos para ti e esse coração permanece inquieto enquanto não repousa em vós. Esse coração inquieto, é o coração angustiado até a morte, até o dia da morte. Ou seja, Agostinho, ele é completamente pessimista, e eu compartilho desse pessimismo de Agostinho com relação a tudo que existe nessa pátria terrena.”¹⁵⁰

Eles também discorrem sobre o conceito de *shalom*, que é a palavra hebraica para “paz” na passagem referida ao tema do episódio. Percebe-se então, que os participantes utilizam uma didática teológica durante o episódio, mesmo sendo ele de caráter mais pastoral, devocional¹⁵¹.

Do caráter técnico e a relação com a publicidade e midiaticização, no minuto 47’17” é introduzido um fundo musical, dando uma pausa no roteiro, e Bibó introduz “o momento Thomas Nelson¹⁵²”, com a participação de um editor da marca, para divulgar um lançamento de coleção de livros do C.S Lewis¹⁵³. Jonas Madureira cita uma produção cultural, prática recorrente nos outros episódios analisados, um filme de Terrence Malik, “Uma vida oculta” (2019), fazendo uma alegoria do filme com a experiência da “vida cristã”. Pode-se apontar essa prática, como foi analisado nos episódios anteriores¹⁵⁴, como uma maneira de contextualizar a narrativa religiosa com as produções culturais midiáticas em evidência (JENKINS, 2015), aproximando assim o diálogo do contexto dos interagentes do ciberespaço.

Diferente do “BTCast ABC2 018 – A ciência do coronavírus”, onde a doença foi abordada de uma perspectiva científica, utilizando dados e pesquisas sob a fala de um pesquisador e cientista, aqui neste episódio, a pandemia é exposta como uma dificuldade para a prática da espiritualidade dos cristãos, que estavam impedidos pela quarentena e isolamento social de frequentarem os cultos públicos. Ao final, uma breve reflexão por parte dos pastores, sobre a relevância da internet e da tecnologia, como uma alternativa para a vivência cristã diante da

¹⁵⁰ Transcrito a partir de 6’00” a 6’23” de “BTCast 330 – Paz seja convosco”, disponível em <https://bibotalk.com/podcast/paz-seja-convosco-btcast-330/> acesso em 23 de outubro de 2020

¹⁵¹ Diz-se de conteúdos referente a espiritualidade mais focados na experiência e afeições, o caráter de ensino teológico fica em segundo plano.

¹⁵² Editora. OS selos Thomas Nelson Brasil são: espiritualidade e família e Vida Melhor, desenvolvimento pessoal e comportamento. Disponível em: <http://www.thomasnelson.com.br/quem-somos/> acesso em 23 de outubro de 2020.

¹⁵³ Clive Staples Lewis. foi um professor universitário, escritor, romancista, poeta, crítico literário, ensaísta e teólogo irlandês. Disponível em <https://www.narniano.com/category/c-s-lewis/> acesso em 23 de outubro de 2020.

¹⁵⁴ Episódios anteriormente analisados no percurso deste trabalho.

quarentena instituída, os pastores discorrem sobre a diferença dos usos da tecnologia e a experiência presencial, mas apoiam a ideia do uso da tecnologia como uma extensão alternativa (LAURINDO e FREITAS, 2018) para manutenção da comunhão dos fiéis.

Os episódios aqui selecionados e estudados, ajudam a pensar que o BTCast, podcast do BiboTalk Produções, utiliza da mídia sonora, para principalmente objetivos “evangelísticos”, no sentido de disseminação de conteúdo teológico. O BTCast pode ser apontado como um fenômeno da mediatização religiosa, onde na maioria das temáticas abordadas, evidencia a religião como o ponto de partida das discussões ou a colocando como a discussão central de seus programas, a saber algumas associações visíveis: “Racismo é pecado”; “Fake News é mentira, o diabo é o pai da mentira”; Ansiedade x falta de fé, “ansiedade é pecado?”; “Isolamento social e a esperança em Deus”, “o culto público não pode ser substituído pelas interações online que as tecnologias proporcionam como uma alternativa.” E que através da mediatização e uso de outros recursos (presença e fala de especialistas, dados) se coloca no ciberespaço como um programa de podcast, sendo estruturado tecnicamente como um produto midiático, sem que uma (a mediatização) seja reduzida a outra (mediatização). Por isso nas análises feitas dos episódios, pôde-se observar a atividade publicitária na programação, vinhetas, sons identificando características comuns de um programa de podcast (OLIVEIRA, PIMENTA, NALDI e OLIVEIRA, 2020) e o tratamento da informação no contexto da cibercultura, tanto como processo, como conhecimento (BUCKLAND, 1991 apud ROZA, 2017), que surgem como suportes para que o podcast não deixe de apresentar as marcas desse produto midiático e, ainda assim, conduza o debate a partir da perspectiva religiosa.

4. CONCLUSÃO

Assim como foi dito reiteradas vezes no decorrer deste trabalho, as inovações tecnológicas no ambiente comunicacional, como o surgimento da internet, mudaram a maneira como as pessoas passaram a consumir informação, cultura, serviços, produtos, entretenimento e conhecimento. Possibilitou também novas vias de produção, com a descentralização do antigo modelo comunicacional (WOLF, 1987), “a liberação do pólo de emissão” (LEMOS, 2005), contexto em que o *podcasting* surgiu. Com esse novo modelo, se tornou acessível o surgimento de debates na esfera pública que não vinham apenas das mídias tradicionais.

Buscou-se entender então como a mediatização da religião, se comporta diante dessa nova reconfiguração cultural, como essas duas instâncias ao se encontrarem, operam: O debate público no ciberespaço desvinculado de uma hegemonia (LÉVY, 1998) e a mediatização religiosa. Os produtos do segmento religioso no contexto das novas mídias, que deveria ter um caráter de produção mais livre e descentralizada, estão partindo pra uma nova ideia de fazer/ser religioso (SBARDELOTTO, 2018) ou eles acabam operando e participando da lógica da mediatização do campo religioso?

A hipótese inicial, é que através do podcast do Bibotalk (ou BTCast), essas duas instâncias, a mediatização religiosa e a produção de produtos culturais na era digital, no caso o *podcasting*, esse produto acaba operando também na lógica da mediatização religiosa, fazendo da religião não apenas a leitura dos debates inerentes ao cotidiano popular, mas sim o ponto central para que essas leituras sejam feitas.

O estudo de caso, ao analisar 6 episódios do programa BTCast, pôde contemplar esta hipótese. A maior parte dos produtos analisados, apresentou associações de expressões religiosas sob a leitura dos temas. Como na “Análise 1 – BTCast 348 – Eu não consigo respirar”, onde os participantes do programa, discorreram sobre o fato ocorrido, (o assassinato de um homem negro por um policial) com informações sobre o acontecido e referências históricas sobre racismo, mas ao longo do episódio partindo da reflexão/leitura religiosa sobre racismo: “Racismo é pecado”¹⁵⁵; em “Análise 2 – BTCast 353 - Fake News”, mesmo com a presença de um jornalista profissional, utilizando dados de pesquisas, durante o episódio pode-se observar também o viés religioso por trás da abordagem da pauta: “O diabo é o pai da Fake News”¹⁵⁶ e algumas outras declarações e menções de passagens bíblicas;

¹⁵⁵ Disponível em 1’05’’ - 1’50’’ de <https://bibotalk.com/podcast/eu-nao-consigo-respirar/>, acesso em 14 de Outubro de 2020

¹⁵⁶ Disponível a partir de 0’26’’ – 1’04 em <https://bibotalk.com/podcast/eu-nao-consigo-respirar/>, acesso em 14 de Outubro de 2020.

Na “Análise 3 – BTCast ABC2 018 – A ciência do coronavírus”, apesar de não haver diretamente um discurso inclinado, concluiu-se que a inserção do BTCast no debate público acerca do novo coronavírus, por ser um tema recente e a principal temática de 2020, destaca-se a mediatização religiosa como processo interacional (BRAGA, 2006) em sua pluralidade de formas e manifestações. A produção do podcast acerca desse tema, garante sua presença nas discussões, que por conseguinte abre possibilidades maiores de mediatização.

Na “Análise 4 – BTCast 363 – Ansiedade”, logo na descrição do episódio, observa-se como uma das principais abordagens sobre o tema, a perspectiva da crença religiosa: “Ser ansioso é falta de fé?”¹⁵⁷. Há a presença de uma médica e dois psicólogos para tratarem do assunto da perspectiva acadêmica e biológica, no entanto ao longo do episódio, todos os participantes entram na pauta “espiritualidade”.

Na “Análise 5 – BTCast 322 – Doutrina e Devoção”, pôde-se observar o aspecto mais teológico e religioso do podcast, quando ele trata de um tema diretamente ligado a experiência religiosa somente dos adeptos, sem diretamente tentar mediar um assunto da esfera pública. Contudo, ao longo do episódio, há referências a produções culturais, como livros, uma citação do filósofo Jean-Paul Sartre, memes, que caracterizam o episódio como um produto midiático do ciberespaço, assim como qualquer outro programa de podcast. Observou-se também a estrutura de produção do episódio, uma gravação de um evento físico do Bibotalk, que contou com a presença de alguns ouvintes, proporcionando uma espécie de extensão da atividade religiosa para além dos cultos de igrejas locais (LAURINDO e FREITAS, 2018).

Finalmente na “Análise 6 – BTCast 330 – Paz seja convosco”, o tema e o tom do episódio similarmente à anterior, referiu-se objetivamente à realidade e perspectiva dos cristãos diante da pandemia do novo coronavírus e uma espécie de aconselhamento sobre como reagir e uma reflexão sobre “esperança e lamento” do ponto de vista teológico. Foi possível observar também um contraste deste episódio com o “BTCast ABC2 018 – A ciência do coronavírus”, na abordagem da doença, pode-se questionar que esse contraste é/seria intencional, visto que o BTCast ABC2, por ser um episódio extra em parceria com a Associação Brasileira de Cristãos na Ciência, tem sempre o objetivo de mediar a pauta entre fé e ciência, implementando a mediatização religiosa sem omitir os dados científicos, que também tem o destaque nestes episódios. O fato é que mesmo sendo um episódio que aborda a espiritualidade e a fé na perspectiva pastoral, toca uma pauta da esfera pública na perspectiva religiosa.

¹⁵⁷ Disponível em <https://bibotalk.com/podcast/ansiedade-btcast-353/> acesso em 24 de outubro de 2020.

Com base na análise feita deste estudo de caso, as associações realizadas entre tópicos do debate público e as questões da religião são frequentes nos episódios do BTCast. Essas articulações favorecem para que a religião seja entendida como um ponto de partida dessas discussões e contribuem para que as pessoas que ouvem o programa, possam ler “as coisas do mundo” a partir dos dogmas. Conclui-se que o programa de podcast BTCast contribui para a mediatização religiosa, mesmo sendo um produto que nasce na era digital, que teria uma liberdade muito maior do que os produtos do campo religioso dentro das mídias ditas tradicionais.

Qual é então a expectativa diante dessas observações? Poderia esse produto trilhar por caminhos diferentes, operar por uma outra lógica? Pode-se dizer que não há muitas possibilidades de alterações, visto que a mediatização da religião institucionalizada, é um projeto a longo prazo baseado em alicerces dogmáticos, ortodoxos e “canonizados”? São questões pertinentes que podem não ser respondidas agora, mas em um projeto futuro.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO**, Carlos Alberto Ávila. Fundamentos da Ciência da Informação: correntes teóricas e o conceito de informação. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, João Pessoa, v. 4, n. 1, p. 57-79, jan./jun. 2014
- BAUMAN**, Zygmunt. *Vida para o consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BOURDIEU**, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand, Brasil, 1989.
- BRAGA**, José Luiz. *Mediatização como Processo Interacional de Referência*. *Animus: Revista Interamericana de Comunicação Midiática*. Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, v. 5, n.2, julho-dez, 2006.
- BRATOSIN**, Stefan. *La médialisation du religieux dans la théorie du post néo-protestantisme*. *Social Compass*, Université Paul Valéry de Montpellier, France, Vol. 63, n.3, 2016.
- BUDKE**, Sidnei, *The movement of Protestant Reformation and the Processes of Religious Mediatization*. *REFLEXUS* - Ano X, n. 16, 2016/2 p. 268.
- BURKE**, Peter. *Hibridismo Cultural*. Editora Unisinos. Tradução: Leila Souza Mendes. São Leopoldo-RS, 2003.
- BURNS**, Edward Macnall, *História da civilização ocidental*, vol. I, p. 479. Porto Alegre: GLOBO; Edição: 44ª (1982)
- CALDEIRÃO**, José Eduardo. *Entre a música e a política: discursos e práticas da bancada evangélica na Câmara dos Deputados*. *REVISTA CONTRAPONTO*, vol. 6, n. 1, p. 127-138, Porto Alegre: UFRGS, 2019.
- CARRION**, P.; **QUARESMA**, M. *Internet da Coisas (IoT): Definições e aplicabilidade aos usuários finais*. *HFD*, v.8, n.15, p. 49-66, mar 2019.
- CASTELLS**, M. *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*, vol. III, São Paulo, Paz e Terra, 1999.
- CASTELLS**, M. *A Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.
- CASTELLS**.M. *La galaxia internet. Reflexiones sobre internet, empresa y sociedad*. Barcelona, Plaza&Janés, 2001.
- CAVALCANTI**, Elmano Pontes, *Revolução da Informação: Algumas reflexões*. *CADERNO DE PESQUISAS EM ADMINISTRAÇÃO*, São Paulo, v.1, nº 1, agosto, 1995.
- CUNHA**, Mágda. *O tempo do radiojornalismo: a reflexão em um contexto digital*. *Estudos em Jornalismo e Mídia*. Florianópolis: UFSC. Vol. 1 n. 1, janeiro-junho, 2004.

EISENSTEIN, Elizabeth. The Printing Press as an Agent of Change. Cambridge: Cambridge University Press, 1979, p. 50-72

ESPÍNDOLA, Sara Helen. Martinho Lutero 500 Anos: Estudo de uma Indignação Ética em Comunicação. Trabalho de Conclusão de curso, Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça, 2015.

FERNANDES, José Pedro T. Da utopia da sociedade em rede à realidade da sociedade de risco. Portugal, Lisboa: Análise Social, 207, XLVIII, segundo semestre, 2013.

FLICKINGER, Hans George. Reforma e Secularização: Uma interface histórica. Veritas, Porto Alegre, v. 63, n. 1, jan-mar. 2018

FOTOGRAFIA, Uma viagem sem volta. Documento por dentro da Biblioteca, Revista de História da Biblioteca Nacional, ano 5, nº 52, p. 88, janeiro 2010.

FREIRE, Eugênio Paccelli A. Distinções Educativas entre Rádio e Podcast. Prisma.com, Revista de Ciências e Tecnologias de Informação e Comunicação. FLUP, Portugal, 2012.

FREITAS, Wesley R. S; **JABBOUR**, Charbel J. C. Utilizando Estudo de Caso(s) como Estratégia de Pesquisa Qualitativa: Boas Práticas e Sugestões. Estudo & Debate, Lajeado, V. 18, N. 2, P. 07-22, 2011

GUERRIERO, S. Antropologia da religião. In: **PASSOS**, João Décio; **USARSKI**, Frank. (Org.). Compêndio de ciência da religião. 1ed. v. 1, São Paulo: Paulinas; Paulus, 2013.

HERSCHMANN, Micael; **KISCHINHEVSKY**, Marcelo. A "geração podcasting" e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, n. 37, dezembro, 2008.

JACKS, Nilda. Da agulha ao chip, brevíssima revisão dos estudos de recepção. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n. 34, set./dez. 2015.

JACKS, Nilda. Tendências latino-americanas nos estudos de recepção, Revista FAMECOS, Porto Alegre, n. 5, novembro de 1996, p.48.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. Editora Aleph. São Paulo, 2015.

KIM, Joon Ho. Cibernetica, ciborgues e ciberespaço: notas sobre as origens da cibernetica e sua reinvenção cultural. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 10, n. 21, p. 199-219, jan./jun. 2004

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Compartilhar, etiquetar: interações no rádio social. PPGCOM-ESPM, Comunicação Mídia e Consumo, São Paulo. N. 30. Vol. 11 janeiro-abril, 2014.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Cultura da portabilidade – Novos usos do rádio e sociabilidades em mídia sonora. Observatorio Journal (OBS), Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, n. 8, 2009.

LEMOS, André. Apropriação, desvio e despesa na cibercultura. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 15, agosto, 2001.

LEMOS, André. Cibercultura-remix. Seminário “Sentidos e Processos”. No prelo, São Paulo, Itaú Cultural, agosto de 2005.

LEMOS, André. Cidade-ciborgue: a cidade na cibercultura. Revista Galáxia, São Paulo, nº 8, outubro, 2004.

LEMOS, André. O Imaginário da Cibercultura. Revista São Paulo em Perspectiva, v.12/n.4, out-dez, 1998.

LÉVY, Pierre, A inteligência coletiva: Por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Edições Loyola, 1998.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. Editora 34. São Paulo, 1999.

LUIZ, Lucio; ASSIS, Pablo de. O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Caxias do Sul, RS - 2 a 6 de setembro, 2010.

MAGNONI, Antonio F.; RODRIGUES, K. De Conti. O rádio e a adaptação à nova era das tecnologias da comunicação e informação: contextos, produção e consumo. 9º Encontro Nacional de História da Mídia, UFOP, Ouro Preto - Minas Gerais, maio/junho de 2013.

MATTOS, Sergio Augusto Soares. A revolução digital e os desafios da comunicação, Cruz das Almas/BA: UFRB, 2013.

MEIRINHOS, Manuel; OSÓRIO, António. O estudo de caso como estratégia de investigação em educação. EDUSER: revista de educação, Vol 2, n. 2, 2010.

MENDES, Conrado Moreira. A PESQUISA ON-LINE: Potencialidades da pesquisa qualitativa no ambiente virtual. Revista Digital: HIPERTEXTUS, Recife-PE, n.2, janeiro, 2009.

MENEZES, Thales. Dossiê Superinteressante, A Filosofia Pop do Século 21, Filósofos Pop 5: Pierre Lévy. São Paulo: abril, 2019.

MONTERO, Paula. Religiões Públicas ou religiões na Esfera Pública? Para uma crítica ao conceito de campo religioso de Pierre Bourdieu. Religião e Sociedade, Rio de Janeiro, 36(1): 128-150, 2016.

MORELLATO, Ana Carolina Batista. Tráfico de drogas, acumulação social da violência nas favelas, neopentecostalismo e a expressão de fé pelos “traficantes evangélicos”. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) - Faculdade de Direito de Vitória, Vitória, 2019.

NETO, Flávio H. S. A Bancada Evangélica e a Influência da Religião no Legislativo Brasileiro. Revista In Totum, v. 4, n. 2, 2017

NETO, J. O. R.; O conceito de Reforma Protestante na Historiografia Brasileira. História Revista, Goiânia, v. 24, n. 1, p. 206-217, jan./abr. 2019

NEUBERGER, Rachel. COMUNIDADE VIRTUAL: a experiência do portal “Comunique-se”. Dissertação de mestrado, Unimar, Marília-SP.

OLIVEIRA, Edson R. Costa. Mercado de música gospel: como nasce uma indústria cultural. Dissertação, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2017.

OLIVEIRA, Iara R. Lice, **PIMENTA**, Samuel Eugênio, **NALDI**, Vitória, **OLIVEIRA**, Sheila F. Pimenta. A seguir, em nossa programação: "baseados em fatos surreais", a linguagem de podcasts em tecnologia streaming. Revista Eletrônica de Letras (Online), v.13, n.13, edição 13, jan-dez 2020.

OLIVEIRA, Paula V. L. de O Impacto do Livro Digital na Economia do Livro Físico. Monografia de Bacharelado, UFRJ-Rio de Janeiro, 2018.

OLIVEIRA, Sara Mendonça P. Disseminação da Informação na Era das *Fake News*. V Encontro Regional de Biblioteconomia, Documentação, Gestão e Ciência da Informação das Regiões Sudeste, Centro-Oeste e Sul, UFMG. Belo Horizonte-MG, Nov-2018.

PAES, Paula de Souza; **STEFAN BRATOSIN**: midiatização da religião. Revista Pauta Geral: Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, vol. 4, n.1, p.148, Jan/Jun, 2017

POLATO, Fábio Sebastião. O uso do Rádio e da TV por Instituições Religiosas: Um fenômeno crescente nos mais variados canais de comunicação. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2015.

POPCORN, Faith. O Relatório POPCORN. Rio de Janeiro: CAMPUS, 1993.

PRATA, N.; **LOPES**, D. Cristina; **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 5/9/2014.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. E-Compós, Brasília, v. 9, p. 1- 21, 2007.

PUBLICAÇÕES FIRJAN, Cadernos Senai de Inovação. INDÚSTRIA 4.0: INTERNET DAS COISAS. Rio de Janeiro: abril, 2016.

PULGA, Diana Corti. Podcasting e Jornalismo: Uma análise do programa Mamilos. UFRGS, Porto Alegre, 2019.

RAGNEDDA, M. & **RUIU** M. L. Exclusão digital: como é estar do lado errado da divisão digital. Rumores – Dossiê, n. 20, vol 10, julho – dezembro, 2016.

REFORMA PROTESTANTE, Momentos da história. São Paulo, Ano 1 nº4 2018.

ROZA, Rodrigo Hipólito. Revolução Informacional e os Avanços Tecnológicos da Informática e das Telecomunicações. *Ciencia da Informação em Revista*, v. 4, n. 3, p. 3-11, Maceió: set./dez. 2017

SALTORATO, P.; **JUNIOR**, Geraldo T. *Revista Produção Online*. Impactos da Indústria 4.0 na Organização do Trabalho: Uma Revisão Sistemática da Literatura. Florianópolis, SC, v. 18, n. 2, p. 743-769, 2018.

SANTAELLA, Lucia. La tecnocultura actual y sus tendencias futuras. *Signo y Pensamiento* 60 · Eje Temático. pp 30 - 43 · volumen XXX. Enero - junio 2012.

SANTAELLA, Lúcia. Novos desafios da Comunicação. *Lumina - Facom/UFJF* - v.4, n.1, p.1-10, jan/jun 2001.

SANTAELLA, Lúcia. Mídia, participação e entretenimento em tempos de convergência. *Revista GEMInIS*, edição especial - JIG 2014

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

SANTOS, Edméa. Pesquisa-formação na Cibercultura. Santo Tirso, Portugal: Whitebooks, 2014.

SANTOS, P. L. V. A. DA C.; **CARVALHO**, A. G. Sociedade da Informação: avanços e retrocessos no acesso e no uso da informação. *Informação & Sociedade: Estudos*, v. 19, n. 1, 26 abr. 2009.

SEPULCRO, Júnior J. M. Evangelicalismo e Cultura Escrita: O Papel dos Fanzines na Construção de uma Identidade Contracultural Cristã em Belo Horizonte entre os anos 1980 e 1990. Dissertação - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019.

SBARDELOTTO, Moisés. Da religião à reconexão: novos modos de ser e fazer religiosos em tempos de midiatização digital. *PAULUS: Revista de Comunicação da FAPCOM*. São Paulo, v. 2, n. 4, jul./dez. 2018

SBARDELOTTO, Moisés. Deus em bits e pixels: Rituais online e a experiência religiosa em tempos de Internet. *CONGRESSO INTERNACIONAL DA FACULDADES EST*, São Leopoldo. Anais do Congresso Internacional da Faculdades EST. São Leopoldo: EST, v. 1, 2012

SERGL, Marcos Júlio; **CUNHA**, Grace. A relação entre o indivíduo pós-moderno, o consumo e a internet das coisas. *Revista Tecnologia e Sociedade*, Curitiba, v. 16, n. 39, jan./mar. 2020

SIMMEL, Georg. *Grundfragen der Soziologie (Individuum und Gesellschaft)*, de Gruyter, Berlim (trad. it. *Forme e giochi di società*, Feltrinelli, Milão, 1983), 1917.

THEODOR, Erwin. O Renascimento na Alemanha. *Revista de História*. São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP. vol. 41 ano 21, outubro-dezembro, 1970.

TORRES, Roberto. O Neopentecostalismo e o Novo Espírito do Capitalismo na Modernidade Periférica. *Perspectivas*, São Paulo, v. 32, p. 85-125, jul./dez. 2007

TUDOR, Mihaela-Alexandra; **HERTELIU**, A. M. Mediatização do religioso: novas formas de igreja. *Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação*. Vol. 5, nº 9, janeiro-junho/2017

VANHOOZER, Kevin J. Autoridade bíblica pós-reforma: resgatando os solas segundo a essência do cristianismo protestante puro e simples / Kevin J. Vanhoozer; tradução de A. G. Mendes. São Paulo: Vida Nova, 2017. 336 p.

VICENTE, MM. História e comunicação na ordem internacional [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 214 p.

VIZIOLI, P. O Renascimento Inglês. *Revista de História*. São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP, nº 82, v. 40, ano 21, abril-junho, 1970.