

FACULDADE CANÇÃO NOVA

EVANDRO DO NASCIMENTO LIMA

**JONAS ABIB: um *podcast* sobre o modo de comunicar do fundador
da Canção Nova**

Cachoeira Paulista

2024

EVANDRO DO NASCIMENTO LIMA

**JONAS ABIB: um *podcast* sobre o modo de comunicar do fundador
da Canção Nova**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade Canção Nova,
como requisito parcial para obtenção do
grau de bacharel em Jornalismo.
Orientador Professor Me. Danielson de
Oliveira Freire.

Cachoeira Paulista

2024

EVANDRO DO NASCIMENTO LIMA

**JONAS ABIB: um *podcast* sobre o modo de comunicar do fundador
da Canção Nova**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade Canção Nova,
como requisito parcial para obtenção do
grau de bacharel em Jornalismo.
Orientador Professor Me. Danielson de
Oliveira Freire.

Aprovado em: _____

Nota: _____

Banca Examinadora:

Prof. Me. Danielson de Oliveira Freire - Orientador
Faculdade Canção Nova

Prof. Dr. Henrique Alckmin Prudente
Faculdade Canção Nova

Oswaldo Luiz Silva
Gerente do Sistema Canção Nova de Comunicação

Cachoeira Paulista
2024

RESUMO

Padre Jonas Abib, fundador da Comunidade Canção Nova, é considerado um dos principais nomes na evangelização cristã católica do Brasil. Fortemente atuante no meio da juventude, desde o início de sua trajetória, tornou-se um comunicador, utilizando desde músicas e palestras até os meios de comunicação, tais como rádio, televisão e *internet*, para anunciar o Evangelho. Este trabalho tem como objetivo, pesquisar a vida deste homem, a partir da observação dos potenciais elementos do ser comunicador ao longo de sua vida. Para tal, foram realizadas pesquisas bibliográficas e entrevistas com profissionais da comunicação e pessoas que conviveram contato com o sacerdote. A pesquisa culmina na produção de um *podcast* que apresenta o conteúdo reunido. Ao final do caminho percorrido, este projeto responde quais os elementos do ser comunicador se apresentam em Jonas Abib e conferem assertividade à sua mensagem, transmitida de forma eficaz. Além disso, este produto pretende também fazer memória de Jonas Abib no segundo ano de seu falecimento.

Palavras-chave: Canção Nova. Elementos do comunicador. Jonas Abib. *Podcast*.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	5
2. OBJETIVOS	7
2.1. Objetivo Geral	7
2.2. Objetivos Específicos	7
3. JUSTIFICATIVA	8
4. REFERENCIAL TEÓRICO	10
4.1. Jonas Abib	10
4.1.1. Jonas Abib: Vida e História	10
4.1.2. Jonas Abib: a Canção Nova	13
4.1.3. Jonas Abib: os meios de comunicação	15
4.1.4. Jonas Abib: o dom de comunicador	16
4.2. A Comunicação	16
4.2.1. O que é comunicação?	18
4.2.2. Principais características	19
4.2.3. Elementos para ser comunicador	23
4.3. Podcast	24
4.3.1. Conceito de <i>podcast</i>	25
4.3.2. Elementos de criação	26
4.3.3. Gêneros	27
5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO	30
6. DESCRIÇÃO DO PROCESSO DE CRIAÇÃO	31
7. SINOPSE	32
8. ROTEIRO FINAL	33
9. ORÇAMENTO	45
9.1. Orçamento Ideal	45
9.2. Orçamento Real	45
10. PÚBLICO ALVO	46
11. VIABILIDADE DE EXIBIÇÃO DO PRODUTO	47
12. CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
REFERÊNCIAS	49
ANEXOS	52
APÊNDICES	58

1. INTRODUÇÃO

No cristianismo o anúncio está sempre presente como forma de propagação daquilo que se crê. Assim, é possível observar que, de maneiras diversas, pregadores dão continuidade a essa modalidade de transmissão da fé. Jonas Abib (1936-2022) tem sido considerado um exemplo por adequar a comunicação cristã aos momentos atuais, algo novo. Para tanto, se vale de gestos (um olhar direcionado, ir ao encontro, a proximidade), recursos (como a música que leva à reflexão) e oralidade (marcada por entonações e pausas que, também, comunicam).

O projeto da Comunidade Canção Nova de Jonas Abib atende à dinâmica de um dos propósitos da fé em ação: salvar almas. Tal se dá com o menino Jonas Abib: acredita nos desígnios de Deus e, escolhido por Ele, gera frutos de alcance ainda a serem determinados. Tem por lema sacerdotal a frase 'Feito tudo para todos (I Cor 9, 22)'. Esta afirmativa se torna mais que um lema de vida: reflete tudo o que ele realiza para a redenção das almas.

O alcance da Comunidade Canção Nova, por ele fundada em 02 de fevereiro de 1978, está por ser estabelecido. Homens e mulheres, de todas as idades, se dirigem ao interior de São Paulo para ficar em contato com o que se apresenta como a principal missão, das muitas que se tem (há livros, álbuns de música, palestras em áudio e vídeo) do paulista nascido em Elias Fausto/SP. Os consagrados da obra fundada por ele vivem a essência missionária espiritual de um homem considerado ser de Deus.

A Comunidade se tornou local de visitação de diversas pessoas que vislumbram um aprofundamento na fé e, a partir daí, contemplam a grandeza do ministério de Jonas Abib, sendo alcançadas pelo derramamento do Espírito Santo, como na longínqua manhã de Pentecostes.

Jonas Abib, falecido em 12 de dezembro de 2022, devido ao seu espírito jovem e dinâmico, viu na juventude de sua época um grande potencial e optou por trabalhar, inicialmente, com a juventude. Antes disso já realizava missas e encontros diferenciados, desde atendimentos pessoais, modo de se relacionar e celebrar, até utilizar estilos musicais cristãos em ritmos diferentes aos do seu tempo. No decurso da própria caminhada se enveredou pelos meios de comunicação tais como rádio, televisão e, nos últimos tempos, internet.

A trajetória do Padre Jonas da Bíblia, como era conhecido, é digna de um estudo aprofundado. Neste trabalho busca-se observar quais os possíveis elementos do ser comunicador ressaltavam na pessoa de Jonas e que, certamente, contribuíram na eficácia de sua mensagem, tendo em vista a comunicação por ele realizada, além dos possíveis impactos na vida das pessoas. A vivência e o discurso precisam seguir em unidade próxima para atestar uma relação lógica entre os elementos da comunicação, isto é, o emissor, o receptor e a mensagem.

Demonstra-se neste exercício que a análise da metodologia de Jonas Abib permite que, também o jornalismo, seja praticado de maneira eficaz não apenas pelo conteúdo, mas também pela forma. O conteúdo é importante na técnica dos discursos, a fim de que vidas sejam transformadas. Também o são a forma, modo e como se dá este processo.

Este Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo entender e verificar os elementos do ser comunicador que, possivelmente formatam o modo de comunicar de Jonas Abib e, por fim, apresenta tais conteúdos num *podcast* de cunho de entrevista. Produto de episódio único, com 27 minutos totais, abordando três entrevistados, entre eles uma profissional da área de comunicação, uma fonoaudióloga e um sacerdote da Comunidade Canção Nova, Cristiane Avelino, Nanci Mecenias Lima e Padre Wagner Ferreira da Silva.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo Geral

Produzir um *podcast*, a partir de fundamentação teórica, literária e entrevistas sobre os elementos do ser comunicador de Jonas Abib, que contribua para uma evidente referência na comunicação católica de seu tempo.

2.2. Objetivos Específicos

- Pesquisar fundamentação teórica bibliográfica da figura de Jonas Abib, os elementos do ser comunicador e a estrutura do *podcast*;
- Realizar entrevistas sonoras como recurso de estudo do modo de comunicar de Jonas Abib;
- Produzir *podcast* abordando os potenciais indícios do ser comunicador, presentes na oratória de Jonas Abib;
- Identificar os principais recursos e desenvolver no *podcast* resultante, justificativas presentes na comunicação de Jonas Abib.

3. JUSTIFICATIVA

A comunicação pode ser expressa de várias formas e afetar diretamente a vida das pessoas que recebem o conteúdo transmitido. Esta pesquisa pretende demonstrar, por meio de um produto, a viabilidade do ser comunicador Jonas Abib e identificar se há eficácia no discurso do fundador da Comunidade Canção Nova na trajetória por ele percorrida.

Tudo que é dito possui uma maneira de dizer. O interlocutor precisa participar diretamente e ativamente do diálogo e assim buscar extrair o máximo, aproveitando a mensagem para o crescimento pessoal.

O trabalho no âmbito pessoal aprofunda o entendimento da comunicação realizada por Jonas Abib elucidando a ênfase, o modo, gestos, jeito, as pausas e outras formas de habilidade na oratória. O autor deste trabalho, além de ter uma proximidade com o religioso, é um grande admirador da mensagem deixada pelo palestrante. A empatia proporcionou a escolha do tema e do personagem.

No campo acadêmico, visa-se proporcionar o início de uma reflexão com base na comunicabilidade de Jonas Abib. É uma tentativa, antes não realizada, de verificar a eficácia da mensagem produzida por Jonas Abib. A pesquisa deixa a possibilidade de, em tempos futuros, haver aperfeiçoamento na forma de comunicar, tendo como inspiração o sacerdote, que conseguia alcançar muitas pessoas, convertê-las para Cristo e transformar vidas.

No âmbito social, pretende-se apresentar um pouco mais do conferencista Jonas Abib e o seu legado, evidenciando a relevância de tudo que ele comunicava.

Esse trabalho tem como produto um *podcast*, meio de comunicação sonoro em plena ascensão na contemporaneidade, que tem seu conteúdo disponibilizado via *internet*. Buchwitz (2004) cita que o formato teve seu consumo ampliado em 40% em todo o mundo, quase duas vezes maior do que o crescimento da televisão e das redes sociais.

Estima-se que, no Brasil, existam cerca de 32 milhões de ouvintes de *podcast*, de acordo com a Associação Brasileira de *Podcasters* (ABPod), que publicou resultados de uma pesquisa realizada em setembro de 2024. “O crescimento contínuo do *podcast* no Brasil, tanto em termos de produção quanto de audiência, reafirma a relevância dessa mídia na rotina dos brasileiros”. (ABPOD, 2024, p. 1).

É notório que o *podcast* tem, entre suas características, a agilidade e a acessibilidade, que contribuem com o seu crescimento e o tornam um produto mais atrativo.

4. REFERENCIAL TEÓRICO

4.1. Jonas Abib

No contexto deste trabalho é analisado o potencial de comunicabilidade de Jonas Abib que foi, notadamente, um grande comunicador do meio católico. Lançou mais de 150 músicas, algumas delas cantadas até hoje em encontros da Igreja. Escreveu 40 livros (ARAÚJO, 2022), alguns deles com grande repercussão, como: 'A Bíblia no meu dia a dia' e 'Sim, Sim! Não, Não!'. Fundou a Comunidade Canção Nova e a Fundação João Paulo II, mantenedora do Sistema de Comunicação Canção Nova que ele idealizou.

Monsenhor Jonas, ao se colocar aberto ao plano de Deus, tornou-se, junto com outros, um dos que ajudaram a missão evangelizadora no Brasil a partir da segunda metade do século XX, tendo iniciado uma obra que leva adiante esse carisma. A sua voz se transformou em uma Canção Nova que nos leva à santidade de Cristo, que deve ser a santidade de todos os fieis e da Igreja!. (KÜNSCH e CARRARO, 2023, p.12).

Ao se contemplar a história de Jonas Abib e observá-la atentamente, é possível identificar os sinais de uma Canção Nova.

4.1.1. Jonas Abib: Vida e História

Filho de Sérgio e de Josepha Pacheco Abib, o pequeno Jonas, de ascendência sírio-libanês-italiana, nasceu a 21 de dezembro de 1936, em Elias Fausto, São Paulo.

Nesse dia, porém, a vida não parecia nem um pouco disposta a se deixar conduzir pelas coisas como imaginadas pelas artes médicas daquele tempo. E foi assim que, entre o apito de um trem que vai e outro que vem, logo inesperado aconteceu na casa dos Pachecos. A Criança veio à luz, às vésperas do Natal, a festa do nascimento de Jesus. (KÜNSCH e CARRARO, 2023, p. 51).

A história de Jonas Abib é permeada por milagres. O primeiro no dia do seu nascimento, como ele mesmo registrou: Dom Bosco sempre cuidou do filho de Sérgio e Josepha. Quando a mãe de Jonas entra em trabalho de parto e o bebê se posiciona para nascer, o nascimento não acontecia, nem mesmo com fórceps. Nesse momento de grande angústia, ela escuta o nome de um santo que ela não conhecia, São João

Bosco. Nessa hora consagra Jonas Abib aos seus cuidados, conforme abordam Künsch e Carraro (2023).

Ainda criança, ingressou no Colégio Padre Moye, em São Paulo, dando início aos seus estudos com 7 anos de idade. Aos 13 anos, o jovem Jonas respondia concretamente a Deus em Lavrinhas, entrava para a Congregação Salesiana, Colégio São Manoel. Em Lorena, cursou Filosofia – no Instituto Salesiano de Filosofia e Pedagogia e Teologia – no Instituto Teológico Salesiano Pio XI. A ordenação sacerdotal, tomando como lema ‘Feito tudo para todos’, aconteceu no ano de 1964. Desde criança sonhava em realizar a sua vocação sacerdotal: “Meu Deus, quanta expectativa, quanta vontade de seguir aquela vocação! Não me lembro de momento algum em minha vida em que não quisesse ser padre”. (CHALITA, 2006, p. 19).

Nessa época já tinha tido um encontro pessoal com Jesus, que ocorreu no último ano de teologia, antes do sacerdócio. Padre Jonas Abib vivia profundamente uma renovada experiência com Deus, e se deixando conduzir por Ele, iniciou um lindo caminho já antes de sua vida clerical.

Compreendo, hoje, que foi vontade de Deus que isso acontecesse antes da minha ordenação. Deus foi “subversivo”! Deu-me uma doença, que me levou ao Vale do Paraíba, em Piquete; depois, em Lorena, conduziu-me para o encontro. O impressionante é que depois da ordenação desapareceram as dores de cabeça, o embaralhamento da vista. Tudo desapareceu! Era um “pretexto” de Deus! (ABIB, 2012, p. 12).

Um dos primeiros trabalhos que o neossacerdote fez com jovens, ainda em São Paulo, tinha o nome de ‘Construindo’. Esse trabalho, uma adaptação do que já era feito no Encontro do Cursilho da Cristandade, foi iniciado com rapazes, depois, com moças. Percebeu, no transcurso desse movimento, que os jovens precisavam de uma linguagem apropriada, inclusive com a utilização de música.

Pela Congregação dos Salesianos, fez missão em Lorena, onde trabalhou com os jovens se servindo da música.

Em novembro de 1971, Padre Jonas Abib é apresentado à Renovação Carismática Católica (RCC) pelo padre Harold Joseph Rahm (1919 - 2019). A RCC marcou a vida e ministério do Padre Jonas. Após a experiência do ‘batismo no Espírito Santo’ sobrevieram a realização das ‘Experiências de Oração’ em sua diocese.

Realizou retiros espirituais com a juventude em Cruzeiro, Queluz e Areias, onde sua voz fez eco e o faz diuturnamente chamando almas para Jesus. Também

começou os encontros de Catecumenatos, idealizou os Rebanhões (Encontros de Carnavais) e Maranathás em várias cidades da região, catequizando muitos jovens e adultos. Muitos jovens descobriram, pelo seu testemunho, para Quem foram chamados. Engajou-os na construção de uma obra em Queluz, a Casa de Maria, local nomeado futuramente como 'Santuário' do carisma da Comunidade Canção Nova.

Após um chamado feito ao final de um retiro na Casa de Maria em Queluz, dia que a liturgia comemora a Solenidade de Cristo Rei do Universo, o sacerdote inicia o processo da Comunidade com 12 pessoas. Tal empreendimento resulta no que se pode contemplar hoje como Canção Nova, não somente em Queluz, mas principalmente em Cachoeira Paulista, onde é a sede, em outras cidades do país, como também no exterior.

Em outubro de 2007, recebe um importante reconhecimento em seu ministério sacerdotal, o título eclesiástico de Monsenhor, conferido pelo então Papa Bento XVI. O processo para a titulação do padre Jonas teve a indicação de Dom Benedito Beni Santos, oitavo bispo da diocese de Lorena, da qual estava incardinado o presbítero Jonas Abib. As sugestões são analisadas pela Santa Sé conforme critérios, incluindo requisitos como idade, e relevância e destaque aos que prestam serviços à Igreja.

Em 2008, padre Jonas, aos 70 anos de idade, gravou um DVD, o primeiro e único de sua carreira musical com o título: 'Como é linda a nossa família'. O lançamento da obra, contendo 21 melodias católicas, aconteceu como uma das maneiras de celebrar os 30 anos da Comunidade por ele fundada.

Vale destaque histórico na vida do sacerdote Jonas Abib quando, em janeiro de 2009, a Comunidade, fruto do seu trabalho e dedicação de uma vida inteira, foi admitida oficialmente na Família Salesiana.

Jonas dedicou sua vida à evangelização, como ele próprio testemunhou em seu livro *Céus Novos e uma Terra Nova*. Para ele, o tempo é breve e deve ser totalmente investido no Reino de Deus: "Não podemos perder tempo. É preciso investir tudo! [...] Investir todo o nosso tempo, porque o tempo é breve. Invista todo o seu tempo, a sua vida, as suas energias no Reino de Deus". (ABIB, 2009, p. 59-60).

Esse compromisso foi vivido intensamente até o fim de sua vida. Monsenhor Jonas Abib faleceu em 12 de dezembro de 2022, na sede da Comunidade Canção Nova, em Cachoeira Paulista, deixando um legado de fé e entrega total à missão evangelizadora. Neste ano celebra-se no evento Hosana Brasil, em Cachoeira Paulista, dois anos da páscoa do monsenhor Jonas Abib.

4.1.2. Jonas Abib: a Canção Nova

A Comunidade Canção Nova, fundada em 02 de fevereiro de 1978 pelo sacerdote, está localizada em Cachoeira Paulista, São Paulo. Trata-se de uma 'companhia de pesca', conceito muito utilizado pelo presbítero Jonas, um modo de vida da Igreja Católica Apostólica Romana. Tem como essência uma referência bíblica "Cantai ao Senhor um cântico novo ...". (Isaías 42,10), preparando um povo bem-disposto para a segunda vinda do Senhor Jesus. Tal compromisso que deveria fazer parte da vida de todos os cristãos, é demasiadamente necessário na história da salvação. Tal obrigação, a de estar entusiasmado e otimista para a segunda vinda do Messias leva, aos consagrados da Comunidade de Jonas Abib, renovados, pela experiência individual com Jesus Cristo na eficácia do Espírito Santo, formar uma teia viva, que é a Canção Nova. Seus membros passam a ser testemunhas para evangelizar pessoas a estar num universo novo, aquele que encontra Jesus Cristo, prioritariamente, em qualquer que seja a realidade, em tudo que viver e realizar, diariamente. Transformados espiritualmente e em formação contínua, toda a Comunidade experimenta o Carisma encarnado por Jonas Abib, desde os mais antigos ao que acabara de ingressar na obra, colocando Cristo na centralidade de suas vidas.

Comprometida em trabalhar com a juventude, a Canção Nova foi crescendo. Tem por carisma, a missão de evangelizar, preferencialmente, mas não exclusivamente, pelos meios de comunicação.

Lê-se na Bíblia que "Os discípulos partiram e pregaram por toda parte. O Senhor cooperava com eles e confirmava a sua palavra com os milagres que a acompanhavam". (Mc 16, 20). Para Jonas Abib a cooperação, confirmação e os milagres do Senhor não se deram como no verso acima. A percepção dessas realidades era clara desde o início de sua vida e na das pessoas próximas a ele. De uma forma especial na fundação de sua obra maior. Na verdade, suas pregações por toda parte já atraíam, preferencialmente, a presença e participação de inúmeras pessoas, principalmente de jovens.

O histórico da Comunidade Canção Nova faz jus à memória de Dom Antônio Affonso de Miranda (1920-2021) que, quando do seu bispado na Diocese de Lorena (1972-1977), foi importante incentivador de Jonas Abib. Este era estimulado por aquele que sugeria, em quaisquer dos seus trabalhos de evangelização, iniciar pelos

jovens, como destacado pela Exortação Apostólica *Evangelii Nuntiandi* do Papa Paulo VI. Trata-se de um Documento papal, emitido em 8 de dezembro de 1975. Ressalta a importância da utilização dos meios de comunicação pela Igreja de Cristo e a caminhada dos católicos na direção de uma vida cristã, ao mesmo tempo expressiva e legítima: “As circunstâncias de momento convidam-nos a prestar uma atenção muito especial aos jovens”. (PAULO VI, 1975).

Destaca-se do *Evangelii nuntiandi* (Evangelificação no mundo moderno) que:

No nosso século tão marcado pelos "mass media" ou meios de comunicação social, o primeiro anúncio, a catequese ou o aprofundamento ulterior da fé, não podem deixar de se servir destes meios conforme já tivemos ocasião de acentuar. (PAULO VI, 1975).

E, ainda:

Ouve-se repetir, com frequência hoje em dia, que este nosso século tem sede de autenticidade. A propósito dos jovens, sobretudo, afirma-se que eles têm horror ao fictício, aquilo que é falso e que procuram, acima de tudo, a verdade e a transparência. (PAULO VI, 1975).

Segue-se que, esse mesmo documento do Papa Paulo VI sobre evangelização, Igreja Católica e mundo contemporâneo, potencia a necessidade de se levar a Boa Nova fazendo uso dos meios de comunicação social: “meios potentes que a inteligência humana torna cada dia mais aperfeiçoados”. (PAULO VI, 1975).

O Padre foi o pioneiro na evangelização pelos meios de comunicação, além de ser considerado um grande pregador no Brasil e no exterior. Como exemplo, pode-se citar temas que costumavam aparecer em suas pregações: o batismo no Espírito Santo e a segunda vinda de Jesus. Seu reconhecimento extrapola os limites da própria Igreja Católica do Brasil. Em biografia dele, recentemente lançada, se lê o seguinte:

A conversa se torna animada. Os dois estão se entendendo. Divididos por uma história de mais de cinco séculos, dentro daquele ônibus que já tinha alcançado a Via Dutra no sentido Rio de Janeiro, o crente e o católico se sentem irmanados na mesma fé e esperança ao redor da figura de Padre Jonas... – Ele era um padre muito alegre, um grande pregador - observa o crente. – E como ele cantava, não é?! - acrescenta o católico, que volta a insistir no que o ajudou a colocar de novo a sua vida “no rumo de Deus”. (KÜNSCH e CARRARO, 2023, p. 19).

Essa citação demonstra o reconhecimento de duas pessoas, uma protestante e a outra, católica, sobre o exemplo deixado pela pessoa de Jonas Abib.

Jonas Abib, que já trazia em seu ser muitas qualidades, utilizou desse pedido do bispo como uma possibilidade para anunciar e mais que isso, obedecer a um chamado feito pela Igreja. No tempo hodierno pode-se dizer que o comunicador em Jonas Abib, um padre como os outros, mas que possuía algo singular que era só dele, transmitia entusiasmo e alegria. Desde o início de sua missão havia uma maneira de se comunicar própria que acontecia num pequeno grupo, depois viria a ser projetada para além de limites inimagináveis.

O Jonas da Bíblia estava nascendo ali. Ele escolhia um trecho, lia, comentava - e as pessoas entendiam as palavras que ele usava e os seus gestos, viam o brilho nos seus olhos. Na roda que tinham formado, os jovens repetiam os trechos mais marcantes da leitura e compartilhavam os seus sentimentos e percepções. As palavras do Evangelho logo se transformaram em oração e, depois, em propósitos de vida. (KÜNSCH e CARRARO, 2023, p. 280).

Esse era o diferencial do padre Jonas: agia inspirado por seu lema de ordenação sacerdotal, 'Ser tudo para todos'. Era inteiro quando estava com as pessoas, era um padre que queria se fazer presença no meio do povo de Deus.

Mas não era só tocar e cantar. Como a gente já descobriu, logo o padre tirava do bolso o seu livrinho de capa preta para uma leitura, uma frase dos Evangelhos, uma pequena pregação. Uma oportunidade que Padre Jonas, aliás, valorizava muito, porque, como revelou, o seu encontro pessoal com Jesus despertou nele uma alegria imensa de anunciar e de pregar. O grande pregador que se tornou está nascendo ali, no meio dos jovens. (KÜNSCH e CARRARO, 2023, p. 283).

Ainda em 2008, a Comunidade Canção Nova se viu com Reconhecimento Pontifício *ad experimentum*, pelo Vaticano, em Roma. O reconhecimento definitivo veio em 2014. Deste modo, a Santa Sé considera a Canção Nova uma Associação Internacional de Fieis de Direito Pontifício a serviço da Igreja, não apenas local, mas em todo o mundo.

4.1.3. Jonas Abib: os meios de comunicação

O Sistema Canção Nova de Comunicação, seus membros e sócios, estão consagrados ao Imaculado Coração de Maria pelo próprio padre Jonas. Deu-se a referida dedicação em 2004, quando o religioso esteve em Fátima, Portugal.

Naquele mesmo ano, em dezembro, mais um fruto oriundo da misericórdia de Deus: a inauguração do Centro de Evangelização Dom João Hipólito de Moraes, um local para mais de 70 mil pessoas. O espaço acolhe os peregrinos que ali estão presentes e anuncia, àqueles que assistem a distância, as transmissões pelo Sistema Canção Nova de Comunicação. Em ambas experiências pessoais, de tempo e lugar, a sabedoria suprema e a misericórdia de Deus chegam a todos e a unção transformadora do Espírito Santo ocorre em sua plenitude.

4.1.4. Jonas Abib: o dom de comunicador

A eficiência de sua pregação foi sendo demonstrada ao longo dos anos pela constância e perseverança. Seu modo de se comunicar tornou-se uma marca registrada que entrou para a história da Igreja como uma referência para toda uma geração. Foi reconhecido por diversas manifestações civis e religiosas, inclusive por autoridades da Igreja no dia de seu sepultamento, o que, de alguma forma, impactou sobremodo a todos os presentes. Sua partida para a eternidade também foi condutora dessa mensagem de prestígio.

Jonas Abib viveu totalmente imerso no comunicar, e na comunicação, através da Palavra de Deus. Fez da missão que lhe foi dada por Deus-Pai a predileção por conduzir os mais jovens a encontros pessoais com Ele. Sua forma de o fazer era levar a todos, comunicar a todos, o conhecer a Jesus pela experiência pessoal. Daí em diante o Espírito Santo tomava a dianteira da vida daqueles que foram trazidos ao chamado pela voz, escritos e músicas, daquele homem santificado.

Jonas, homem plural em comunicação, usava desde o início todos os recursos que a natureza e a tecnologia disponibilizavam. É explícita, sem margens de dúvidas, a grandeza do dom de comunicação vindo de Deus para Jonas Abib e a comunidade por ele fundada, no uso de todos e quaisquer meios de comunicação da atualidade, para alcançar almas.

4.2. A Comunicação

A comunicação é uma prática ativa e dinâmica, originada do latim *communicare*, que significa partilhar, compartilhar, associar, trocar ideias ou tornar

algo comum. Por ser um processo em movimento, envolve uma iniciativa que gera uma resposta, promovendo uma troca contínua.

Ela orienta e direciona a vida em diversos contextos, sendo essencial no ambiente em que vivemos. A comunicação se manifesta por meio de múltiplas formas, como na linguagem falada, escrita ou até mesmo nas expressões culturais, incluindo elementos visuais.

Todos nós somos afetados na nossa forma de perceber a realidade, estruturar valores, padrões de consumo, gosto, sentido estético e até sonhos. Não há nenhuma decisão em nossas vidas que não tenha refletido, mesmo que remotamente, os ecos dessas mensagens. (GONTIJO, 2004, p. 11)

A autora acima destaca que somos a própria mensagem e intenção que transmitimos. Nossa comunicação passa por três áreas principais e alcança outras pessoas por meio das emoções, sempre com a finalidade de promover a vida, o amor e o bem maior. Para isso, são necessários quatro elementos: o emissor, a mensagem, o meio pelo qual ela é transmitida e o receptor.

Esses caminhos de comunicação, presentes desde os tempos antigos, continuam a ser fundamentais nos dias de hoje, contribuindo para a disseminação da informação e para o seu constante aprimoramento e evolução.

Vários autores têm contribuído para alargar o conceito de comunicação; adoto aqui, para fins de nossa discussão, uma formulação e uma perspectiva que temos chamado de “relacional”, e se expressa na seguinte formulação: a comunicação é um processo de globalidade, em que sujeitos interlocutores, inseridos em uma dada situação, e através da linguagem, produzem e estabelecem sentidos, conformando uma relação e posicionando-se dentro dela. (MOURA, LOPES, 2016, p. 159).

As autoras ressaltam que a comunicação é uma prática, uma ação que faz parte da práxis humana. Isso indica que a comunicação é um fazer ativo que envolve o trabalho do agente, funcionando como uma ação inserida no mundo. O uso da linguagem e a construção de relações com o outro estão baseados em processos, técnicas e operações que aprendemos ao longo do tempo, adaptamos e desenvolvemos continuamente.

4.2.1. O que é comunicação?

Toda pessoa sente a necessidade de se comunicar com seus semelhantes. Essa interação é capaz de gerar conexões e possibilidades para o êxito nas relações entre elas. O senso comum nos diz que esse entendimento pode acontecer de várias maneiras.

A comunicação entra em um universo de linguagem com o objetivo de interação efetiva entre emissor e receptor. Considera-se linguagem a forma de expressar e organizar discursos e enunciados, buscando interpretações com o objetivo de passar uma mensagem. (PEREIRA, 2013).

A referência abaixo explica de forma abrangente o que é comunicação:

Comunicação é o estudo das relações entre a cultura e os meios de comunicação de massa. Para que possamos compreender direito essa definição, precisamos entender o que é cultura e o que são os meios de comunicação de massa, os *mass media*. (DORIA e DORIA, 1999, p. 21).

Percebe-se que comunicação possui um conceito que vai além de falar ou meramente identificar gestos. Para que serve, todavia, a comunicação? Segundo Juan Diaz Bordenave (1926-2012), a comunicação serve para os relacionamentos:

Sem a comunicação cada pessoa seria um mundo fechado em si mesmo. Pela comunicação as pessoas compartilham experiências, ideias e sentimentos. Ao se relacionarem como seres interdependentes, influenciam-se mutuamente e, juntas, modificam a realidade onde estão inseridas. (BORDENAVE, 1982, p. 36).

O autor explica ainda que a comunicação é realizada de várias maneiras pelos indivíduos. Afirma que existem elementos básicos que a constituem - a realidade ou situação; os interlocutores; os conteúdos ou mensagens; os signos e os meios que empregam para transmití-la:

Assim, a boca humana é capaz de produzir infinitas combinações de sons, e o ouvido pode captar e distinguir milhares dessas combinações. O rosto, os olhos e as mãos podem mover-se de mil maneiras para criar gestos expressivos. E os olhos podem captar esses movimentos, distingui-los e combiná-los. E por trás de tudo isso está o *cérebro humano*, computador de infinita sutileza, que recebe os sons, os movimentos e as luzes, combina-os e, apelando à memória de milhões de experiências prévias, interpreta o que estes estímulos representam para a pessoa. (BORDENAVE, 1982, p. 40-41).

Segundo Baccega (1943 – 2020), o estudo da comunicação, que leva em consideração o intercâmbio social, tem como objeto a palavra. É a partir deste estudo que se atribui à linguagem verbal a nomenclatura de raiz dos discursos. Afirma que as palavras têm vida e se vestem de significado, além disso, contagiam-se com outras palavras próximas. (BACCEGA, 1995).

A Comunicação, que geralmente é de conhecimento dos estudiosos e se pode encontrar em alguns dicionários, atualmente pode ser classificada em verbal, não verbal, escrita e visual. Nem sempre o ser humano se comunica dessa maneira.

Para DeFleur e Ball-Rokeach (1993) houve um processo evolutivo do então primata, por diversas eras, até chegar ao que se tem nos dias atuais. Os autores comentam ainda que:

Uma mudança radical ocorreu, provavelmente um tanto subitamente (em termos de lapso de tempo que estamos considerando), quando seres humanos ingressaram na Idade da Fala e da Linguagem. Existem agora provas irrefutáveis de tal era ter se iniciado muito recentemente com o súbito aparecimento do Cro-Magnon, uma nova forma de *Homo sapiens*. Embora esta conclusão não seja universalmente aceita, parece que esses nossos ancestrais mais imediatos começaram a falar algures em 90 e 40 mil anos atrás. Por volta de 55 mil anos atrás a linguagem se achava em uso. As implicações de viver em uma sociedade onde o processo fundamental de comunicação e a fala não constituem mistério para nós. (DEFLEUR e BALL-ROKEACH, 1993, p. 23).

O texto relata a origem da comunicação e todos os processos gerados a partir da fala, realidade importantíssima para o entendimento dos indivíduos como sociedade em suas diversas culturas.

4.2.2. Principais características

O processo de análise da linguagem, deve-se considerar, não ser uma ação individual, antes realiza-se dentro de um esquema coletivo. Para Baccega (1995) a palavra sempre se dirige a alguém e carrega em si três dimensões: a de quem procede, para quem se dirige e a mensagem que se quer convencer. Unido a este processo a palavra, linguagem, discurso, realidades do papel ativo do sujeito/indivíduo na vida social, fazem da comunicação elemento fundamental do ser humano.

Em Barros percebe-se a intenção de esclarecer as relações entre enunciação e discurso: “A enunciação produz o discurso e, ao mesmo tempo, instaura o sujeito da

enunciação. O lugar da enunciação [...] é semioticamente vazio e semanticamente cheio, como um depósito de sentido". (BARROS, 1988, p. 74).

Na enunciação-enunciada, o sujeito que diz *eu* denomina-se *narrador*, e o *tu*, por ele instalado, *narratário*, simulacros discursivos do enunciador e do enunciatário implícitos. Os discursos em primeira pessoa servem de exemplo de enunciação-enunciada e são, em geral, considerados "subjativos". Já o enunciado propriamente dito caracteriza os discursos em terceira pessoa, julgados "objetivos". A subjetividade e a objetividade entendem-se, no sentido que lhes atribui Benveniste, com efeito criados pelas diferentes relações que os tipos de enunciado mantêm com a enunciação. O enunciado propriamente dito liga-se metonimicamente à enunciação, em relação de parte a todos. A enunciação-enunciada, além dos laços metonímicos, estabelece também ligação metafórica que se funda na similaridade, na equivalência que o simulacro mantêm com a enunciação pressuposta. (BARROS, 1988, p. 75).

Barros (1988) afirma ainda que há relações entre enunciador e enunciatário: para o autor "enunciador e enunciatário são desdobramentos do sujeito da enunciação que cumprem os papéis actanciais de destinador e de destinatário do objeto-discurso". (BARROS, 1988, p. 92). A enunciação é a chave que explica o discurso e suas relações com a forma de comunicar na sociedade. (BARROS, 1988).

A fala há muito vem sendo utilizada, e não só em nossos dias e tem sua produção realizada através de sons. Existe um estudo específico para o estudo desses sons, e que se denomina de fonética.

A fonética consiste na ciência responsável pela apresentação dos métodos para a descrição, classificação e transcrição dos sons da fala, afirma Silva (2007). De acordo com a autora, as principais áreas de interesse da fonética são a fonética articulatória, a fonética auditiva, a fonética acústica e a fonética instrumental. A seguir, encontra-se uma definição geral de cada uma dessas áreas:

Fonética articulatória – Compreende o estudo da produção da fala do ponto de vista fisiológico e articulatório;
Fonética auditiva – Compreende o estudo da percepção da fala;
Fonética acústica – Compreende o estudo das propriedades físicas dos sons da fala a partir de sua transmissão do falante ao ouvinte;
Fonética instrumental – Compreende o estudo das propriedades físicas dos sons da fala, levando em consideração o apoio de instrumentos laboratoriais. (SILVA, 2007, p. 23).

Interessa a este trabalho o campo da fonética auditiva como possibilidade de levantar/apontar os elementos que estruturam a comunicação dos indivíduos sociais, que "se serve do conhecimento de como identificamos e diferenciamos os sons entre

si, através do [...] sentido da audição, para apontar o conjunto de sons passíveis de serem usados na nossa comunicação”. (BARBOSA *et al.*, 2021).

A boa comunicação é um desejo de muitas pessoas, principalmente para quem necessita se utilizar dela para a vida profissional, como é o caso de professores, palestrantes, radialistas, repórteres e apresentadores. Não é uma tarefa fácil se comunicar bem e com credibilidade, principalmente diante de equipamentos como câmeras de TV ou, como vemos ultimamente cada vez mais frequentes, o uso de celulares.

É comum pessoas relatarem que, ao estarem em frente de um equipamento de transmissão, seja ao vivo ou gravado, ficam extremamente nervosas. Falar em público já é o suficiente para causar um desconforto e gerar reações indesejadas como, por exemplo, a boca ficar seca, haver tremores, aceleração da respiração e do coração, transpiração excessiva, entre outros sintomas indesejáveis.

O ser humano possui como atributo a linguagem e tem a necessidade de se comunicar. Essa sociabilidade não acontece somente pela voz, aquela que se dá quando ouvimos alguém emitir uma mensagem falada. Ela ocorre, também, pelos gestos, expressões faciais, sentimentos, realidades que agregam ao conhecimento adquirido, um modo de se comunicar. Esse pensamento é corroborado pela seguinte citação:

A linguagem é um atributo do ser humano, desenvolvido a partir da necessidade de se comunicar para facilitar a defesa, obtenção de alimento e as relações sociais. Percebemos a grande evolução nesta área quando consideramos os primeiros códigos orais, gráficos e a comunicação via Internet dos nossos dias atuais. Dentro desse contexto, a voz, a fala, o uso de gestos, expressão facial são partes que compõem o efeito final da comunicação, permitindo imensa variabilidade a partir do momento em que o homem descobriu como comunicar-se e ser compreendido, passou também a entender-se melhor, trocando experiências e desenvolvendo o autoconhecimento. Nas relações interpessoais, a qualidade da comunicação passou a fornecer pistas importantes sobre o desenvolvimento do indivíduo, promovendo a associação entre grau de inteligência, nível de conhecimento, estado do indivíduo e as características de sua comunicação. Nos dias atuais esta habilidade é cada vez mais exigida e observada, sua importância é incontestável. (KYRILLOS, COTES e FEIJÓ, 2003, p. 16).

Kyrillos, Cotes e Feijó (2003) afirmam que na TV há um grande desafio, estabelecer uma comunicação eficiente, de modo que a mensagem chegue ao consumidor sem que haja nenhuma interferência ou ruído na comunicação. A

mensagem deve ser entendida sem gerar dúvidas, um desafio para os nossos tempos. Segundo os autores, para se conseguir esse objetivo há uma receita:

Repórteres e apresentadores sabem que seu maior desafio, na TV, é conseguir estabelecer uma comunicação efetiva, na qual a mensagem seja recebida com credibilidade. A receita para enfrentar este desafio combina bom texto, voz agradável, articulação clara e gestos e expressões corporais ilustrativos e harmoniosos. Portanto, uma série de elementos concorrerá em sua atuação. (KYRILLOS, COTES e FEIJÓ, 2003, p. 45).

A comunicação oral depende de outros fatores além do verbal. Para comunicar com eficiência, utiliza-se de elementos não verbais, recursos estes que contribuem com o comunicador, a mensagem e o interlocutor.

Existem algumas características que ajudam uma comunicação de qualidade: frequência, intensidade, ressonância, articulação, ritmo e velocidade da fala, ênfase em algumas palavras chaves, pausas, todas essas realidades produzem uma mensagem específica segundo o que se quer comunicar e para qual público. Este processo conta também com a expressão que o comunicador produz com o seu corpo.

A expressividade de um bom apresentador ou repórter deve inspirar, acima de tudo, credibilidade, unindo recursos verbais (palavra) e não-verbais (voz, fala e corpo). Contudo, unir esses recursos de maneira harmoniosa pode ser mais difícil do que parece à primeira vista; requer técnicas, estudo e prática. Por isso, fonoaudiólogos são encarregados de treinar profissionais de comunicação, para que utilizem a voz, os gestos, as mudanças de expressões faciais e postura em harmonia com o conteúdo de suas mensagens, fazendo do corpo um eficaz recurso de comunicação. Qualquer pessoa pode ser treinada e tornar-se mais confiante ou até mesmo “magnética”, dessas que prendem a atenção do espectador ao falar. (KYRILLOS, COTES e FEIJÓ, 2003, p. 69).

Apresentadas acima, as características para uma boa comunicação podem ser adaptadas à vida dos profissionais, que necessitam de uma locução de qualidade. Para cada realidade tem-se os cuidados de hábitos saudáveis. Devem ser somados às técnicas que precisam ser exercidas a cada utilização da voz.

Voz é produto de utilização conjunta de vários órgãos e depende de uma série de condições físicas, envolvendo quatro elementos fundamentais: respiração, fonação, articulação e ressonância. Assim é fácil imaginar qualquer problema de saúde que afete um desses elementos vai interferir na voz. Daí que um corpo saudável é condição para a boa produção vocal. (KYRILLOS, COTES e FEIJÓ, 2003, p. 26).

Faz-se necessário um acompanhamento por profissional de fonoaudiologia, que, dependendo da situação, irá adequar o melhor tratamento e exercício, conforme a fisiologia do paciente.

4.2.3. Elementos para ser comunicador

A retórica é uma arte que domina as regras e normas da boa argumentação. Os pensadores gregos sabiam utilizar muito bem a palavra. Os mestres da antiguidade, com uma boa retórica, argumentavam com perfeição seus discursos aos ouvintes:

O exercício do poder, via palavra, era ao mesmo tempo uma ciência e uma arte, pois estavam implicados o conhecimento das técnicas persuasivas e o modo de melhor dizê-las; explorar a amplitude convincente do discurso significava a possibilidade de formação dos consensos de mando. (CITELLI, 2007, p. 9).

Citelli (2007) afirma ainda que os pensadores Sócrates e Platão escreveram sobre a retórica, mas foi com Aristóteles, no século quarto antes de Cristo, que houve uma estrutura normativa sobre este estudo. Assim, o autor deduz que:

- 1) a retórica não é a persuasão;
- 2) a retórica pode revelar como se faz a persuasão;
- 3) os discursos da medicina, da matemática, ou, da história, do judiciário, da família etc. são o lugar da persuasão;
- 4) a retórica é analítica (descobrir o que é próprio para persuadir);
- 5) a retórica é uma espécie de código dos códigos, está acima do compromisso estritamente persuasivo (ela não aplica suas regras a um gênero próprio e determinado), pois abarca todas as formas discursivas. (CITELLI, 2007, p. 11).

Percebe-se que o autor citado acima, considera o discurso persuasivo com um caráter social ou individual que a linguagem produz na comunicação discursiva. Neste sentido, a retórica exerce um papel de contribuição às diferentes formas de expressão.

Em síntese, os discursos persuasivos, conquanto manifestados através de um enunciador, seja ele individual ou coletivo (considere-se uma campanha publicitária ou um editorial jornalístico em que não aparece assinatura de ninguém e, portanto, não sabemos exatamente quem produziu), devem ser vistos como resultantes de conjuntos maiores, a que chamaremos formações discursivas. (CITELLI, 2007, p. 36-37).

Quanto à retórica, identifica-se sua utilidade nas mais variadas formas de expressão humana. Do mesmo modo, os discursos persuasivos se desdobram não apenas em forma de eloquência, mas se caracterizam por formações discursivas, isto é, tratam do impacto causado no receptor.

Uma boa comunicação pode ser facilitada por algumas escolhas consideradas essenciais. Ter um vocabulário vasto ajuda a expressar ideias, desta maneira a forma de desenvolver mensagens atingirá com melhor eficácia o ouvinte. Fatores psicossocioeconômicos, culturais e de escolaridade precisam receber atenção especial, pois podem se tornar um facilitador na forma de se expressar. É importante lembrar que falar o mesmo idioma, conversar com pessoas da mesma idade, ter o mesmo nível social, frequentar ambientes semelhantes e comungar de ideias parecidas proporcionam naturalmente uma comunicação mais fácil e, conseqüentemente, um melhor entendimento.

A comunicação não é uma simples relação de pessoa mais pessoa mais mensagem, mas sim um processo interativo [...] o objetivo do falante e ter sua ideia formulada em palavras faladas, ouvidas e traduzidas eficientemente pelo ouvinte de forma que a ideia que o ouvinte capta seja essencialmente original do falante. (PICCOLOTTO e SOARES, 1977, p.13).

Nesse processo o falante e o ouvinte se intercalam, se alternam: a cada momento um toma a posição de ouvinte ou de falante. Mesmo que o ouvinte não pronuncie uma palavra sequer, é capaz de enviar uma mensagem silenciosa. O falante por sua vez também é capaz de ouvir o que falou e pode corrigir suas falhas. Esse processo é conhecido como *feedback*, uma resposta dada a uma ação como forma de avaliação.

4.3. Podcast

A experiência daqueles que buscam seguir e servir a Deus, levar Sua Palavra, se faz necessária de atualização nos tempos modernos. Após mais de 2000 anos de fundação, a Igreja Católica saiu da Igreja primitiva, onde os primeiros cristãos se reuniam principalmente em pequenas casas particulares, para grandes encontros, como os que acontecem na Comunidade Canção Nova. Partiu-se de pregadores como Paulo de Tarso, que impactava a quem o ouvia “Todos os seus ouvintes

pasmavam...” (Atos 9,21), para multidões que são atingidas em tempo real, independentemente de onde estão, pelos atuais meios de comunicação.

Ainda vivemos em um tempo de cultos realizados em Igrejas e Santuários, mas o alcance das massas tem-se dado por meios de comunicação convencionais e atualmente com o advento de novas tecnologias portáteis, também por *podcast*. Tal recurso não se encontra na sequência de avanços tecnológicos dos meios de comunicação clássicos, rádio e televisão, mas é um ponto fora dessa cultura: *podcast* é um produto na jornada da internet.

O fenômeno é recente, mas em crescimento vertiginoso. [...] Religiosos também utilizam a tecnologia com os *Godcasts*, *podcasts* de cunho religioso utilizados por diversos cultos (católico, judeu, budista) para manter contato e ampliar o número de fiéis. O leque de opções é crescente e bastante diversificado, tanto em relação aos temas, quanto aos países ou línguas. (LEMOS, 2005).

Para Marcelo Kischinhevsky,

É preciso analisar não só o que se diz, mas como se diz, como estes conteúdos circulam, são apropriados pela audiência, ressignificados. Estamos só na infância da pesquisa sobre podcasting, que tem muito a ganhar com o arcabouço teórico-metodológico dos estudos radiofônicos. (KISCHINHEVSKY, 2022).

4.3.1. Conceito de *podcast*

O termo *podcast* tem 20 anos, foi criado em 2004. Durante esse tempo ocorreram muitas produções somadas à evolução de software e hardware. O nome desse nascente universo sonoro ocorreu pela junção de dois termos: *iPod*, que fazia referência a um produto da empresa *Apple Inc.*, com utilização de reproduzir mídias em um dispositivo portátil e, *broadcasting*, palavra do inglês, significado de radiodifusão (Rossetto e Ferraretto, 2023 *apud* Kischinhevsky 2024, p.17).

Antes, esse argumento já fora apresentado por outro estudioso que divulgava o mesmo pensamento de uma forma mais ampla. O termo *podcast* é formado pela junção do prefixo *pod* (abreviação de ‘Personal On Demand’, ligado ao *iPod*, reproduzidor de MP3 criado pela *Apple*) e do sufixo *cast*, derivado de *broadcast*, que significa ‘transmissão’ ou ‘radiodifusão’, conforme explica Bontempo (2021).

Hammersley, em 2004, utilizou o termo *podcasting* para descrever a criação de programas de áudio caseiros com distribuição via Internet. Em agosto do mesmo ano,

Adam Curry deu início à prática específica com o *Daily SourceCode*, um programa diário que trazia entrevistas e músicas gravadas em diversos locais. Contudo, não se tratava apenas de um programa de rádio convencional. Os episódios eram distribuídos por meio de RSS (*Really Simple Syndication*), um software em desenvolvimento por Dave Winer e Curry, que facilitava a distribuição e permitia que os ouvintes se ‘assinassem’ para receber os episódios automaticamente. Essa prática foi nomeada *podcasting*. (VICENTE, 2018).

Conforme os dados da *PodPesquisa 2020-2021*, a maior concentração de produção de *podcasts* no Brasil está na região Sudeste, que lidera com 54,21%. Além disso, 34,30% dos criadores acumulam funções de apresentador, editor e produtor. Desde 2018, houve um crescimento significativo de 70,03% na produção de conteúdo em português, sendo que 65,70% dos criadores desenvolvem *podcasts* como um hobby. No entanto, a pesquisa aponta mudanças nesse perfil, estimando que o Brasil possui atualmente cerca de 34,6 milhões de ouvintes. (ABPOD, 2021).

4.3.2. Elementos de criação

Pode-se nomear elementos de criação de um *podcast* aos seguimentos, a partir dos quais, se define um produto delineado para o usuário final. Eles auxiliam na constituição do *podcast* em si quanto à conformidade, sustentando o interesse do consumidor, transmitindo conhecimentos de maneira conveniente e resultando um exercício ímpar para o receptor.

O equilíbrio entre tais dados vai trazer inicialmente o zelo do público-alvo, depois o ajuste dessa população aos propósitos do trabalho realizado e, por fim, a fidelização ao conteúdo exposto. Em um *podcast*, é admitido, dependendo dos fins a que se destina:

Elementos de áudio: músicas de entrada e de término; efeitos acústicos (*background music*, ruídos, etc.); sonoplastia, desenho de som ou *sound design* podem ser determinantes no sucesso do produto *podcast*; sons de transição (usa-se na separação de segmentos); qualidade de áudio (nitidez, equalização).

Elementos de Conteúdo: roteiro (guia para a gravação, define a estrutura, muitas vezes é chamado mesmo de estrutura); introdução (curta e interessante para vincular o interesse da audiência); casos de estudo (contexto a ser trabalhado);

entrevistas com convidados ou especialistas; debate ou discussões; análise ou crítica (fecham o conteúdo).

Elementos de Estilo: tom de voz (a ser estabelecido em se considerando o público-alvo); linguagem (a formalidade, ou a ausência dela, também dependerá da audiência a que se destina); ritmo (na retórica é o ajuste de elementos como pronúncia, entonação, sotaque, volume e velocidade e volume da voz); personalidade do apresentador (preocupação empática, habilidade essencial para estabelecer diálogos e relações profundas entre quem fala e quem escuta).

Elementos Visuais: arte da capa (função de promoção do produto estética ou não); imagens promocionais (têm estratégia de marketing na promoção como, por exemplo, para redes sociais); vídeos complementares (aplicativos com fins didáticos para *YouTube* ou sites).

Elementos de Interatividade: perguntas e respostas (é a participação ativa do público com o conteúdo do dispositivo); comentários ou feedback dos ouvintes (é o retorno ao emissor da mensagem, como ela foi entendida e o que ela alcançou); enquetes e votações (não são sinônimos: enquete sonda opiniões; votações, avaliam se uma proposta é viável); concurso ou desafios (avaliações de aptidões para algo específico).

Elementos de Produção: edição de áudio (ação de organizar o material gravado por um programa ou por alguém, tecnicamente preparado); mixagem e masterização (cruciais no processo de produção: definem o produto final de uma música, por exemplo; mixagem, cria o equilíbrio final da obra; masterização, é o processo final de pós-produção para apurar falhas no som); gravação em estúdio ou remoto (em estúdios, maior qualidade, segurança e profissionalismo; remoto, precisam de melhor planejamento e de estarem equipadas adequadamente); equipamentos de áudio (microfones, entre outros).

4.3.3. Gêneros

Gêneros são os diferentes formatos, temas e estilos abordados nos fluxogramas. Os gêneros não são obrigatoriamente excludentes, como ocorre em textos de forma geral, a interpenetração entre eles pode acontecer. Um mesmo *podcast* pode se encaixar em mais de uma categoria. Destaca-se como importante a escolha de um, ou mais gêneros, que se adeque com o propósito do produto final.

Seguem exemplos de gêneros de *podcasts*:

Gêneros de Conteúdo: notícias e jornalismo (divulgam reportagens investigativas, notícias atualizadas e análises políticas); entretenimento (programados para focar cultura pop, séries, teatro, filmes e músicas entre outros); educação (oferecem cursos, conhecimentos, tutoriais e dicas sobre contextos variados); histórias e narrativas (contam histórias reais ou fictícias, podendo ter enfoque em dramatização); comédia: (propõe divertimento com piadas, comicidade e humor).

Gêneros de Estilo: documentário (apresentam temas profundos e complexos); ficção (relatam histórias fictícias); improvisação (propõem atuações improvisadas); experimental (quando experimentam novos estilos e formatos).

Gêneros de Formato: entrevistas (versam em conversas com convidados especiais); discussões e debates (reúne especialistas e/ou pessoas com opiniões divergentes para discutirem temas escolhidos); narrativas em série (histórias narradas numa sequência estabelecida); painéis e rodas de Conversa (grupos de pessoas debatendo assuntos variados; monólogos e reflexões (programas que apresentam reflexões filosóficas ou pessoais).

Para Rodrigo Tigre (2021), podemos entender que alguns gêneros possuem características específicas que decorrem da evolução do produto, porém, neste mercado há uma amplitude de formatos, alguns consolidados, outros por hora buscando aceitação junto aos consumidores, podendo ainda outras formas surgirem no futuro. O autor divide o universo das atuais produções em cinco formatos, são eles:

Mesacast: mesmo quem nunca ouviu falar do termo, com certeza, já ouviu algum conteúdo com essa característica. O mesacast é como uma mesa-redonda de áudio digital. [...] **Entrevistas e videocast:** com uma dinâmica parecida com o mesacast, nesses formatos também há uma conversa, mas com contornos e peculiaridades que se aproximam muito mais de uma entrevista do que de um debate. O vídeo não é uma obrigatoriedade, mas, nos últimos anos, esses podcasts também são transmitidos ao vivo, [...] **Storycast:** uma outra maneira de transmitir o conteúdo. Se você nunca ouviu esse termo, podemos dizer que o storycast pode ser o netinho da radionovela. [...] **Endocast:** uma novidade em termos de uso, traz o podcast como ferramenta de endomarketing. [...] **Notícias e insights:** o formato de notícias é autoexplicativo. Com linguagem jornalística em sua essência, os podcasts desse segmento são praticamente idênticos aos programas de rádio, mas com informações menos perecíveis. (TIGRE, 2021, p. 51-53).

Sobre o *podcast* de entrevistas, Renato Bontempo menciona que sendo um clássico no que se refere ao formato de programas de entrevistas, deve-se realizar essa dinâmica com simplicidade. Oferecer um conteúdo interessante e diversificado

aos ouvintes em cada episódio e se atentar para quando convidar pessoas para participarem dos programas, trazer entrevistados que atendam às expectativas dos que consomem *podcast*. (BONTEMPO, 2021, p. 59).

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O produto deste trabalho é um *podcast* que apresenta uma análise detalhada do modo de comunicação do fundador da Comunidade Canção Nova, Monsenhor Jonas Abib. Com base em entrevistas, pesquisa bibliográfica e análise de conteúdo, o *podcast* busca evidenciar a singularidade e a eficácia do estilo comunicativo de Jonas Abib.

O formato do *podcast* inclui:

- **Três entrevistas** realizadas com pessoas que tiveram contato direto ou analisaram a comunicação de Jonas Abib, incluindo uma profissional de comunicação e uma fonoaudióloga.
- **Elementos sonoros**, como música instrumental, utilização de carimbo produzido especialmente para o *podcast* e efeitos sonoros para ressaltar a eficiência da pregação de Jonas Abib.
- **Narrativa estruturada em um único episódio**, abordando temas como o carisma do sacerdote, sua trajetória evangelizadora e os impactos de sua comunicação na transformação de vidas.

Na prática, o *podcast* fornece um mergulho nos elementos da comunicação de Jonas Abib. Destaca suas características como orador e evangelizador. De forma paralela oferece um formato acessível e atual para alcançar diferentes públicos. O produto combina rigor acadêmico e linguagem acessível. Faz homenagem ao comunicador católico, no segundo ano de seu falecimento, proporcionando um material informativo, reflexivo e inspirador.

6. DESCRIÇÃO DO PROCESSO DE CRIAÇÃO

O processo de criação começou no primeiro período de 2024. Nesta fase, após um período da maturidade do tema e do tipo de produto a ser realizado, iniciaram-se as pesquisas e os primeiros escritos do pré-projeto orientados pela professora responsável pela disciplina. O trabalho foi tomando corpo conforme o tempo ia passando e o pré-projeto foi aprovado.

Com o início do segundo semestre e o tema já amadurecido, iniciaram-se as conversas com o orientador para verificar qual seria a melhor forma de construir o relatório e o produto.

A escolha dos entrevistados foi o primeiro passo antes de iniciarmos as entrevistas. Foi pensando em vários nomes que poderiam falar com propriedade sobre o comunicador Jonas Abib. Com a impossibilidade de alguns devido à falta de espaço na agenda, foram contatados inicialmente os que fazem parte da Comunidade Canção Nova. Com o aceite dos entrevistados, iniciou-se a etapa das gravações da entrevista em outubro na rádio Canção Nova, em Cachoeira Paulista, possibilitando assim uma melhor qualidade de áudio. Foram entrevistadas três pessoas. Algumas autorizações não puderam ser colhidas naquele momento, mas observou-se o recolhimento das assinaturas posteriormente.

A decupagem dos áudios recebidos por e-mail iniciou-se logo após a contratação do editor. Junto com a escolha dos trechos que seriam anexados no *podcast*, foi iniciado o processo de criação pensando no corpo do produto. Foi pensando na trilha que daria base às falas; para este momento buscou-se utilizar músicas instrumentais de padre Jonas Abib.

Depois da aprovação do roteiro pelo orientador, iniciaram-se as gravações dos *Offs*. Na produção, considerou-se o *podcast* gravado em ritmo de 'ao vivo', valorizando o conteúdo.

Ainda pensando na plástica do produto, foi convidada para gravar o 'carimbo' e dar dinamicidade ao conteúdo, a voz feminina de Juliana Xavier Coutinho Nunes.

O produto é apresentado em 1 bloco de 27 minutos, sem pausas. Foi necessário regravar alguns *Offs*, pensando na qualidade, isso sem prejuízo para a realização do trabalho. Após a avaliação pela banca, o relatório e o produto serão entregues na biblioteca.

7. SINOPSE

Um dos grandes nomes da evangelização católica no Brasil, Padre Jonas Abib, tinha como uma de suas principais características, uma comunicação clara e eficaz. Mas, afinal de contas, o que o levou a ser o grande comunicador que atraiu multidões para ouvir a Palavra de Deus?

Neste *podcast*, o missionário da Comunidade Canção Nova, Padre Evandro Lima, entrevista convidados que analisam o ser comunicador desse homem de e contam suas experiências ao serem tocados por suas palavras e gestos.

8. ROTEIRO FINAL

<p>LAUDA Nº: 01</p> <p>NOME DO <i>PODCAST</i>: JONAS ABIB: UM COMUNICADOR CANÇÃO NOVA</p> <p>TEMA: CARACTERÍSTICAS DO COMUNICADOR JONAS ABIB.</p> <p>DATA: 21/12/2024 HORÁRIO:10:00</p>
<p>DURAÇÃO: 1 BLOCOS DE 27 MINUTOS</p> <p>LOCUTOR: PADRE EVANDRO LIMA</p> <p>PRODUTOR: PADRE EVANDRO LIMA</p> <p>EDIÇÃO: RODRIGO CESAR BRAGA</p> <p>GRAVAÇÃO: JOSÉ AMILTON PINTO E GILBERTO ALVES DE ALMEIDA</p> <p>ENTREVISTADOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. PADRE WAGNER FERREIRA 2. CRISTIANE AVELINO 3. NANCI MECENAS LIMA
<p>TIPO: <i>PODCAST</i> GRAVADO NA RÁDIO CANÇÃO NOVA</p>

TÉCNICA	LOCUÇÃO
TEC SOBE E DESCE BG	
TEC	OFF VOZ PADRE JONAS
LOC	<p>BOM DIA, BOA TARDE, BOA NOITE, SEJA MUITO BEM-VINDO VOCÊ QUE ESCUTA A QUALQUER HORÁRIO ESTE PODCAST. //</p> <p>EU SOU O PADRE EVANDRO E ESTAREI NESTE EPISÓDIO FALANDO SOBRE A COMUNICAÇÃO DE JONAS ABIB. //</p>
TEC SOBE E DESCE BG	

<p>TEC SOBE E DESCE BG LOC</p>	<p>IMACULADO CORAÇÃO DE MARIA EM FÁTIMA, PORTUGAL.</p> <p>EM OUTUBRO DE 2007, JONAS ABIB RECEBEU O TÍTULO DE MONSENHOR, CONFERIDO PELO PAPA BENTO XVI, A PEDIDO DO ENTÃO BISPO DA DIOCESE DE LORENA, DOM BENEDITO BENI SANTOS.</p> <p>O SACERDOTE, EM 2008, COM 70 ANOS, GRAVOU “COMO É LINDA A NOSSA FAMÍLIA”, UM DVD ORQUESTRADO EM COMEMORAÇÃO AOS 30 ANOS DA COMUNIDADE.</p> <p>NESTE MESMO ANO, A COMUNIDADE CANÇÃO NOVA OBTEVE O RECONHECIMENTO PONTIFÍCIO <u>AD EXPERIMENTUM</u>, PELO VATICANO, EM ROMA. EM 2014 FOI OBTIDO O RECONHECIMENTO DEFINITIVO. A SANTA SÉ CONFERE À COMUNIDADE CANÇÃO NOVA O TÍTULO DE “ASSOCIAÇÃO DE FIÉIS INTERNACIONAL DE DIREITO PONTIFÍCIO” A SERVIÇO DA IGREJA NO MUNDO.</p> <p>EM JANEIRO DE 2009, A COMUNIDADE FUNDADA POR JONAS ABIB, FOI ADMITIDA OFICIALMENTE NA FAMÍLIA SALESIANA, REALIDADE QUE ALEGROU MUITO SEU CORAÇÃO.</p> <p>ENFIM, JONAS ABIB RETORNAVA À CONGREGAÇÃO CONHECIDA COMO “SALESIANOS DE DOM BOSCO”, QUE HONRA SÃO FRANCISCO DE SALES, PADROEIRO DOS JORNALISTAS.</p>
--	---

<p>TEC EFEITO TEC SOBE E DESCE BG LOC</p>	<p>A PARTIDA PARA A ETERNIDADE DE JONAS ABIB ACONTECEU DIA 12 DE DEZEMBRO DE 2022, APÓS UM PERÍODO DE ENFERMIDADE.</p> <p>PADRE JONAS, COMUNICOU COM SUA VIDA, PREGAÇÕES, LIVROS E MÚSICAS, UTILIZANDO DE MEIOS COMO RÁDIO, TV E INTERNET. SUA VOZ CONTINUA ECOANDO PELO SISTEMA DE COMUNICAÇÃO CANÇÃO NOVA. //</p>
<p>TEC SOBE E DESCE BG 1 LOC</p>	<p>ATRAVÉS DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO JONAS ABIB, FUNDADOR DA COMUNIDADE CANÇÃO NOVA FOI APRIMORANDO O SEU SER COMUNICADOR. //</p> <p>PARA REFLETIR SOBRE A COMUNICAÇÃO DE JONAS ABIB, E SEU MODO DE COMUNICAR, CONVERSEI COM ALGUMAS PESSOAS, ENTRE ELAS: //</p> <ul style="list-style-type: none">• O PRESIDENTE DA CANÇÃO NOVA PADRE WAGNER FERREIRA;• A MENTORA EM COMUNICAÇÃO CRISTIANE AVELINO;• A FONOAUDIÓLOGA NANCI MECENAS LIMA. //

	ACOMPANHE COMIGO AS ENTREVISTAS NESTE PODCAST.
TEC CARIMBO	PADRE JONAS: UM COMUNICADOR CANÇÃO NOVA
TEC SOBE E DESCE BG EFEITO	
LOC	<p>COMIGO ESTÁ O PADRE WAGNER FERREIRA DA SILVA, //</p> <p>PADRE WAGNER FERREIRA, O PRIMEIRO E ATUAL SUCESSOR DO MONSENHOR JONAS ABIB, É PRESIDENTE DESDE DE 2023.</p> <p>FOI ORDENADO DIA 27 DE DEZEMBRO DE 1999, COM O LEMA: “MEU ALIMENTO É FAZER A VONTADE DAQUELE QUE ME ENVIOU E REALIZAR A SUA OBRA”.</p> <p>ALÉM DA COMUNIDADE CANÇÃO NOVA, É TAMBÉM PRESIDENTE DA FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II.</p> <p>EM 1991 INTERROMPEU SEUS ESTUDOS NA ACADEMIA MILITAR DAS AGULHAS NEGRAS, EM RESENDE, RIO DE JANEIRO E NO ANO SEGUINTE INGRESSOU NA CANÇÃO NOVA.</p> <p>CONCLUIU O CURSO DE MESTRADO E DOUTORADO EM TEOLOGIA MORAL EM ROMA, NA ITÁLIA,</p> <p>EXERCEU SUA MISSÃO EM OUTRAS LOCALIDADES E EM CACHOEIRA PAULISTA TRABALHOU COMO PROFESSOR DE FACULDADE, REITOR DO SEMINÁRIO E TAMBÉM COMO FORMADOR GERAL.</p> <p>SEJA MUITO BEM-VINDO PADRE. //</p>

TEC SOBE E DESCE BG	OFF 1 PADRE WAGNER
LOC	PADRE, REFERENTE À COMUNICAÇÃO DO PADRE JONAS. O QUE O SENHOR PODERIA FALAR DO MODO DE COMUNICAR DE JONAS ABIB?
TEC	OFF 2 PADRE WAGNER
LOC	<p>EU ESTOU CONVERSANDO COM O PADRE WAGNER FERREIRA, SOBRE O MODO DE COMUNICAR DE JONAS ABIB. //</p> <p>PADRE WAGNER, EXISTE ALGO QUE O SENHOR GOSTARIA DE RESSALTAR SOBRE O COMUNICADOR JONAS ABIB, ALGO QUE O INSPIRA?</p>
TEC	OFF 3 PADRE WAGNER
LOC	<p>EU QUERO AGRADECER A PARTICIPAÇÃO AQUI DO PADRE WAGNER FERREIRA, NESTE PODCAST QUE PRETENDE MOSTRAR UM POUCO DE COMO COMUNICAVA O PADRE JONAS. //</p> <p>PADRE MUITO OBRIGADO PELAS SUAS INFORMAÇÕES E POR CONTRIBUIR PARA O CONTEÚDO DESTES PODCAST.</p>
TEC	OFF 4 PADRE WAGNER
LOC	QUE GRANDE ALEGRIA RECEBER O PRESIDENTE DA CANÇÃO NOVA EM NOSSOS ESTÚDIOS. ELE, ALÉM DE TER A RESPONSABILIDADE DE CONDUZIR OS TRABALHOS DE EVANGELIZAÇÃO, PERPETUA O

	CARISMA DE COMUNICAÇÃO, DEIXADO AOS MEMBROS PELO PADRE JONAS.
TEC CARIMBO	PADRE JONAS: UM COMUNICADOR CANÇÃO NOVA
TEC SOBE E DESCE BG	
LOC	<p>CONTINUAMOS NOSSO BATE PAPO NESTE PODCAST. QUEM CONVERSA COMIGO AGORA É CRISTIANE AVELINO, QUE TEM UMA LARGA EXPERIÊNCIA EM COMUNICAÇÃO. //</p> <p>CRISTIANE É APRESENTADORA DE TV, LOCUTORA DE RÁDIO, POSSUI FORMAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, RECURSOS HUMANOS E RÁDIO E TV.</p> <p>TEM EXPERIÊNCIA NA ÁREA DE COMUNICAÇÃO, ORATÓRIA, MARKETING, VENDAS, SOCIAL MEDIA, GERENCIADORA DE REDES SOCIAIS E MENTORIA.</p> <p>ATUOU POR CINCO ANOS NA CANÇÃO NOVA, NO SETOR DE MARKETING DO DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUAIS DA CANÇÃO NOVA – DAVI.</p> <p>FOI PRODUTORA E APRESENTADORA DO PROGRAMA PORTA A PORTA NA RÁDIO CANÇÃO NOVA E NO CANAL PORTA A PORTA NO YOUTUBE.</p> <p>//</p> <p>CRISTIANE SEJA MUITO BEM-VINDA NESTE PODCAST://</p>
TEC SOBE E DESCE BG	OFF 1 CRISTIANE AVELINO

LOC	CRISTIANE NÓS SABEMOS QUE PADRE JONAS FOI MUITO ATUANTE NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO, EU QUERIA QUE VOCÊ RESSALTASSE PARA NÓS, QUAIS AS CARACTERÍSTICAS QUE UM COMUNICADOR DEVE TER?
TEC	OFF 2 CRISTIANE AVELINO
LOC	COM BASE NA SUA EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL, É POSSÍVEL AFIRMAR QUE JONAS ABIB ERA UM BOM COMUNICADOR, POR QUÊ?
TEC	OFF 3 CRISTIANE AVELINO
LOC	O FUNDADOR DA CANÇÃO NOVA, EM SEU ANÚNCIO, CONSIDERAVA A PESSOA COMO ÚNICA, MESMO QUANDO FALAVA PARA UMA MULTIDÃO. SEGUNDO O SEU CONHECIMENTO PROFISSIONAL, É POSSÍVEL PERCEBER TÉCNICAS PRESENTES NA COMUNICAÇÃO DO COMUNICADOR JONAS ABIB PARA ENVOLVER O PÚBLICO?
TEC	OFF 4 CRISTIANE AVELINO
LOC	CRISTIANE, HÁ ALGUMA PREGAÇÃO DO PADRE JONAS QUE TE CAUSOU IMPACTO, ISTO É, A COMUNICAÇÃO QUE ELE FEZ EM VOCÊ FOI EFICAZ?
TEC	OFF 5 CRISTIANE AVELINO
LOC	EU QUERO AGRADECER A PARTICIPAÇÃO DA CRISTIANE AVELINO, MUITO OBRIGADO PELA PARTICIPAÇÃO, A CASA ESTÁ SEMPRE ABERTA

	PARA VOCÊ AQUI NA CANÇÃO NOVA E DE UMA FORMA ESPECIAL NESTE PODCAST ://
TEC	OFF 6 CRISTIANE AVELINO
TEC CARIMBO	PADRE JONAS: UM COMUNICADOR CANÇÃO NOVA
TEC SOBE E DESCE BG	
LOC	<p>NA EDIÇÃO DESTA <i>PODCAST</i> QUE ESTÁ TRATANDO DA COMUNICAÇÃO DE JONAS ABIB, TEMOS MAIS UMA ENTREVISTA. //</p> <p>COMIGO NOS ESTÚDIOS ESTÁ A FONOAUDIÓLOGA NANCI MECENAS LIMA//</p> <p>NANCI É FORMADA DESDE 2003, COM 21 ANOS DE ATUAÇÃO NA ÁREA.</p> <p>POSSUI ESPECIALIZAÇÃO EM AUDIOMETRIA, PELO INSTITUTO DE ESTUDOS AVANÇADO DE AUDIÇÃO, QUE É UM CENTRO DE ENSINO QUE OFERECE CURSOS E APERFEIÇOAMENTOS PROFISSIONAIS E TEM COMO MISSÃO FORMAR PROFISSIONAIS QUALIFICADOS VALORIZANDO AS RELAÇÕES HUMANAS.</p> <p>ATUA COMO FONOAUDIÓLOGA CLÍNICA NAS ÁREAS DE VOZ, MOTRICIDADE OROFACIAL, LINGUAGEM ESCRITA E LINGUAGEM ORAL.</p> <p>NANCI TAMBÉM É MEMBRO DA COMUNIDADE CANÇÃO NOVA NO MODO DE VIDA DO SEGUNDO ELO, ISTO É, EXERCE SUA CONSAGRAÇÃO FORA DE UMA CASA COMUNITÁRIA.</p>

	SEJA BEM-VINDA NANCI, OBRIGADO PELA SUA PARTICIPAÇÃO!
TEC SOBE E DESCE BG	OFF 1 NANCI MECENAS LIMA E APRESENTADOR
LOC	NANCI, EM QUAIS ASPECTOS A FONOAUDIOLOGIA PODE MELHORAR OU FACILITAR A COMUNICAÇÃO?
TEC	OFF 2 NANCI MECENAS LIMA
LOC	PELA FONOAUDIOLOGIA É POSSÍVEL VERIFICAR SE A PESSOA POSSUI UMA BOA COMUNICAÇÃO?
TEC	OFF 3 NANCI MECENAS LIMA
LOC	SEGUNDO A FONOAUDIOLOGIA, QUE TÉCNICAS O ORADOR PODE UTILIZAR PARA UMA BOA COMUNICAÇÃO?
TEC	OFF 4 NANCI MECENAS LIMA
LOC	QUAIS OS ELEMENTOS QUE APONTAM QUE A PESSOA É UM BOM COMUNICADOR?
TEC	OFF 5 NANCI MECENAS LIMA
LOC	ESTOU CONVERSANDO COM A FONOAUDIÓLOGA NANCI MECENAS LIMA QUE ESTÁ TRAZENDO MUITAS INFORMAÇÕES PRECIOSAS SOBRE COMUNICAÇÃO PARA NÓS. NANCI, DIANTE DO SEU CONHECIMENTO E DESSES ELEMENTOS PODEMOS DIZER QUE JONAS ABIB FOI UM BOM COMUNICADOR?

TEC	OFF 6 NANJI MECENAS LIMA
LOC	NANJI OBRIGADO PELA SUA ENTREVISTA, DISPONIBILIDADE E PARTICIPAÇÃO NESTE PODCAST .
TEC	OFF 7 NANJI MECENAS LIMA
TEC CARIMBO	PADRE JONAS: UM COMUNICADOR CANÇÃO NOVA
TEC SOBE E DESCE BG	
LOC	<p>CADA ENTREVISTADO CONTRIBUIU COM INFORMAÇÕES VALIOSAS QUE SERVIRAM PARA VERIFICAR SE A COMUNICAÇÃO DE JONAS ABIB POSSUÍA ELEMENTOS PARA O CARACTERIZAR COMO UM BOM COMUNICADOR.</p> <p>A FONOAUDIÓLOGA NANJI CONTRIBUIU COM ESSA ANÁLISE INFORMANDO SOBRE AS TÉCNICAS DISPONÍVEIS NA FONOAUDIOLOGIA, COMO POR EXEMPLO: ARTICULAÇÃO CLARA, CONTROLE DE VELOCIDADE E PROJEÇÃO VOCAL.</p> <p>NANJI COMENTOU TAMBÉM QUE O BOM ORADOR DEVE TER CLAREZA DAS IDEIAS, OBJETIVIDADE E ABERTURA AO FEEDBACK.</p> <p>RESSALTOU A UTILIZAÇÃO DA LINGUAGEM CORPORAL E O CONTROLE EMOCIONAL PARA UMA BOA COMUNICAÇÃO.</p>

<p>TEC SOBE E DESCE BG LOC</p>	<p>AO CONVERSAR COM CRISTIANE AVELINO ELA RESSALTA ALGUNS ELEMENTOS QUE UM BOM COMUNICADOR DEVE TER: SABER OUVIR, POSSUIR IDEIAS CLARAS, NÃO TER VÍCIOS DE LINGUAGENS, USAR DE OBJETIVIDADE, DOMÍNIO DE CONTEÚDO. E QUE UTILIZAVA NA COMUNICAÇÃO QUE REALIZAVA A LINGUAGEM CORPORAL.</p> <p>FICOU CLARO PARA MIM E ACREDITO TAMBÉM PARA VOCÊ, QUE PADRE JONAS É UM EXCELENTE COMUNICADOR, DIANTE DE TUDO AQUILO QUE ELE FEZ, E TUDO QUE COMUNICOU PRA NÓS E CONTINUA COMUNICANDO ATRAVÉS DO SISTEMA CANÇÃO NOVA DE COMUNICAÇÃO.</p> <p>EU QUERO AGRADECER MUITO A TODAS AS PESSOAS QUE PARTICIPARAM DESTE PODCAST E AGRADEÇO A VOCÊ TAMBÉM, QUE FICOU COMIGO ATÉ ESTE MOMENTO.</p> <p>EU SOU O PADRE EVANDRO LIMA E TE ESPERO MO PRÓXIMO EPISÓDIO.</p>
<p>TEC DESCE BG</p>	

9. ORÇAMENTO

9.1. Orçamento Ideal

ITENS	VALOR
Revisão	R\$ 480,00
Impressão e Encadernação	R\$ 400,00
Edição do <i>podcast</i>	R\$ 780,00
TOTAL	R\$ 1.660,00

9.2. Orçamento Real

ITENS	VALOR
Revisão	R\$ 200,00
Impressão e Encadernação	R\$ 300,00
Edição do <i>podcast</i>	R\$ 400,00
TOTAL	R\$ 900,00

10. PÚBLICO ALVO

O *podcast* é voltado para:

1. **Fieis católicos:** Pessoas interessadas em aprofundar seus conhecimentos sobre a vida e a obra de Padre Jonas Abib, especialmente aqueles que já acompanham a Comunidade Canção Nova.
2. **Estudantes e profissionais de comunicação:** Aqueles que desejam explorar exemplos de uma comunicação eficaz, de maneira especial no âmbito religioso, para compreender os recursos utilizados.
3. **Jovens Cristãos:** Integrantes de movimentos juvenis, como a Renovação Carismática Católica, que buscam inspiração na forma dinâmica e inovadora de como Jonas Abib realizava o anúncio do evangelho.
4. **Educadores e líderes religiosos:** Pessoas que atuam no ensino religioso, pregação ou cooperam com grupos ou comunidades, e que podem usar a experiência do comunicador Jonas Abib como referência em suas palestras.
5. **Admiradores de podcasts:** Ouvintes que apreciam conteúdos biográficos, reflexivos e históricos, se interessam por esse tipo de aprendizado e, conseqüentemente, buscam neles inspiração, especialmente no campo da espiritualidade e da religião.

O conteúdo é ideal para pessoas que desejam aprender mais sobre como a comunicação pode ser usada como ferramenta de transformação e conteúdo para uma boa evangelização.

11. VIABILIDADE DE EXIBIÇÃO DO PRODUTO

Segundo dados do PodPesquisa 2024, o Brasil tem cerca de 32 milhões de ouvintes de *podcasts*, mostrando que este formato é uma ferramenta eficiente para alcançar um público de usuários que por eles se interessam. (ABPOD, 2024, p. 1). O crescimento contínuo da mídia sonora nesse formato confirma seu potencial como canal de evangelização e disseminação de conteúdo.

Em relação à distribuição e ao consumo, o *podcast* pode ser disponibilizado gratuitamente em plataformas populares como *Spotify*, *Deezer*, *Apple Podcasts* e *Google Podcasts*, garantindo fácil acesso ao público que utiliza, por exemplo, o smartphone ou computadores.

12. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para a realização deste podcast, três pessoas que tiveram a oportunidade de conviver com o ser humano Jonas Abib participaram do projeto.

Com informações relevantes, cada um dos entrevistados enriqueceu o curso do trabalho. Ao concluir o produto, tais notas engrandeceram os resultados obtidos. Também permitiram verificar os potenciais elementos de um comunicador enquanto presentes na pessoa de Jonas Abib. Os propósitos elencados foram empreitar ações para caracterizar a comunicação de Jonas Abib e verificar se ela continha subsídios para tê-lo como um bom comunicador.

Coerente com essa realidade, o podcast foi produzido apoiando-se em um levantamento bibliográfico, literário, fornecendo teorias e conteúdos propícios, além das entrevistas realizadas, para o desenvolvimento da pesquisa. O ente comunicador, que se procura apresentar, e seus elementos constitutivos (discursos, a estrutura dos conteúdos etc.), tangencia os ouvintes de forma impactante: leva a Palavra de Deus, é capaz de mudar vidas e de fazer realizar experiências com o Espírito Santo.

O anúncio realizado com base no conhecimento, que teve como fonte a Palavra de Deus, demonstrou que a comunicação eficaz e o testemunho coerente com a vida influenciam muitas pessoas ao seguimento de Cristo. Jonas Abib tem ainda muito a ensinar. O arsenal de conteúdo deixado por ele, disponibilizado nas mídias sociais, pode ainda hoje levar muitos à conversão. O *podcast* colocou em evidência pessoas que se alimentaram de seus ensinamentos e, ainda, permite que uma parte da história da Igreja Católica, a qual ele ajudou a escrever, continue viva na vida das crentes.

A vivência e o discurso precisam seguir em unidade próxima para demonstrar uma relação lógica entre os elementos da comunicação, isto é, o emissor, o receptor e a mensagem.

Os elementos de comunicação presentes em Jonas Abib corroboram a motivação em pesquisar sobre o ser comunicador que se apresenta em Jonas Abib, e conferem assertividade à sua mensagem eficaz.

REFERÊNCIAS

- ABIB, J. **Céus Novos e uma Terra Nova**. Cachoeira Paulista: Canção Nova, 2009.
- ABIB, J. **Canção Nova: uma obra de Deus**. Cachoeira Paulista: Canção Nova, 2012.
- ABPOD. **Podpesquisa 2020-2021 Produtor**. 2020. Disponível em: <https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/12/Podpesquisa-Produtor-2020-2021_Abpod-Resultados.pdf>. Acesso em: 11 mai. 2021.
- ABPOD. **Resultados PodPesquisa 2024/2025 da Associação Brasileira de Podcasters (ABPod) Panorama do Podcast no Brasil: Desafios e Oportunidades**. 2024. Disponível em: <https://abpod.org/wp-content/uploads/2024/10/PodPesquisa_2024_2025FINAL-1.pdf>. Acesso em 23 nov. 2024.
- ARAÚJO, I. **Principais marcos da trajetória de Monsenhor Jonas Abib**: confira suas principais obras e dizeres marcantes. A12 Redação. 2022. Disponível em: <<https://www.a12.com/redacaoa12/noticias/principais-marcos-da-trajetoria-de-monsenhor-jonas-abib>>. Acesso em: 02 dez. 2024.
- BACCEGA, M. A. **Palavra e discurso**: história e literatura. São Paulo: Ática, 1995.
- BARROS, D. L. P. **Teoria do discurso**: fundamentos semióticos. São Paulo: Atual, 1988.
- BÍBLIA SAGRADA. **Bíblia Ave Maria**. Tradução dos Monges Beneditinos de Maredsous (Bélgica). 151. ed. São Paulo: Editora Ave-Maria, 2020.
- BONTEMPO, R. **Podcast descomplicado**: crie *podcasts* impossíveis de serem ignorados. Minas Gerais: Bicho de Goiaba, 2021.
- BORDENAVE, J. E. D. **O que é comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- BUCHWITZ, S. Podcast deve ser uma das principais mídias em 2024. **meio&mensagem**. 21 dez. 2023. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/opiniaopodcast-deve-ser-uma-das-principais-midias-em-2024>>. Acesso em: 23 nov. 2024.
- CHALITA, G. **Eu Acredito em Milagres**. A história de padre Jonas Abib. Cachoeira Paulista: Canção Nova, 2006.
- CITELLI, A. **Escola, linguagem e diversidade cultural nos contextos midiáticos**. Comunicação & Educação, São Paulo, Brasil, v. 12, n. 3, p. 7–13, 2007. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37653>>. Acesso em: 26 nov. 2024.
- DEFLEUR, M. L.; BALL-ROKEACH, S. **Teorias da Comunicação de Massas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

DORIA, F. A.; DORIA, P. **Comunicação dos fundamentos à internet**. Rio de Janeiro: Editora Revan Ltda, 1999.

GONTIJO, S. **O Livro de Ouro da Comunicação**. Rio de Janeiro, Ediouro, 2004.

KISCHINHEVSKY, M. **Marcelo Kischinhevsky**: novas perspectivas para os estudos de podcast no Brasil. Entrevista concedida à RELLSTAB, C. C. Revista Alterjor – Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA - USP), Ano 12, v. 01, ed. 25, p. 171-174, Jan./Jun. 2022. Disponível em: <<https://bit.ly/3v8ZsfF>>. Acesso em: 09 abr. 2022.

KÜNSCH, D.; CARRARO, R. **O padre**: história de vida do padre Jonas Abib. Cachoeira Paulista: Fundação João Paulo II, 2023.

KYRILLOS, L.; COTES, C.; FEIJÓ, D. **Voz e corpo na tv**: a fonoaudiologia a serviço da comunicação. São Paulo: Globo Livros, 2003.

LEMOS, A. **O fenômeno mundial dos podcasts**. Digestivo Cultural. 2005. Disponível em:

<https://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=118&titulo=O_fenomeno_mundial_dos_podcasts>. Acesso em 16 nov. 2024.

MOURA, C. P.; LOPES, M. I. V. (Org.). **Pesquisa em Comunicação**: metodologias e práticas acadêmicas. Porto Alegre: Loyola, 2016.

PAULO VI. **EVANGELII NUNTIANDI**. Vaticano: 1975. Disponível em: <https://www.vatican.va/content/paul-vi/pt/apost_exhortations/documents/hf_p-vi_exh_19751208_evangelii-nuntiandi.html>. Acesso em: 15 nov. 2024.

PEREIRA, R. L. **Conceito de Comunicação**. e-Com. 2013. Disponível em: <<https://revistas.unibh.br/ecom/article/view/1059/642>>. Acesso em: 25 nov. 2024.

PICCOLOTTO, L.; SOARES, R. M. F. **Técnicas de impostação e comunicação oral**. São Paulo: Edições Loyola, 1977.

RAMPAZZO, L. **Metodologia científica**: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação. 8. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2015.

ROSSETTO, A.; FERRATTO, L. A. **O podcast como instituição social independente**: provocações a partir dos estudos radiofônicos no Brasil. Revista Latinoamericana de Ciências de la Comunicación. Caracas. 2023. In: KISCHINHEVSKY, M. **Cultura do Podcast**: Reconfigurações do Rádio Expandido. Rio de Janeiro: Mauad X, 2024.

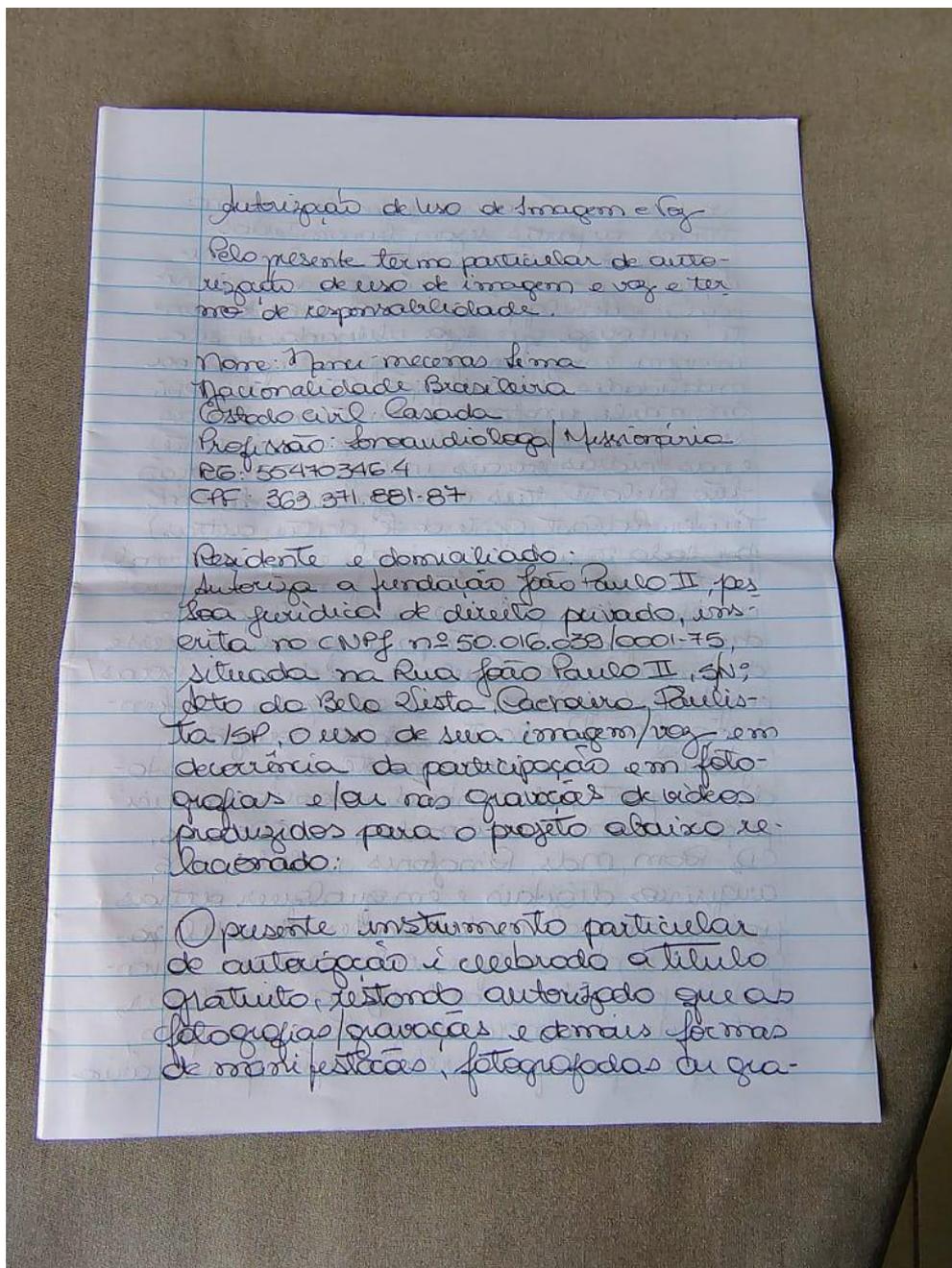
SILVA, T.C. **Fonética e fonoaudiologia do português**: roteiro de estudos e guia de exercícios. São Paulo: Contexto, 2007.

TIGRE, R. **PODCAST S/A**: uma revolução em alto e bom som. São Paulo, SP: Nacional, 2021.

VICENTE, E. **Do rádio ao *podcast***: as novas práticas de produção e consumo de áudio. In: SILVA, G. *et al.* (Org.). **Emergências periféricas em práticas midiáticas**. São Paulo: ECA/USP, 2018.

ANEXOS

AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ (Nanci Mecenas Lima)



vidas, em áudio ou vídeo, bem como
trechos de partes sejam transmitidos
pelo Sistema Concaó Nova de Comuni-
cação ou por meio de veículos de comuni-
cação e divulgação diversos. O autoriza-
te autoriza que seja utilizada a sua
imagem e voz em quaisquer suportes ou
modalidades de utilização (TV, udov, IPTV,
SMS, mobile, ringtons internet com todas
suas ferramentas e tecnologia existentes
e nas mídias sociais utilizadas Fundação
São Paulo II, tais como Youtube, Facebook,
Twitter, RedCast, G+te de Fe, dentre outras)
por todo território nacional e internacional,
no todo ou em parte, de forma "ao vivo"
ou gravada, podendo a reprodução se-
dar a qualquer tempo, conforme interesse
da Fundação São Paulo II ou das emissoras/
empresas afiliadas ou coligadas. A Fun-
dação São Paulo II está autorizada,
gratuita e exclusivamente, a fixar o to-
do ou parte, do conteúdo de sua partici-
pação acima mencionada, em CDs, DVDs,
CD-Rom, mds, Ringtons, mobile, sms,
arquivos digitais e em qualquer outras
plataformas ou modalidades de utiliza-
ção existentes ou que venham a ser inven-
tadas, podendo a autoridade develgar,
distribuir e comercializar tais fixações,
sem que qualquer remuneração

seja devida ao Autorizante
autoriza-se, pois que a fundação João
Paulo II, mediante observância da Lei
13.709/2018 - LGPD, utilize, além dos
testemunhos eventualmente colhidos,
os dados pessoais concernentes à di-
culpação de imagem, voz, nome e pseudô-
nimo do Autorizante para fins pu-
blicitários, bem como para demais fins
consequentes com o presente termo. O pre-
sente instrumento particular de auto-
rização é celebrado em caráter definiti-
vo, irrevogável, obrigando as partes, por
si e por seus sucessores a qualquer títu-
lo, a respeitarem integralmente os ter-
mos e condições estipuladas no presente
instrumento.

Cachoeira Paulista - SP de novembro de 2024.

Mari Mercedes Lima
Autorizante

AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ (Padre Wagner F. Silva)

DocuSign Envelope ID: 5A5DA7E5-B415-450A-8916-275667388AA5

AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Eu, **WAGNER FERREIRA DA SILVA**, missionário, solteiro, sacerdote, portador do RG nº: 65.440.203-6 SSP/SP e inscrito no CPF nº: 014.134.237-44, autorizo livre e voluntariamente, o pesquisador **Evandro do Nascimento Lima**, inscrito no CPF nº 953.301.277-34 a utilizar as minhas fotografias, filmagens e/ou gravações para fins de pesquisa científica/educacional.

Autorizo e concordo em participar do Trabalho de Conclusão de Curso do acadêmico **Evandro do Nascimento Lima**, para a Faculdade Canção Nova do ano de 2024.

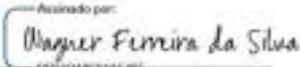
Concordo que a minha imagem e voz possa ser utilizada de forma específica pelo Autorizado para o referido trabalho e divulgação em aulas, congressos, eventos científicos, palestras, dissertações, teses e/ou periódicos científicos e em mídias sociais.

A presente autorização é concedida a título gratuito e por prazo definitivo.

Autorizo a **Comunidade Canção Nova- Associação Internacional Privada de Fiéis**, inscrita no CNPJ nº04.251.333/0001-44, a utilizar de forma gratuita e exclusiva, podendo fixar o todo ou parte, do conteúdo de minha participação, acima mencionada, em CDs, DVDs, CDs-ROM, Mds, Ringtones, Mobile, SMS, arquivos digitais e em quaisquer outras plataformas ou modalidades de utilização existentes ou que venham a ser inventadas, podendo inclusive licenciar a terceiros, de forma direta ou indireta, e a inserção em materiais para toda e qualquer finalidade, seja para uso comercial, de publicidade, jornalístico, editorial, didático e outros que existam ou venham a existir no futuro, para veiculação/distribuição em território nacional e internacional.

Por esta ser a expressão da minha vontade, declaro que autorizo o uso acima descrito, sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à imagem ora autorizada ou a qualquer outro.

Cachoeira Paulista, data da conclusão da assinatura eletrônica.

Assinado por:

WAGNER FERREIRA DA SILVA

AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ (Cristiane H. S. Avelino)



Formando Homens Novos para o Mundo Novo

AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Pelo presente termo particular de autorização de uso de imagem e voz e termo de responsabilidade,

Nome: *Cristiane Helena da Silva Avelino*

Nacionalidade: *Brasileira*

Estado Civil: *Casada*

Profissão: *Locutora*

RG nº: *LM-901-267-3*

CPF nº: *367.671.388-51*

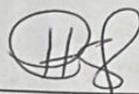
Residente e domiciliado:

Autoriza a FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob nº 50.016.039/0001-75, situada na Rua João Paulo II, s/nº, Alto da Bela Vista, Cachoeira Paulista/SP, o uso de sua imagem/voz, em decorrência da participação em fotografias e/ou nas gravações de vídeos produzidos para o projeto abaixo relacionado:

O presente instrumento particular de autorização é celebrado a título gratuito, restando autorizado que as fotografias/gravações e demais formas de manifestações, fotografadas ou gravadas, em áudio ou vídeo, bem como trechos ou partes destes sejam transmitidos pelo Sistema Canção Nova de Comunicação ou por meio de veículos de comunicação e divulgação diversos. O Autorizante autoriza que seja utilizada a sua imagem e voz em quaisquer suportes ou modalidades de utilização (TV, WEBTV, IPTV, SMS, Mobile, ringtones internet com todas suas ferramentas e tecnologia existentes e nas mídias sociais utilizadas Fundação João Paulo II, tais como Youtube, Facebook, Twitter, Podcast, Gente de Fé, dentre outras) por todo território nacional e internacional, no todo ou em parte, de forma "ao vivo" ou gravada, podendo a reexibição se dar a qualquer tempo, conforme interesse da Fundação João Paulo II ou das emissoras/ empresas afiliadas ou coligadas. A FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II está autorizada, gratuita e exclusivamente, a fixar o todo ou parte, do conteúdo de sua participação, acima mencionada, em CDs, DVDs, CDs-ROM, Mds, Ringtones, Mobile, SMS, arquivos digitais e em quaisquer outras plataformas ou modalidades de utilização existentes ou que venham a ser inventadas, podendo a autorizada divulgar, distribuir e comercializar tais fixações, sem que qualquer retribuição pecuniária seja devida ao Autorizante.

Autoriza-se, pois, que a Fundação João Paulo II, mediante observância da lei 13.709/2018 - LGPD, utilize, além dos testemunhos eventualmente colhidos, os dados pessoais concernentes à divulgação de imagem, voz, nome e pseudônimo do Autorizante para fins publicitários, bem como para demais fins congruentes com o presente termo. O presente instrumento particular de Autorização é celebrado em caráter definitivo, irrevogável e irrevogável, obrigando as partes por si e por seus sucessores a qualquer título, a respeitarem integralmente os termos e condições estipuladas no presente instrumento.

Cachoeira Paulista, 29 de Outubro de 2024.



Autorizante

APÊNDICES

PAUTAS DAS ENTREVISTAS DO PODCAST - ENTREVISTA Nº: 01

PROGRAMA:	PODCAST: JONAS ABIB: UM COMUNICADOR CANÇÃO NOVA
PAUTA:	CARACTERÍSTICAS DO COMUNICADOR JONAS ABIB.
DATA E HORÁRIO:	DIA 10/10/2024 ÀS 10 HORAS
LOCAL:	RÁDIO CANÇÃO NOVA
PRODUTOR:	PADRE EVANDRO LIMA
ENTREVISTADO:	NANCI MECENAS LIMA
ASSUNTO:	MODO DE COMUNICAR DE JONAS ABIB
INSTRUÇÕES: GRAVAÇÃO DO <i>PODCAST</i> COM O CONVIDADO (A) SOBRE A COMUNICAÇÃO DE JONAS ABIB. SERÁ UMA CONVERSA, UM BATE PAPO DESCONTRAÍDO QUE PODE SER INTERROMPIDO PARA SOLUCIONAR UMA DÚVIDA SE UMA FALA NÃO FICO CLARA OU NECESSITA DE INFORMAÇÕES MAIS APROFUNDADAS.	
PERGUNTAS: <ul style="list-style-type: none"> ● NANCI, EM QUAIS ASPECTOS A FONOAUDIOLOGIA PODE MELHORAR OU FACILITAR A COMUNICAÇÃO? ● PELA FONOAUDIOLOGIA É POSSÍVEL VERIFICAR SE A PESSOA POSSUI UMA BOA COMUNICAÇÃO? ● SEGUNDO A FONOAUDIOLOGIA, QUE TÉCNICAS O ORADOR PODE UTILIZAR PARA UMA BOA COMUNICAÇÃO? ● QUAIS OS ELEMENTOS QUE APONTAM QUE A PESSOA É UM BOM COMUNICADOR? ● NANCI, DIANTE DO SEU CONHECIMENTO E DESSES ELEMENTOS PODEMOS DIZER QUE JONAS ABIB FOI UM BOM COMUNICADOR? 	
OBSERVAÇÕES:	

PAUTAS DAS ENTREVISTAS DO PODCAST - ENTREVISTA Nº: 02

PROGRAMA:	PODCAST: JONAS ABIB: UM COMUNICADOR CANÇÃO NOVA
PAUTA:	CARACTERÍSTICAS DO COMUNICADOR JONAS ABIB.
DATA E HORÁRIO:	DIA 17/10/2024 ÀS 10 HORAS
LOCAL:	RÁDIO CANÇÃO NOVA
PRODUTOR:	PADRE EVANDRO LIMA
ENTREVISTADO:	PADRE WAGNER FERREIRA
ASSUNTO:	MODO DE COMUNICAR DE JONAS ABIB
<p>INSTRUÇÕES: GRAVAÇÃO DO <i>PODCAST</i> COM O CONVIDADO (A) SOBRE A COMUNICAÇÃO DE JONAS ABIB. SERÁ UMA CONVERSA, UM BATE PAPO DESCONTRAÍDO QUE PODE SER INTERROMPIDO PARA SOLUCIONAR UMA DÚVIDA SE UMA FALA NÃO FICO CLARA OU NECESSITA DE INFORMAÇÕES MAIS APROFUNDADAS.</p>	
<p>PERGUNTAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● COMUNICAÇÃO, PADRE JONAS. O QUE O SENHOR PODERIA FALAR SOBRE O MODO DE COMUNICAR DO PADRE JONAS ABIB? ● HOJE, COMO O PADRE JONAS TE INSPIRA NA SUA MISSÃO ESPECÍFICA DE PRESIDENTE? ● O SENHOR TEM ALGUMA EXPERIÊNCIA MARCANTE QUE QUEIRA COMPARTILHAR? ● EXECUTANDO O PADRE JONAS, TEM ALGUMA PREGAÇÃO DELE QUE TE INSPIROU, A PONTO DE TRANSFORMAR A SUA VIDA? UMA COMUNICAÇÃO REALMENTE EFICAZ DO PADRE JONAS? 	
<p>OBSERVAÇÕES:</p>	

PAUTAS DAS ENTREVISTAS DO PODCAST - ENTREVISTA Nº: 03

PROGRAMA:	PODCAST: JONAS ABIB: UM COMUNICADOR CANÇÃO NOVA
PAUTA:	CARACTERÍSTICAS DO COMUNICADOR JONAS ABIB.
DATA E HORÁRIO:	DIA 29/10/2024 ÀS 15 HORAS
LOCAL:	RÁDIO CANÇÃO NOVA
PRODUTOR:	PADRE EVANDRO LIMA
ENTREVISTADO:	CRISTIANE AVELINO
ASSUNTO:	MODO DE COMUNICAR DE JONAS ABIB
<p>INSTRUÇÕES: GRAVAÇÃO DO <i>PODCAST</i> COM O CONVIDADO (A) SOBRE A COMUNICAÇÃO DE JONAS ABIB. SERÁ UMA CONVERSA, UM BATE PAPO DESCONTRAÍDO QUE PODE SER INTERROMPIDO PARA SOLUCIONAR UMA DÚVIDA SE UMA FALA NÃO FICOU CLARA OU NECESSITA DE INFORMAÇÕES MAIS APROFUNDADAS.</p>	
<p>PERGUNTAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● CRISTIANE NÓS SABEMOS QUE O PADRE JONAS FOI MUITO ATUANTE NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO, EU QUERIA QUE VOCÊ FALASSE PARA NÓS, QUAIS AS CARACTERÍSTICAS QUE UM COMUNICADOR DEVE TER? ● COM BASE NA SUA EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL, É POSSÍVEL AFIRMAR QUE JONAS ABIB ERA UM BOM COMUNICADOR, POR QUÊ? ● O FUNDADOR DA CANÇÃO NOVA, EM SEU ANÚNCIO, CONSIDERAVA A PESSOA COMO ÚNICA, MESMO FALANDO PARA UMA MULTIDÃO. SEGUNDO O SEU CONHECIMENTO PROFISSIONAL, É POSSÍVEL PERCEBER TÉCNICAS PRESENTES NA COMUNICAÇÃO DO COMUNICADOR JONAS ABIB PARA ENVOLVER O PÚBLICO? ● CRISTIANE, HÁ ALGUMA PREGAÇÃO DO PADRE JONAS QUE TE CAUSOU IMPACTO, ISTO É, A COMUNICAÇÃO QUE ELE FEZ EM VOCÊ FOI EFICAZ? 	
<p>OBSERVAÇÕES:</p>	

FOTO GRAVAÇÃO LOCUÇÃO

ESTÚDIOS RÁDIO CANÇÃO NOVA COM O OPERADOR DE SOM JOSÉ AMILTON



ESTÚDIOS RÁDIO CANÇÃO NOVA COM A FONOAUDIÓLOGA NANSI MACENAS



ARTE FEITA PARA A CAPA DO PODCAST

