

As Mediações Culturais na Recepção de uma Rádio *Gospel* por Jovens de Campo Grande-MS¹

Fládima Rodrigues CHRISTOFARI²

Daniela Cristiane OTA³

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

RESUMO

Este estudo tem a finalidade de compreender a relação entre a rádio *gospel* Hora (FM 92,3) e as mediações culturais de jovens com idades entre 15 e 29 anos, de Campo Grande-MS. A emissora *gospel*, de caráter comercial, não possui vínculo com nenhuma denominação religiosa, o que lhe confere autonomia administrativa e a possibilidade de atingir um público mais vasto. Este trabalho analisou e discutiu as formas de consumo desta rádio pelo público selecionado, identificando as principais mediações culturais que permeiam o cotidiano desses receptores por meio do modelo teórico-metodológico de Jesús Martín-Barbero.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio; Religião; Juventude; Cultura *Gospel*; Mediações.

INTRODUÇÃO

A criação e expansão das emissoras de rádio, a partir dos anos 1990, bem como canais de TV, gravadoras e produtoras evangélicas, colaboraram para o fortalecimento de uma cultura *gospel* no Brasil. As personalidades - artistas, cantores, pastores, entre outros - passaram a ser seguidas e imitadas tanto quanto as do chamado mundo secular (CUNHA, 2007).

As Igrejas Eletrônicas (ASSMAN, 1986) criaram uma nova comunidade de pertencimento formadas inicialmente pelo rádio e pela TV e, mais recentemente, pela internet. Os dispositivos midiáticos prolongaram o contato entre o fiel e sua religião

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Religião, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Faculdade de Artes, Letras e Comunicação (FAALC) da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Bacharel em Jornalismo, especialista em Assessoria de Comunicação. Email: fladima.christofari@ufms.br.

³ Doutora em Comunicação pela ECA-USP; Professora Associada do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Artes, Letras e Comunicação (FAALC) na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). E-mail: daniela.ota@ufms.br.

(DELEVATI *et al*, 2010), já que a facilidade de transmissão de mensagens por novas e velhas mídias no mundo globalizado impulsionou o acesso às religiões que fazem uso desses aparatos tecnológicos (NOVAES, 2011).

Diante deste contexto, surge o questionamento sobre a relação entre a recepção e o consumo desses meios de comunicação religiosos pelo público jovem, que, conforme Novaes (2011), estão predispostos a vivenciar suas próprias escolhas com independência. O interesse pela categoria juvenil se deve à forma como eles exploram, fazem novos arranjos e dão nova visibilidade ao conteúdo recebido (NOVAES, 2011).

Para além das desigualdades sociais e diferenças culturais, são os jovens que têm maiores chances de atualizar os novos sentidos e funções da religião na sociedade. A condição juvenil – socialmente compreendida enquanto momento do ciclo de vida de transferência para a fase adulta – favorece a experimentação dos novos sentidos da religião como fonte de imaginação simbólica. (NOVAES, 2011, p. 136)

A juventude brasileira - conforme a Lei nº 12.852/2013, denominada de Estatuto da Juventude - é composta por pessoas entre 15 e 29 anos de idade, subdivididas em: jovem-adolescente (15 a 17 anos), jovem-jovem (18 a 24 anos) e jovem-adulto (25-29 anos). Este é considerado um período de moratória social, ou seja, um momento de preparação e de transição para o futuro: a fase adulta (SOUZA; PAIVA, 2012).

A partir do questionamento inicial sobre quais seriam as mediações culturais presentes no cotidiano de jovens ouvintes de uma rádio *gospel*, esta pesquisa tem o objetivo de compreender como se articulam as relações socioculturais entre a rádio *gospel* Hora FM 92,3 e os seus ouvintes jovens de Campo Grande-MS. Para isso, foi realizada uma análise do consumo da rádio Hora (FM 92,3), localizada em Campo Grande-MS com jovens ouvintes com 15 a 29 anos de idade, condições socioeconômicas diversificadas e que professam diferentes tipos de fé. A mídia escolhida para esta pesquisa foi a rádio Hora, por ela possuir uma programação integralmente *gospel*, sem estar vinculada a uma denominação religiosa específica, podendo assim alcançar pessoas de diferentes perfis.

1. O ESTUDO DAS MEDIAÇÕES CULTURAIS

Segundo de Lopes (2021) o conceito de Mediações, no plural, remete a uma noção móvel que acompanha as transformações da sociedade, especialmente no âmbito da comunicação. Essa perspectiva teórica abrange o espaço do receptor, que é onde se entrelaçam as relações entre a produção e a esfera social onde a mensagem se estabelece

e é interpretada. A proposta de Jesús Martín-Barbero caracteriza-se pela interdisciplinaridade com outras áreas do pensamento e múltiplas abordagens teóricas (JACKS *et al.*, 2019).

O autor cunhou o termo “Mediações” para a lacuna que havia entre o meio e a mensagem que estava sendo veiculada, um espaço constituído por “crenças, costumes, sonhos, medos, tudo o que configura a cultura cotidiana” (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 154). Conforme exemplifica o autor, são “aqueles espaços, aquelas formas de comunicação que estavam entre a pessoa que ouvia o rádio e o que era dito no rádio” ou entre outros meios de comunicação existentes em cada tempo (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 154).

Assim, o principal aspecto a ser investigado neste estudo são as mediações culturais nas quais os jovens entrevistados na pesquisa estão inseridos. Para isso, foi realizada uma análise com jovens ouvintes com 15 a 29 anos de idade, condições socioeconômicas diversificadas e que professam diferentes tipos de fé. A mídia escolhida para esta pesquisa foi a rádio Hora, por ela possuir uma programação integralmente gospel, sem estar vinculada a uma denominação religiosa específica, podendo assim alcançar pessoas de diferentes perfis.

Para discutir o cotidiano dos jovens e o consumo da rádio gospel Hora foi utilizado o Quarto Mapa Metodológico das Mediações, também chamado de Mapa das Mutações Culturais e Comunicativas Contemporâneas (2017).

O eixo 1 “tempos-espacos” aborda as múltiplas temporalidades sociais, as mediações que se articulam com as espacialidades do bairro, do cotidiano familiar, das culturas urbanas e populares, onde há a apropriação do conteúdo por meio do consumo e das práticas sociais (ROCHA; LA ROCHE, 2019).

O eixo 2 “tecnicidades-sensorialidades” mostra que as tecnologias de comunicação utilizadas pelos jovens para informação e entretenimento conectam-se não só às novidades que essas ferramentas ofertam, mas aos novos modos de percepção (*sensorium*) a partir desses meios incorporados às experiências culturais deste público (JOHN *et al.*, 2019) no espaço-tempo em que estão inseridos.

Segundo Martino (2016), a religião está inserida neste contexto de conteúdos midiáticos que competem pela atenção do receptor. Entre os jovens entrevistados as mediações religiosa e familiar favorecem a preferência pelo estilo *gospel* e a assimilação destes conteúdos reforçam a matriz cultural da qual fazem parte.

As mediações Narrativas/relatos se articulam entre as Temporalidades e Tecnicidades, as Identidades/figuras estão entre as Temporalidades e as Sensorialidades; as Redes/fluxos encontram-se entre os eixos das Tecnicidades e Espacialidades; por fim, as Cidades/urbanidades localizam-se entre os eixos Sensorialidades e Espacialidades.

Figura 1: Quarto Mapa Metodológico das Mediações - 2017



Fonte: DE LOPES (2018, p. 58)

2. APRESENTAÇÃO DOS JOVENS PARTICIPANTES

Os estudos das Mediações de Jesús Martín-Barbero tiveram uma forte influência para Guilherme Orozco-Gómez formular um modelo aplicado em diversas pesquisas empíricas: o das Multimediações. Por integrar em sua proposta os conceitos teóricos compostos nos mapas propostos por Martín-Barbero, optou-se por iniciar este estudo com a aplicação do modelo de Orozco para apresentação dos jovens participantes da pesquisa.

A seleção da amostra de participantes foi realizada nos meses de abril e maio de 2021, considerando a faixa etária, renda familiar, dependência financeira familiar e a participação ou não em alguma igreja de denominação cristã. Baseando-se na viabilidade de participação de cada um, optou-se por participantes com a maior diversidade etária e socioeconômica possível e a aceitação desses ouvintes em participar da pesquisa. Um total de 12 jovens aceitaram o convite e responderam ao questionário com 28 perguntas sobre hábitos do dia a dia, consumo de mídia, participação religiosa e consumo da rádio Hora no cotidiano.

Como técnica de coleta de dados optou-se pelo emprego do questionário com perguntas abertas e fechadas. As ferramentas utilizadas para captação das respostas foram o WhatsApp⁴ (áudio e texto) e o Google Meet⁵ (videochamada), devido ao agravamento do número de casos de Covid 19⁶ em Campo Grande (MS), no período entre março e maio de 2021⁷, o que impossibilitou a aplicação de questionários presenciais.

Orozco-Gómez (1990) denomina as mediações de referência ou contextuais como aquelas que condicionam a identidade do receptor. Gênero, condição socioeconômica e procedência geográfica são alguns desses marcadores. Nesta categoria, os jovens ouvintes da rádio Hora foram referenciados por: idade, escolaridade, bairro, religião, número de pessoas na residência, renda familiar e se estavam desenvolvendo alguma atividade estudantil e/ou profissional.

Esses dados foram obtidos a partir das perguntas iniciais de identificação do questionário de pesquisa. Na Tabela 1 optou-se por manter apenas o primeiro nome dos entrevistados para preservar suas identidades e a escolaridade foi indicada por meio das siglas: Ensino Fundamental (EF), Ensino Médio (EM) e Ensino Superior (ES).

A partir das mediações referenciais identificou-se que o perfil dos jovens ouvintes, em sua maioria, nesta amostra, são de evangélicos, moradores de bairro periféricos (com localização de até 14km do centro de Campo Grande) e com renda média familiar entre 3 a 5 salários mínimos (entre R\$ 3.300 e R\$ 5.500).

A maioria provém de famílias com até quatro pessoas no domicílio. Todos, mesmo os de menor faixa etária, estavam desenvolvendo alguma atividade laboral concomitante com os estudos, ainda que tais atividades fossem para auxiliar os familiares em seus ramos de atuação e não empregos formais.

Compreende-se ainda que os jovens entrevistados apresentaram, em sua maioria, como mediação individual e institucional (OROZCO, 1990) a imersão na cultura cristã-protestante desde a infância, motivados pela educação familiar recebida. A relevância que dão às informações recebidas variam muito conforme a idade – que confere maior

⁴ Aplicativo de mensagens instantâneas

⁵ Serviço de comunicação por vídeo desenvolvido pelo Google.

⁶ A Covid-19 é uma infecção respiratória aguda causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, potencialmente grave, de elevada transmissibilidade e de distribuição global (GOVERNO FEDERAL, 2021).

⁷ Período em que houve alta taxa de infecção e a lotação de leitos de UTI em Mato Grosso do Sul. Medidas de restrição de circulação em horários predeterminados e proibição de aglomerações, entre outras, foram tomadas na tentativa de reduzir a contaminação.

ou menor dependência familiar – e de acordo com o tipo de inserção na educação formal, o tempo de exposição à emissora gospel e a participação em outros grupos sociais não-religiosos.

Tabela 1: Mediações Referenciais

| Nome | Idade | Escolaridade | Religião | Nº de pessoas na residência | Renda Familiar | Bairro | Trabalho/ocupações |
|--------------------|-------|--------------------|--|--|----------------------------|------------------|-------------------------------------|
| Brayan | 15 | 9º EF | Evangélico (Igreja Universal do Reino de Deus) | 12 (Ele, a mãe, irmãos e cunhados) | De 1 a 2 salários mínimos | Portal Caiobá | Auxilia a mãe a coletar recicláveis |
| Leilane | 17 | 3º EM | Evangélica (Igreja Batista) | 4 (Ela, a mãe, o pai e o irmão) | Mais de 5 salários mínimos | Jardim Carioca | Freelancer em fotografia |
| Giovana | 18 | 3º EM | Evangélica (Igreja Nova Família) | 4 (Ela, a tia, a irmã e a prima) | De 1 a 2 salários mínimos | Nova Jerusalém | Auxilia a tia a cuidar de crianças |
| Igor | 18 | ES (cursando) | Católico (Paróquia Cristo Rei) | 5 (Ele, a mãe, o padrasto e duas irmãs) | De 3 a 5 salários mínimos | Coophavila II | Auxiliar administrativo |
| Amanda | 20 | ES (cursando) | Evangélica (Congregação Cristã no Brasil) | 2 (Ela e o esposo) | De 3 a 5 salários mínimos | Piratininga | Designer de sobancelhas |
| Fiamma | 22 | EM | Cristã (Não se identifica com uma determinada religião) | 2 (Ela e o pai) | De 1 a 2 salários mínimos | Vila Popular | Operadora de caixa |
| Denise | 22 | ES (cursando) | Católica (Comunidade Cristo Bom Pastor) | 3 (Ela, a mãe e o pai) | De 3 a 5 salários mínimos | Jardim Tarumã | Estagiária |
| Leonardo | 24 | ES (cursando) | Católico Paróquia Nossa Senhora das Graças | 4 (Ele, a avó, a mãe e a prima) | De 3 a 5 salários mínimos | Santo Antônio | Técnico em informática |
| Ronan | 25 | ES (cursando) | Evangélico (Igreja Nova Família) | 4 (Ele, a esposa e as duas filhas) | De 3 a 5 salários mínimos | Jardim Itamaracá | Apontador de produção |
| Larissa | 27 | ES (cursando) | Evangélica (Igreja Batista) | 5 (Ela, a mãe, o pai e duas irmãs) | Mais de 5 salários mínimos | Jardim Imá | Consultora Hinode |
| Caio | 27 | ES (incompleto) | Evangélico (Igreja Batista) | 5 (Ele, a mãe, o pai e dois irmãos) | Mais de 5 salários mínimos | Centro | Consultor Hinode |
| Isa Ludmila | 29 | EM e curso técnico | Evangélica (Igreja Adventista da Promessa) | 4 (Ela, o esposo e duas filhas) | De 3 a 5 salários mínimos | Jardim Tarumã | Técnica em enfermagem |

Fonte: Elaboração própria.

3. ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS A PARTIR DO QUARTO MAPA DAS MEDIAÇÕES

As múltiplas temporalidades são as mediações que se articulam com as espacialidades do bairro, do cotidiano familiar, das culturas urbanas e populares, onde há a apropriação de narrativas por meio do consumo e das práticas sociais. Nativos dos

espaços digitais, esses jovens são os habitantes de uma nova comunidade mundial, sem mapas (ROCHA; LA ROCHE, 2019).

3.1. Eixo espaço-temporal

Para compreender o eixo espaço-temporal buscou-se identificar como se configura a rotina desses jovens entrevistados: habitantes do espaço urbano, digital e que se assemelham por acompanharem a programação da rádio Hora em momentos diversificados, verificou-se que a emissora rádio é parte desta rotina em deslocamentos (de carro ou ônibus), em ambientes domésticos e nos locais de trabalho. Em alguns dos casos, verificou-se uma ritualidade familiar em torno do rádio: ao ligá-lo durante os trajetos no carro ou dentro de casa durante a execução de trabalhos conjuntos.

Em suas respostas sobre hábitos do cotidiano, observou-se que a maioria deles possui alguma atividade voltada à prática religiosa: a frequência na igreja até mesmo em dias da semana, a prática da leitura bíblica e a prática de orações cotidianas. Aos finais de semana, preferem ficar com a família, se reunir com amigos, praticar hobbies e esportes e também assumem compromissos das religiões que participam. A única que relatou não participar de atividades religiosas em seu cotidiano foi a jovem Fiamma (22), que afirmou não se identificar mais com nenhum tipo de doutrina religiosa.

Seguindo a divisão de jovens por faixa etária segundo a Política Nacional da Juventude (PNJ) tem-se três grupos: jovens-adolescentes (15 a 17 anos), jovens-jovens (18 a 24 anos) e jovens-adultos (25 a 29 anos).

Entre os jovens-adolescentes, Brayan (15 anos) é o que apresenta maior tempo de exposição ao conteúdo *gospel*, escuta da rádio todos os dias e frequenta a igreja cerca de quatro vezes por semana. Na pandemia sua sociabilidade ficou restrita ao ambiente familiar e à igreja, bem como a exposição ao conteúdo da rádio Hora. Já Leilane (17 anos), se dedica à preparação para o vestibular, frequenta a igreja somente aos domingos e possui sociabilidade, na modalidade virtual, com amigos de diversas culturas.

Os jovens-jovens apresentaram realidades socioeconômicas distintas um dos outros. Giovana (18 anos) estuda o ensino médio, auxilia a tia (responsável por ela) a cuidar das crianças de sua vizinha e chega a ir à igreja três vezes por semana. Igor (18 anos) trabalha como auxiliar administrativo durante o dia, faz aulas online da faculdade durante à noite e vai à igreja apenas aos domingos. Amanda (20 anos) é autônoma,

possui seu próprio estúdio de design de sobancelhas e trancou a faculdade durante a pandemia. Fiamma (22 anos), concluiu o ensino médio, é operadora de caixa e não frequenta nenhuma igreja. Denise (22 anos), faz estágio durante o dia, realiza atividades da faculdade e frequenta a igreja aos domingos. Leonardo (24 anos), trabalha durante o dia como técnico em informática, faz faculdade à noite no modo semipresencial e frequenta a igreja aos domingos.

Entre os jovens-adultos a dinâmica é parecida. Ronan (25 anos), trabalha durante o dia, faz as atividades da faculdade à noite, possui duas filhas gêmeas de 8 anos de idade e frequenta a igreja até quatro vezes por semana. Larissa (27 anos), estuda, trabalha em horários flexíveis e vai à igreja aos domingos. Caio (27), estuda, trabalha em horários flexíveis, ajuda os pais em um comércio e vai à igreja aos domingos. Isa (29 anos), possui escalas de 12 horas seguidas de trabalho em hospital, possui duas filhas de 6 e 3 anos de idade e frequenta a igreja em sábados alternados.

Três dos doze entrevistados não eram evangélicos. Igor (18) frequentou a igreja evangélica quando criança com seus pais que eram adventistas, com a separação deles passou a frequentar com a mãe a igreja Quadrangular. Aos 15 anos de idade, sua mãe casou-se novamente e a nova família constituída passou a frequentar a igreja católica. Denise (23) é de família predominantemente católica e nunca mudou de religião. Leonardo (24) frequentou a igreja Internacional da Graça com a mãe, mas aos 13 anos de idade passou para a religião de sua avó, a católica.

Fiamma (22), de nacionalidade argentina, não estava frequentando nenhuma igreja no momento da aplicação do questionário, ela participou de um grupo de jovens da igreja Batista e conheceu a rádio Hora no evento Marcha para Jesus. A jovem se afastou da igreja em 2020, mas preferiu continuar ouvindo a emissora para a alimentar a sua espiritualidade. “Tem músicas *gospel*, na qual eu consigo acalmar minha cabeça e meu coração quando estou agitada”. Seu pai, único membro da família dela no Brasil, se identifica como espírita.

Leilane (17), Giovana (18) Amanda (20), Larissa (27) e Isa (29) são protestantes de berço, ou seja, desde o nascimento foram levados à igreja, sendo que os pais são as principais referências individuais para a participação religiosa.

Ronan (25) e Caio (27) tornaram-se evangélicos há menos de cinco anos. Ronan se declara como “convertido” por influência da esposa. Caio é de família católica, mas

passou a igreja Batista com a noiva Larissa, porém, não fez o batismo que é o ingresso oficial na igreja.

3.2. Eixo sensorialidades e tecnicidades

No eixo das Sensorialidades e Tecnicidades verificou-se a relação entre os meios de comunicação consumidos pelos jovens na diversidade de plataformas digitais que acessam no dia a dia e a relação desses meios com suas práticas. Ao serem questionados sobre os meios de comunicação que acessam no cotidiano para se informar e se entreter, muitos se lembraram das mídias sociais digitais, que trazem conteúdos informativos de sites de notícia e também conteúdos voltados ao entretenimento.

Dentre as respostas destacou-se a importância das mídias sociais como canais de encurtamento de distâncias entre o conteúdo que desejam acessar e suas rotinas. Seu acesso é fácil, instantâneo e está na palma da mão. Os jovens ouvidos entendem que a informação está por toda parte: nas rádios, TVs, sites e nas redes sociais. Quando possuem interesse maior em algum assunto fazem suas próprias buscas para compreendê-lo: “Se tem alguma notícia muito específica eu vou atrás, no Google. Para o dia a dia no Instagram já tem” (Larissa).

Quanto às respostas sobre os meios utilizados para entretenimento eles citaram os nomes de canais de *streaming*, canais de música e de vídeos, além das redes sociais e do aplicativo WhatsApp. Os jovens compreendem o entretenimento como uma forma de pausa dos acontecimentos, da rotina e do trabalho, e desejam ver algo que traga divertimento e alegria.

A partir das respostas os jovens sobre os meios de informação e entretenimento que costumam utilizar, a rádio Hora se destacou como fonte de informações (noticiários), narrativas de fé e motivacionais e de músicas *gospel* atualizadas, que é o principal atrativo para esses jovens. Percebe-se que o veículo penetra em rotinas tão diversificadas por não necessitar de uma atenção nele concentrada, apenas a preferência pelos conteúdos, músicas e o formato da narração dos programas, esses foram os principais fatores relatados pelos jovens que a escutam no dia a dia.

Outra observação o interesse de católicos ou pessoas sem religião determinada a consumir o conteúdo *gospel* da rádio Hora. Isso pode ser explicado pelo fato da música *gospel* contemporânea ser produzida para comercialização, diferenciando-se dos cânticos e louvores próprios das igrejas, como explica Moura (2018, p.61): “Ela foi

convertida a complemento das mensagens e entretenimento com letras carregadas por temáticas repetitivas baseadas na prosperidade, vitórias pessoais e autoajuda”.

3.3. Mediações: identidades, redes, narrativas e cidadanias

São essas as mediações que permeiam os eixos principais do mapa metodológico. Neste estudo elas estão interligadas à identidade do receptor: a cultura *gospel*. Mesmo no caso da Fiamma, sem pertencer a uma religião no momento da aplicação da pesquisa, a jovem possui uma formação cristã desde o nascimento por meio da cotidianidade familiar.

Segundo Martino (2016), a religião está inserida em meio a uma quantidade maior de conteúdos midiáticos que hoje competem pela atenção do receptor. Entre os jovens entrevistados as mediações religiosa e familiar favorecem a escuta do *gospel* e a assimilação destes conteúdos reforçam a matriz cultural da qual fazem parte, ressaltam e reconhecem suas identidades.

A rádio Hora é uma emissora que desde o seu nascimento (2017) buscou a integração entre o formato industrial do rádio com as mídias sociais. Pautado por uma visão mais mercadológica do que proselitista, sua produção radiofônica não se esgota nas ondas médias, mas se dilui para a presença digital, utilizando todos os recursos disponíveis para se fazer presente na rotina dos ouvintes. Sua programação chega a católicos e a pessoas que não necessariamente frequentam alguma igreja, mas se identificam de alguma forma com a identidade cristã. Os fluxos de comunicação gerados em redes favorecem a ampliação deste público que se reconhece como *gospel*.

Os programas e a literatura da mídia evangélica tornam-se os mediadores de uma comunidade de consumidores em que a vinculação religiosa já não é o que mais importa e sim uma vivência religiosa e o consumo de bens e de cultura que possibilitem aproximação com Deus e entretenimento “sadio”. Este é o apelo evangélico em tempos de midiatização da religião (CUNHA, 2019, p. 54).

O rádio e a TV foram os principais aparatos tecnológicos utilizados a partir da década de 1990 para expansão da cultura *gospel* no Brasil (CUNHA, 2007). Destaca-se ainda, a promoção de shows musicais que atraíram multidões e geraram a curiosidade das pessoas que não faziam parte daquele movimento (MOURA, 2018).

O estímulo à autonomia religiosa, a adaptação das religiões aos mais modernos meios de comunicação e o crescimento do mercado consumidor de bens e serviços deste

segmento foram as consequências mais visíveis da midiaticização da religião (BELLOTTI, 2019).

Para Cunha (2019, p. 52) nesta lógica da cultura industrial global, “ser cidadão é consumir bens e serviços, e as mídias e a comunicação mercadológica desempenham papel preponderante nas interações que tornam isso concreto”. A partir da popularização da internet, o *gospel* continuou se expandindo, inserindo-se nas plataformas *streamings* de música e concorrendo com os artistas seculares em números de acesso.

Segundo dados fornecidos pela Deezer, a playlist Top 50 Gospel, principal do gênero na plataforma, cresceu 23% em reproduções e 11% em ouvintes desde fevereiro [2020]. No Spotify, a música gospel já apresentava rápida ascensão antes mesmo da pandemia. Em 2019, o estilo cresceu 44% em número de ouvintes, percentual menor apenas que o da música sertaneja. (TERRA, 2020)

Isso mostra que os fluxos e as narrativas evangélicas - por meio da música, dos shows, da literatura, das pregações no rádio e na tv e nos conteúdos produzidos para as mídias sociais – construiu uma identidade cultural que se encontra em expansão no Brasil.

As mediações da cidadania encontram-se nesses espaços urbanos e digitais em que os cidadãos se agremiam e se articulam em comunidades de pertencimento social. Segundo Hoover (2019) pensava-se que as pessoas teriam menos interesse pela religião com os processos de globalização mundial. Porém, o que ocorreu foi um crescimento das manifestações religiosas na cultura popular.

Para Martín-Barbero (1995) a igreja eletrônica devolveu o “encantamento” das religiões ao público, expandindo o espaço restrito do culto para intensificar, acrescentar e dar continuidade à experiência religiosa no dia a dia das pessoas.

“(…) ao meu ver, de alguma maneira os protestantes entenderam que os meios de comunicação também são reencantadores do mundo, que pelos meios de comunicação passa uma forma de devolver a magia à experiência cotidiana das pessoas”. (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 77, tradução própria)

Outro aspecto destacado pelo autor, foi a expansão das religiões protestantes pela América Latina, resultado da descentralização das igrejas para as periferias das cidades e a utilização de uma linguagem popular, não-intelectualizada, em sintonia com a juventude e com as classes populares. Além da utilização massiva do rádio nesse processo: “a igreja eletrônica está muito mais presente no rádio do que na televisão, é,

sobretudo, um fenômeno radial, um fenômeno de FM e de ondas curtas” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 77, tradução própria).

Em meio ao aparente desencantamento moderno com a religião, de sua separação no movimento global da racionalização, com os meios de comunicação e novas tecnologias comunicativas, ela se transformou e foi capaz de devolver o mistério e a magia aos ambientes secularizados (MARTÍN-BARBERO, 1995).

Considerações finais

Uma das grandes colaborações de Jesús Martín-Barbero para a comunicação social foi instigar as pesquisas a partir das mediações, dos espaços onde o receptor se localiza e interage com os meios. Observa-se que a rádio Hora se estabeleceu no cotidiano dos jovens entrevistados como um canal de comunicação que faz uma conexão com o *sensorium* – os modos de sentir, de se relacionar e de se reconhecer - a partir de uma prática regular da religiosidade, consequência das mediações familiares e do consumo de um estilo de música *gospel* cada vez mais secularizado, ou seja, integrando-se aos estilos musicais contemporâneos, adaptando suas letras e ritmos ao gosto destes consumidores jovens.

Mesmo inseridos em ambientes diversificados, tendo maior ou menor participação em igrejas, as narrativas da rádio Hora conseguem conversar com o público da faixa etária pesquisada, estabelecendo com eles o fortalecimento da cultura *gospel*, da qual a maioria dos participantes faz parte desde o nascimento. Em seus relatos, os jovens destacaram que buscam essa sintonia de rádio religiosa para cultivarem momentos de espiritualidade e conectarem-se com o divino, principalmente por meio da música.

A transposição dos conteúdos para as mídias sociais complementa essa integração da cultura *gospel* com a cotidianidade dos jovens, considerados nativos do ambiente digital. A convergência do rádio para outras plataformas permite que a emissora esteja presente em vários momentos do cotidiano do ouvinte: entre os deslocamentos nos espaços urbanos à presença em ambientes domésticos ou de trabalho formal. Nesse sentido, a rádio Hora atende à especificidade do ouvinte cristão que busca um meio de comunicação em que encontre as narrativas relativas à fé que pratica e fortaleça seus laços culturais.

REFERÊNCIAS

ASSMANN, Hugo. **A igreja eletrônica e seu impacto na América Latina**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1986.

BELLOTI, Karina Kosicki. Pensando positivo: uma história cultural do gênero de aconselhamento e autoajuda religiosa nos Estados Unidos e no Brasil (1930-1960). In: BELLOTI, Karina; CUNHA, Magali do Nascimento (Orgs). **Mídia, religião e cultura: percepções e tendências em perspectiva global**. Curitiba: Appris, 2019.

BRASIL. [Estatuto da Juventude (2013)]. **Lei Estatuto da juventude: atos internacionais e normas correlatas**. Brasília: Senado Federal, Coordenação de Edições Técnicas, 2013.

CUNHA, Magali do Nascimento. **A explosão gospel: um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad X: Instituto Mysterium, 2007.

CUNHA, Magali do Nascimento. Elucidações contemporâneas nos estudos brasileiros em mídia e religião: a perspectiva das mediações culturais e comunicacionais. In: BELLOTI, Karina; CUNHA, Magali do Nascimento (Orgs). **Mídia, religião e cultura: percepções e tendências em perspectiva global**. Curitiba: Appris, 2019.

DE LOPES, Maria Immacolata Vassallo. Uma cartografia para a pesquisa comunicacional e os mapas das mediações. In: TRINDADE, Eneus *et al* (Orgs). **Comunicação e Mediações: novas perspectivas**. Recurso eletrônico. ISBN 978-65-88640-27-2. DOI 10.11606/9786588640272. São Paulo - Escola de Comunicações e Artes (ECA-USP), 2021.

DE LOPES, Maria Immacolata Vassallo. A teoria barberiana da comunicação. **MATRIZES**, v. 12, n. 1, p. 39-63, 2018.

DELEVATI, Ananda da Silva; SILVA Carolina Moro da; BORELLI, Viviane. Dispositivos midiáticos mudam o templo da Igreja Internacional da Graça de Santa Maria-RS. In: BORELLI, Viviane (Org.). **Mídia e Religião: entre o mundo da fé e do fiel**. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

HOOVER, Stewart. Mídia e religião: premissas e implicações para os campos acadêmico e midiático. In: BELLOTI, Karina; CUNHA, Magali do Nascimento (Orgs). **Mídia, religião e cultura: percepções e tendências em perspectiva global**. Curitiba: Appris, 2019.

JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura (Orgs). **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero**. CIESPAL, Ediciones CIESPAL, 2019.

JOHN, Valquíria Michela; RIBEIRO, Regiane Regina; DA SILVA, Gerson Heidrich. Sensorialidade: la mediación que siempre estuvo presente. In: JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura (Orgs). **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero**. CIESPAL, Ediciones CIESPAL, 2019.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Diálogos Midiológicos–6**. Comunicação e Mediações Culturais–Uma entrevista com Jesús Martín Barbero por Claudia Barcellos. Rádio CBN São Paulo, v. 1, janeiro-junho 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Secularización, desencanto y reencantamiento massmediático. **Dialogos de la comunicación**, n. 41, p. 71-81, mar. 1995.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia, religião e sociedade: das palavras às redes digitais**. São Paulo: Paulus, 2016. Coleção Comunicação.

MOURA, Adailton. **A indústria da música gospel**. São Paulo: Scortecci, 2018.

NOVAES, Regina. Os jovens, os ventos secularizantes e o espírito do tempo. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (Org.). **As religiões no Brasil: continuidades e rupturas**. 2ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

O MERCADO de música gospel bate recorde mundial durante a pandemia. **Terra**, 23 de Out. 2020. Disponível em <<https://www.terra.com.br/noticias/dino/o-mercado-de-musica-gospel-bate-recorde-mundial-durante-a-pandemia,b9e30af3e329c739b2e027501b1c1a95babn6ixz.html>> Acesso em: 10 Jun. 2021.

OROZCO-GÓMEZ, Guillermo. **Notas metodológicas para abordar las mediaciones em el proceso de recepción televisiva**. Cad. Diálogos, nº.2. FALAFACS. Lima, 1990.

ROCHA, Simone Maria; LA ROCHE, Fabio López. Temporalidades: para pensar la contemporaneidade de lo no-contemporáneo. In: JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura (Orgs). **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero**. CIESPAL, Ediciones CIESPAL, 2019.

SOUZA, Candida de; PAIVA, Ilana Lemos de. Faces da juventude brasileira: entre o ideal e o real. **Estudos de Psicologia (Natal)**, v. 17, n. 3, p. 353-360, 2012.