



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**

EMILSON FERREIRA GARCIA JUNIOR

**INFORMAÇÃO, JUVENTUDES E MIDIAZAÇÃO: ANÁLISE DAS
ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DA INFORMAÇÃO RELIGIOSA NO
APLICATIVO *JOVENS CONECTADOS* DA CNBB**

**JOÃO PESSOA-PB
2025**

EMILSON FERREIRA GARCIA JUNIOR

**INFORMAÇÃO, JUVENTUDES E MIDIATIZAÇÃO: ANÁLISE DAS
ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DA INFORMAÇÃO RELIGIOSA NO
APLICATIVO *JOVENS CONECTADOS* DA CNBB**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI) da Universidade Federal da Paraíba como requisito para obtenção do título de Doutor em Ciência da Informação.

Orientador: Prof. Dr. Fellipe Sá Brasileiro

Linha de pesquisa: Organização, Representação e Tecnologias da Informação.

**JOÃO PESSOA-PB
2025**

**Catalogação na publicação
Seção de Catalogação e Classificação**

G216i Garcia Junior, Emilson Ferreira.
Informação, juventudes e midiatização : análise das estratégias de comunicação da informação religiosa no aplicativo Jovens Conectados da CNBB / Emilson Ferreira Garcia Junior. - João Pessoa, 2025.
115 f. : il.

Orientação: Fellipe Sá Brasileiro.
Tese (Doutorado) - UFPB/CCSA.

1. Comunicação da informação. 2. Informação religiosa - Jovens conectados. 3. Midiatização - Juventudes. I. Brasileiro, Fellipe Sá. II. Título.

UFPB/BC

CDU 007 (043)

EMILSON FERREIRA GARCIA JUNIOR

**INFORMAÇÃO, JUVENTUDES E MEDIATIZAÇÃO: ANÁLISE DAS
ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DA INFORMAÇÃO RELIGIOSA NO
APLICATIVO JOVENS CONECTADOS DA CNBB**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI) da Universidade Federal da Paraíba como requisito para obtenção do título de Doutor em Ciência da Informação.

Aprovada em: 11/06/2025

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 FELIPE SA BRASILEIRO
Data: 29/07/2025 15:28:46-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente
 EDVALDO CARVALHO ALVES
Data: 23/07/2025 13:59:08-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Dr. Fellipe Sá Brasileiro
Presidente/ Orientador (a) – PPGCI/UFPB

Dr. Edvaldo Carvalho Alves
Examinador (a) Interno (a) – PPGCI/UFPB

Documento assinado digitalmente
 MARCIA MARIA DE MEDEIROS TRAVASSOS SAEG
Data: 09/07/2025 10:04:09-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente
 VANDRO PINTO DE MENEZES
Data: 10/07/2025 15:48:40-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Dra. Marcia Maria de Medeiros
Travassos Saeger
Examinador(a) Interno(a) – PPGCI/UFPB

Dr. Ivandro Pinto de Menezes
Examinador (a) Externo (a) – UNEB

Documento assinado digitalmente
 ROBERIA NADIA ARAUJO NASCIMENTO
Data: 29/07/2025 14:53:02-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Dra. Robéria Nádia Araújo Nascimento
Examinador (a) Externo (a) – PPGLI/UEPB

JOÃO PESSOA-PB
2025

AGRADECIMENTOS

A Deus (Pai, Filho e Espírito Santo) e a Sagrada Família de Nazaré (Jesus, Maria e José), meu louvor peremptório! Aos meus pais, Emilson e Djalmira, meu porto seguro e referencial, obrigado pelo suporte incondicional! À minha amada esposa, Wanessa Benevenuto, gratidão pela sensibilidade e companheirismo que edificam minha jornada.

Ao PPGCI com seus professores, técnicos e demais colegas, obrigado pela acolhida e recepção às pesquisas empreendidas no Mestrado e Doutorado! Ao professor Edvaldo Carvalho, grato pelo estímulo, afeto e compreensão ao longo do itinerário formativo! Ao professor Fellipe Brasileiro, meu reconhecimento pela imensa generosidade, paciência, apoio e senso democrático durante a orientação. Ao professor Ivandro, grato imensamente pela valorosa coorientação, intercâmbio de idéias e atenção contínua. À professora Márcia, externo minha gratulação e respeito em fazer-se avaliadora dessa pesquisa.

À professora Robéria, minha querida mestra, meu eterno agradecimento pela porta aberta em 2010 num projeto de pesquisa, que mais à frente se desdobrou na paixão pela docência! A senhora é minha maior inspiração acadêmica! Carinho imenso!

Também externo minha gratidão às instituições que trabalho, à Uninassau, na pessoa do talentoso professor Felipe Tomé, e à Elegis, em especial à Maria Helena Toscano, educadora e promotora do bem comum! Às minhas amadas tias, Eliane e Lucia, obrigado por abrirem o coração e a casa na minha trajetória de pesquisador! Admiração, afeto e lealdade!

À Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude, gerenciadora do *Jovens Conectados*, grato pela abertura e colaboração fundamentais nessa investigação! Aos amigos de João Pessoa e Patos, obrigado pela torcida! Aos irmãos de caminhada pastoral, feliz pelas orações!

Para finalizar, vem ao meu coração, a emblemática reflexão do Pastor Martin Luther King: *“Talvez não tenhamos conseguido fazer o melhor, mas lutamos para que o melhor fosse feito. Não somos o que deveríamos ser, não somos o que iremos ser, mas Graças a Deus, não somos o que éramos”*.

RESUMO

O fenômeno da informação de natureza religiosa tem sido tema presente nas discussões teóricas do campo da Ciência da Informação nos últimos anos. Levando em conta tal cenário, nosso trabalho visou compreender as intencionalidades das estratégias de comunicação da informação religiosa tecidas pela Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ) da CNBB no aplicativo *Jovens Conectados*. Partimos da hipótese de que as estratégias de comunicação da informação religiosa por meio das mídias digitais são direcionadas para a transformação da experiência religiosa juvenil em uma militância digital coesa capaz de reproduzir a doutrina na sociedade contemporânea. Para isso, adotamos como desenho metodológico uma abordagem qualitativa baseada na netnografia e em entrevistas semiestruturadas. A partir das observações empreendidas, conclui-se que a plataforma *Jovens Conectados* se ancora em três linhas de atuação - (formadora) *eixo socioinstitucional* pautada nas seguintes frentes: reafirmação da institucionalidade em contraponto à pulverização de discursos que eclodem na ambientes online; incentivo ao protagonismo comunitário a partir de uma formação catequética, embasado na reafirmação da pertença católica em meio ao hibridismo sociocultural presente nas vivências juvenis; oficialidade noticiosa da Santa Sé, neste intuito, há aqui um estímulo ao desenvolvimento de um jornalismo profissional que rompa com qualquer conteúdo que alude à desinformação, às fake News ou à cizânia eclesiológica. (Celebrativa) *eixo sociopolítico*, ancorado na: participação social e atuação político-missionária, o objetivo é concatenar a fé às realidades contraditórias do mundo presente, sendo um agente promotor do bem comum; neutralidade perante a polarização político-partidária, nesse sentido, busca-se evitar qualquer gesto que faça coro ou inflame a divisão ideológica presente no Brasil; silenciamento quanto às pautas progressistas, temas que causam controvérsias nas hostes católicas e que fazem parte do cotidiano das juventudes, como a homofobia, não ganham ressonância ou ampla discussão. (Interacional) *eixo sociodigital/híbrido*, ordenado nas ações: concepção de um ser católico digital, que constrói hábitos religiosos no universo do ciberespaço; tecitura de uma comunidade virtual de pertencimento, estabelecido num código de conduta que busca criar relações sólidas diante de uma sociedade permeada pela incessante liquidez e efemeridade; ritualidade colaborativa e interação nas informações postadas nas redes sociais, neste caso, há um estímulo à participação, em que pese, a ausência de conteúdos dissonantes; fomento à militância nas redes sociais digitais e fora dela com o intuito de demarcar o posicionamento católico para além da esfera religiosa, estendendo às múltiplas instâncias socioculturais físicas e virtuais. Ainda no estudo empreendido, captamos a alta centralização no gerenciamento de conteúdo, o que ocasiona numa desatualização da plataforma, além da ausência de informações acerca das pautas progressistas, apesar da visibilidade nos últimos anos de inclusão do Papa Francisco. Não obstante, tais proposições mapeadas evidenciam uma forte investida da Igreja Católica na arregimentação de novos fiéis, face a disputa com outras crenças, bem como o característico fenômeno dos “sem religião” na contemporaneidade. Conclui-se que esse cenário revela os impactos das estratégias de comunicação da informação religiosa, com potencial de interferirem não apenas na vinculação ao sagrado, mas, sobretudo, nos modos de sentir/intervir nas realidades de cada um dos atores destinatários. A pesquisa amplia as discussões acerca da informação religiosa no campo da Ciência da Informação, ao lançar luz sobre os impactos de uma plataforma com claro viés doutrinal, em que se encadeiam informações e reconexões com potencial de suscitar rearranjos de sentidos nas experiências permeadas pela rede digital.

PALAVRAS-CHAVE: *Jovens Conectados*; informação religiosa; midiatização; juventudes; CNBB.

ABSTRACT

The phenomenon of religious information has been a prominent theme in theoretical discussions in the field of Information Science in recent years. Given this scenario, our work aimed to understand the intentions of the religious information communication strategies developed by the CNBB's Episcopal Pastoral Commission for Youth (CEPJ) on the Jovens Conectados app. We hypothesize that religious information communication strategies through digital media are aimed at transforming youth religious experience into a cohesive digital activism capable of reproducing the doctrine in contemporary society. To this end, we adopted a qualitative methodological approach based on netnography and semi-structured interviews. Based on our observations, we conclude that the Jovens Conectados platform is anchored in three lines of action: (educational) socio-institutional axis, based on the following fronts: reaffirming institutionality in contrast to the fragmentation of discourses that emerge in the online environment; Encouragement of community leadership through catechetical formation, grounded in the reaffirmation of Catholic belonging amid the sociocultural hybridity present in youth experiences; official news coverage from the Holy See, in this regard, encourages the development of professional journalism that breaks with any content that alludes to disinformation, fake news, or ecclesiological discord. (Celebrative) Sociopolitical axis, anchored in social participation and political-missionary action, the goal is to connect faith with the contradictory realities of the present world, serving as an agent promoting the common good; neutrality in the face of political-partisan polarization, in this sense, seeks to avoid any gesture that echoes or inflames the ideological division present in Brazil; silencing progressive agendas; topics that cause controversy among Catholics and are part of the daily lives of young people, such as same-sex relationships, do not gain resonance or widespread discussion. (Interactional) sociodigital/hybrid axis, organized in actions: conception of a digital Catholic being, who builds religious habits in the universe of cyberspace; weaving a virtual community of belonging, established in a code of conduct that seeks to create solid relationships in a society permeated by incessant liquidity and ephemerality; collaborative rituality and interaction in information posted on social media, in this case, encouraging participation, despite the absence of dissonant content; fostering activism on digital social media and beyond, aiming to demarcate the Catholic position beyond the religious sphere, extending to multiple physical and virtual sociocultural instances. Also in the study, we noted the high centralization of content management, which results in an outdated platform, in addition to the lack of information about progressive agendas, despite the visibility of Pope Francis' inclusion in recent years. Nevertheless, these mapped proposals demonstrate a strong effort by the Catholic Church to recruit new believers, given the competition with other faiths, as well as the characteristic phenomenon of the "non-religious" in contemporary times. The study concludes that this scenario reveals the impacts of religious information communication strategies, with the potential to influence not only the connection to the sacred but, above all, the ways of feeling/intervening in the realities of each of the recipient actors. The research broadens discussions about religious information in the field of Information Science by shedding light on the impacts of a platform with a clear doctrinal bias, where information and reconnections are linked, potentially triggering a shift in meaning in experiences permeated by the digital network.

KEYWORDS: Connected Youth; religious information; mediatization; youth; CNBB.

RESUMÉN

El fenómeno de la información religiosa ha sido un tema destacado en las discusiones teóricas en el campo de la Ciencia de la Información en los últimos años. Ante este escenario, nuestro trabajo tuvo como objetivo comprender las intenciones de las estrategias de comunicación de información religiosa desarrolladas por la Comisión Episcopal Pastoral de la Juventud (CEPJ) de la CNBB en la aplicación Jovens Conectados. Planteamos la hipótesis de que las estrategias de comunicación de información religiosa a través de medios digitales tienen como objetivo transformar la experiencia religiosa juvenil en un activismo digital cohesivo capaz de reproducir la doctrina en la sociedad contemporánea. Para ello, adoptamos un enfoque metodológico cualitativo basado en netnografía y entrevistas semiestructuradas. Con base en nuestras observaciones, concluimos que la plataforma Jovens Conectados se ancla en tres líneas de acción: eje socioinstitucional (educativo), basado en los siguientes frentes: reafirmación de la institucionalidad en contraste con la fragmentación de los discursos que emergen en el entorno online; estímulo del liderazgo comunitario a través de la formación catequética, fundamentada en la reafirmación de la pertenencia católica en medio de la hibridez sociocultural presente en las experiencias juveniles; la cobertura informativa oficial de la Santa Sede, en este sentido, fomenta el desarrollo de un periodismo profesional que rompa con cualquier contenido que aluda a la desinformación, las noticias falsas o la discordia eclesiológica. (Celebrativo) Eje sociopolítico, anclado en la participación social y la acción político-misionera, el objetivo es conectar la fe con las realidades contradictorias del mundo actual, sirviendo como agente promotor del bien común; la neutralidad frente a la polarización político-partidista, en este sentido, busca evitar cualquier gesto que haga eco o inflame la división ideológica presente en Brasil; silenciar las agendas progresistas; los temas que causan controversia entre los católicos y forman parte de la vida cotidiana de los jóvenes, como las relaciones entre personas del mismo sexo, no ganan resonancia ni discusión generalizada. (Interaccional) Eje sociodigital/híbrido, organizado en acciones: concepción de un ser católico digital, que construye hábitos religiosos en el universo del ciberespacio; Forjar una comunidad virtual de pertenencia, basada en un código de conducta que busca crear relaciones sólidas en una sociedad permeada por la incesante liquidez y la efímera efímera; la ritualidad colaborativa y la interacción en la información publicada en redes sociales, en este caso, fomentando la participación, a pesar de la ausencia de contenido disonante; y el fomento del activismo en redes sociales digitales y más allá, con el objetivo de delimitar la posición católica más allá del ámbito religioso, extendiéndose a múltiples instancias socioculturales físicas y virtuales. Asimismo, en el estudio, observamos la alta centralización de la gestión de contenido, lo que resulta en una plataforma obsoleta, además de la falta de información sobre las agendas progresistas, a pesar de la visibilidad de la inclusión del Papa Francisco en los últimos años. No obstante, estas propuestas mapeadas demuestran un fuerte esfuerzo de la Iglesia Católica por reclutar nuevos creyentes, dada la competencia con otras confesiones, así como el fenómeno característico de los no religiosos en la época contemporánea. El estudio concluye que este escenario revela el impacto de las estrategias de comunicación de información religiosa, con el potencial de influir no solo en la conexión con lo sagrado, sino, sobre todo, en las formas de sentir/intervenir en las realidades de cada uno de los actores receptores. La investigación amplía el debate sobre la información religiosa en el ámbito de las Ciencias de la Información al arrojar luz sobre el impacto de una plataforma con un claro sesgo doctrinal, donde la información y las reconexiones se vinculan, lo que podría desencadenar un cambio de significado en las experiencias permeadas por la red digital.

PALABRAS CLAVE: Juventud Conectada; información religiosa; mediatización; juventud, CNBB.

LISTA DE IMAGENS

Imagen 1: Aplicativo <i>Jovens Conectados</i> da CNBB	44
Imagen 2: Menu do aplicativo <i>Jovens Conectados</i>	63
Imagen 3: Tópico: Notícias e Artigos.....	65
Imagen 4: Artigos do App <i>Jovens Conectados</i>	66
Imagen 5: Item Liturgia do app <i>Jovens Conectados</i>	66
Imagen 6: Pasta Ead do App <i>Jovens Conectados</i>	68
Imagen 7: Download do App <i>Jovens Conectados</i>	68
Imagen 8: Ao Seu Lado	69
Imagen 9: Set juventude	70
Imagen 10: Calendário das juventudes do Brasil.....	71
Imagen 11: DNJ	72
Imagen 12: Envie sua notícia.....	73
Imagen 13: Facebook do <i>Jovens Conectados</i>	76
Imagen 14: Evangelho do Dia No Facebook Do <i>Jovens Conectados</i>	76
Imagen 15: Registros Do DNJ no Facebook do <i>Jovens Conectados</i>	77
Imagen 16: Encontro da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil.....	78
Imagen 17: Formação de Natal do <i>Youtube</i> do <i>Jovens Conectados</i>	79
Imagen 18: Lectio Divina no Canal do <i>Youtube</i> do <i>Jovens Conectados</i>	79
Imagen 19: Transmissão do XVIII Encontro Nacional de Responsáveis Diocesanos	80
Imagen 20: Série Política e Juventude do <i>Jovens Conectados</i> no <i>Youtube</i>	80
Imagen 21: Encontro Nacional de Responsáveis de Juventude das Dioceses e Assessores.....	
.....	82
Imagen 22: Missão Jovem da Amazônia	82
Imagen 23: Jornada Mundial da Juventude em Lisboa- Portugal.....	83
Imagen 24: Projeto Lançai as Redes.....	84
Imagen 25: Convocação da página oficial do <i>Instagram</i> mobilizando os seguidores a se	

posicionarem contrários à ADPF 442 que visa descriminalizar o aborto no Brasil	84
Imagen 26: Subsídio de Formação “Encontros”.....	85
Imagen 27: Papa Francisco entre os jovens na JMJ 2019 No Panamá	86
Imagen 28: Formação do projeto Ao Seu Lado com Jovens da Diocese de São Miguel Paulista.....	86

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AC	Análise de Conteúdo
CF	Campanha da Fraternidade
CI	Ciência da Informação
CEP	Comitê de Ética em Pesquisa
CEPJ	Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude
CNBB	Conferência Nacional dos Bispos do Brasil
CPNE	Pontifício Conselho para a Promoção da Nova Evangelização
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
JC	<i>Jovens Conectados</i>
JMJ	Jornada Mundial da Juventude
LGBTQIAPN+	L: Lésbicas, G: Gays, B: Bissexuais, T: Transgêneros, Q: Queer, I: Intersexo, A: Assexuais, P: Pansexuais, N: Não-binários, +: Outras identidades
RCC	Renovação Carismática Católica
TIC	Tecnologias da Informação e Comunicação
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
UFPB	Universidade Federal da Paraíba

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Etapas da Análise de Conteúdo de Moraes (1999) adaptada à proposta metodológica da pesquisa de Tese.....	23
Quadro 2: Temáticas mais publicizadas no <i>Facebook</i> do <i>Jovens Conectados</i>	75
Quadro 3: Temática mais publicizadas no <i>Youtube</i> do <i>Jovens Conectados</i>	78
Quadro 4: Assuntos mais publicizados no <i>Instagram</i> do <i>Jovens Conectados</i>	81
Quadro 5: Assuntos mais partilhados na <i>Rede X</i> do <i>Jovens Conectados</i>	85
Quadro 6: Dimensão socioinstitucional do aplicativo <i>Jovens Conectados</i>	89
Quadro 7: Dimensão sociopolítica do aplicativo <i>Jovens Conectados</i>	89
Quadro 8: Dimensão sociodigital/híbrido do aplicativo <i>Jovens Conectados</i>	90

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	15
2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	20
3. INFORMAÇÃO E MIDIATIZAÇÃO RELIGIOSA	25
3.1 A amplitude conceitual da Informação.....	25
3.2 A Informação de natureza religiosa	26
3.3 A tecitura da midiatização de informação religiosa	28
3.4 A midiatização da informação religiosa católica.....	30
4. JUVENTUDES, RELIGIOSIDADE E CATOLICISMO	34
4.1 A complexidade das juventudes.....	34
4.2 As juventudes e a religiosidade	37
4.3 Catolicismo e juventudes.....	38
5. O APLICATIVO <i>JOVENS CONECTADOS</i>.....	43
5.1 A estrutura informacional do app <i>Jovens Conectados</i>	43
5.2 Entrevista com a Comissão idealizadora do app <i>Jovens Conectados</i>	45
5.2.1 (JC1) Seleção, produção e disseminação de informações.....	46
5.2.2 (JC2) Adesão e engajamento nas redes sociais digitais interligadas ao app	49
5.2.3 (JC3) Midiatização religiosa e pertencimento católico.....	51
5.2.4 (JC4) Espiritualidade juvenil na contemporaneidade	54
5.3 Entrevista com o Presidente da Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude da CNBB	56
5.3.1 (JC5) Relação entre a Igreja Católica e as juventudes	57
5.3.2 (JC6) A concepção da idéia <i>Jovens Conectados</i>	58
5.3.3 (JC7) Ciber-religiosidade	58
5.3.4 (JC8) Impactos sociorreligiosos do app <i>Jovens Conectados</i>	59
6. A COMUNICAÇÃO DA INFORMAÇÃO RELIGIOSA NO APP <i>JOVENS CONECTADOS</i> DA CNBB.....	61
6.1 Diretriz formadora.....	63
6.1.1 Conheça-nos.....	63
6.1.2 Notícias e Artigos	64
6.1.3 Liturgia.....	66
6.1.4 EAD	67
6.1.5 Download.....	68
6.1.6 Ao seu Lado	69
6.2 Diretriz celebrativa	70
6.2.1 Set Juventude	70
6.2.2 Calendário	71
6.2.3 DNJ	71
6.3 Diretriz interacional.....	73
6.3.1 Envie a sua notícia
7. AS REDES SOCIAIS DIGITAIS DO APP <i>JOVENS CONECTADOS</i>	74
7.1 O <i>Facebook</i> do app <i>Jovens Conectados</i>	75
7.2 O <i>Youtube</i> do app <i>Jovens Conectados</i>	78

7.3 O Instagram do app <i>Jovens Conectados</i>	81
7.4 A Rede X do app <i>Jovens Conectados</i>.....	85
8. OS SENTIDOS SOCIOINSTITUCIONAL, SOCIOPOLÍTICO E SOCIODIGITAL/HÍBRIDO TECIDOS PELO APP <i>JOVENS CONECTADOS</i>	
88	
8.1 Dimensão socioinstitucional	90
8.1.1 Reafirmação da institucionalidade da fé	90
8.1.2 Sólido protagonismo juvenil comunitário a partir de uma formação catequética.....	91
8.1.3 Oficialidade noticiosa da Santa Sé.....	92
8.2 Dimensão sociopolítica.....	93
8.2.1 Participação social e atuação político-missionária.....	93
8.2.2 Neutralidade perante a polarização político-partidária	94
8.2.3 Silenciamento quanto as pautas progressistas juvenis	95
8.3 Dimensão sociodigital/híbrido.....	95
8.3.1 Concepção de um “ser católico digital”	95
8.3.2 Tecitura de uma comunidade virtual de pertencimento	96
8.3.3 Ritualidade colaborativa nas redes sociais digitais	96
8.3.4 Estímulo à militância católica digital nas redes sociais digitais e fora dela.....	97
CONSIDERAÇÕES FINAIS	98
REFERÊNCIAS	102
APÊNDICES	112
ANEXOS	114

1. INTRODUÇÃO

Cabe a vocês, jovens, de maneira particular, a tarefa de evangelização do continente digital” (Papa Bento XVI)¹

Esta pesquisa se desenvolve em torno da informação religiosa atravessada pela midiatização contemporânea, que, na ótica de Fausto Neto (2008, p. 93), configura-se como um ecossistema onde a “cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura sociotécnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis de organização e da dinâmica da própria sociedade”. Ela alterou de forma consistente as dinâmicas internas de instituições portadoras de sentido, a exemplo das Igrejas, que, agora, expandem o vínculo com o sagrado por intermédio das informações que circulam em plataformas digitais.

No nosso entendimento, a informação religiosa articula significados de cunho doutrinal que se relacionam com as referências internas e externas dos sujeitos que a consomem para determinado fim. À vista disso, Souza (2007) ressalta que a informação é o impacto do mundo exterior no estágio de assimilação da mensagem por parte do indivíduo. Nesse sentido, o processo de circulação da informação religiosa, que agrupa símbolos, códigos e protocolos, tem competência de redesenhar as escolhas e a visão de mundo daqueles que dela fazem uso.

Nos últimos anos, a experiência religiosa suplantou os templos e firmou-se em veículos audiovisuais (Fausto Neto, 2001; 2013), ganhando extensa visibilidade nos meios de comunicação de massa, preponderantes na construção das realidades subjetivas dos sujeitos, alicerçadas na informação religiosa mediatizada e em suas estratégias de comunicação.

Esse deslocamento dos espaços restritos aos púlpitos para um “campo aberto e multidimensional” (Gomes, P. 2010, p.30) fez germinar novas formas de vivência da espiritualidade e impulsionou a propagação de padres e pastores cantores, participação de líderes na mídia laica e na realização de grandes eventos pelo país.

Martino (2003) enfatiza que os meios de comunicação se tornaram vitais às agremiações religiosas, dada a sua capilaridade junto aos fiéis. Tais investidas foram acentuadas pelo ciberespaço. Nesse ambiente, em que aí uma adequação institucional às lógicas da produção midiática (Martino, 2016), os entrelaçamentos sociais se ordenam de forma mais fluida e transversal, rompendo em certa medida com a tradicional verticalização

¹ Mensagem do Papa Bento XVI, em novembro de 2012, direcionada aos jovens que participaram da Jornada Mundial da Juventude no Rio de Janeiro, em julho de 2013.

hierárquica e linearidade informacional.

Atenta a essas transformações, a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), por intermédio da Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ), investiu em uma maior proximidade com o público juvenil. De início, com a criação do site *Jovens Conectados* em dezembro de 2010, cujo intuito é fomentar o compartilhamento de experiências e conteúdos ligados ao universo da pastoral da Juventude nas Dioceses do Brasil. E em um segundo momento, em 2018, na construção de um aplicativo oficial, comum às tecnologias virtuais que desempenham bastantes funcionalidades ao usuário e que são prevalecentes na atual era da conexão (Lemos, 2004; 2009). Tais *softwares* são disponíveis nos *smartphones*, dispositivos multimidiáticos que têm como sistemas operacionais mais utilizados: o iOS (Apple), *Windows Phone* (Microsoft) e *Android* (Google).

Por ser portátil, sendo capazes de reproduzir imagens, vídeos, sons e navegar pela internet, esses dispositivos têm como característica a ubiquidade que se correlacionam aos valores de velocidade (rapidez nas conexões) e virtualidade (independente da ambência física), e que Santaella (2013, p.15) define como “a habilidade de se comunicar a qualquer hora e em qualquer lugar via aparelhos eletrônicos espalhados pelo meio ambiente”.

Nessa perspectiva, ao investir nessa estratégia de “nova evangelização” (CPNE, 2019), a Comissão considera a potencialidade de disseminação da informação religiosa por intermédio de um suporte tecnológico, criando assim uma interface que promove interconexões, sedimentada numa sistemática plurifuncional e de mediação que reestrutura e reorganiza a percepção da realidade dos usuários partícipes (Jacks, 1999). Nesse ecossistema digital, os processos de mediação ancoram-se em como as mensagens dos meios são acolhidas pelos receptores, imersos em um universo cultural (Martin-Barbero, 2009) que (re)constroem as dinâmicas de religiosidade, afetados pelos elos que se estabelecem no agrupamento virtual.

Considerando tal conjuntura, apontamos a seguinte questão de pesquisa: Como se configuram as intencionalidades das estratégias de comunicação da informação religiosa operacionalizadas pela Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ) da CNBB no aplicativo Jovens Conectados?

Como hipótese inicial, argumentamos que as intencionalidades das estratégias de comunicação da informação religiosa operacionalizadas pela Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ) da CNBB no aplicativo Jovens Conectados são direcionadas para a transformação da experiência religiosa juvenil em uma militância digital coesa capaz de reproduzir a doutrina na sociedade contemporânea. Essa hipótese vai ao encontro da perspectiva

de Pedro Gilberto Gomes (2008) sobre o intercruzamento entre os campos religioso e midiático, que, para o autor, tem potencial de fazer brotar uma “comunidade de pertencimento”.

Atrelado a tal contexto, impulsionados por sistemas que operam informações capazes de afetar as escolhas e redesenhar as práticas de sociabilidade, consideramos que CEPJ busca suscitar nos usuários da plataforma, a partir de estratégias de comunicação da informação religiosa, o aprofundamento do vínculo pastoral em seus respectivos agrupamentos, tornando-os lideranças nos movimentos católicos em que atuam e na sociedade.

Nesse contexto, a fim de desenvolver a hipótese desenhada e elucidar a questão de pesquisa, delimitamos o seguinte objetivo geral: compreender as intencionalidades das estratégias de comunicação da informação religiosa operacionalizadas pela Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ) da CNBB no aplicativo *Jovens Conectados*. Nesse sentido, elencamos os seguintes objetivos específicos: a) Mapear as estratégias de produção e disseminação de informação por parte da equipe dirigente da CEPJ; b) Caracterizar as informações religiosas produzidas pelo referido aplicativo; c) Identificar os conteúdos compartilhados nas redes sociais digitais acopladas ao aplicativo; d) Cotejar as intencionalidades da CEPJ nas estratégias de disseminação de informação do aplicativo *Jovens Conectados*.

À luz dessas questões, nossa investigação justifica-se ao emergir da tentativa de se propor um diálogo transdisciplinar para o campo da Ciência da Informação, uma vez que também arregimenta discussões em torno da midiatização religiosa. De acordo com a Base de Dados em Ciência da Informação (BRAPCI), a temática religião tem sido amplamente estudada nos últimos 11 anos; frise-se que entre 1972 e 2012, apenas 30 trabalhos acerca da área foram realizados; já de 2012 a 2024, constatamos 75 investigações, totalizando 105 pesquisas em pouco mais de 50 anos.

Esse cenário indica uma abertura da área para temas de interesse de outros campos, o que vem a corroborar com as discussões relacionadas ao “pluralismo metodológico” (Gonzales De Gómes, 2001) da Ciência da Informação. Desta maneira, ao apresentarmos o universo que engloba a informação, a mídia e a religião, estamos propondo uma espécie de *continuum*² (Pombo, 2003) por coordenar disciplinas em vistas a assimilar/apreender um fenômeno que rompe as restrições impostas por um domínio categórico específico.

Nesse sentido, esta pesquisa pode permitir a ampliação de conhecimentos para o campo da Ciência da Informação ao considerar as intervenções decorrentes das estratégias de

² Processo sem intervalos, marcado por um viés de graduação.

comunicação da informação que se constroem no contexto de entrelaçamento religioso e os dispositivos informacionais. Afinal, é por intermédio dessa dinâmica (produção/recepção) que brotam as expectativas fruto das interações sociais que se desenvolvem engendradas numa lógica ou ordenamento sociocultural, em que sentidos são tecidos e reconstruídos (Gomes, P., 2010).

Esse interesse temático também é fruto das mudanças sociodemográficas que o Brasil vivencia, como constatou o Censo Demográfico realizado pelo IBGE em 2022³. Deste modo, levando em consideração o campo da Ciência da Informação e seus estudos que envolvem o processo de uso, armazenamento, organização, coleta, recuperação, transmissão, interpretação, transformação e utilização da informação (Borko, 1968), julgamos pertinente investigar os processos de comunicação da informação que germinam a partir do vínculo entre religião e as tecnologias digitais, uma vez que diversas denominações têm adotado desde a década de 1970 o uso da TV e rádio como instrumentos de disseminação doutrinal⁴.

Nessas circunstâncias, observamos uma espécie de ressignificação da relação do sujeito com o sagrado, tendo em vista a hodierna “ambiência sociocomunicacional” (Gomes, P. 2008) que possibilita maior interatividade e colaboração nas redes sociais digitais e a intervenção em espaços abertos ao fiel para pedido de oração e testemunho, tanto no rádio quanto na televisão. Como reitera Gomes (2008, p. 23), “o problema não é o que a religião faz com a mídia, mas que tipo de religião está emergindo da mídia”. Dessa forma, atento a nossa proposta investigativa, a incursão em um aplicativo móvel tem o propósito de aproximar-se das juventudes, que, segundo Novaes (2019, p.03), deve ser trabalhado a partir de suas latentes “diferenças, desigualdades e contradições que são inerentes à condição juvenil”, por isso o conceito no plural. Para Almeida (2021), ser jovem é também vivenciar uma experiência sócio-histórica, marcada pela complexidade geracional e as contradições próprias do tempo presente.

Nessa direção, ao lançarmos um olhar acerca das estratégias de comunicação da informação religiosa capitaneadas pelo aplicativo móvel *Jovens Conectados*, buscamos captar as novas peculiaridades da manifestação religiosa que eclodem no ambiente digital (Sbardelotto, 2012) correlacionando uma polissemia de vozes, interfaces e reconexões.

À vista disso, apresentamos as próximas etapas de referida investigação:

³ De acordo com os dados divulgados em junho de 2025 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o número de católicos soma 56,7% da população, seguido de 26,9% evangélicos, 9,3% sem religião, 1,8% de espíritas, 1% de candomblé e 4,2% de outras religiões.

⁴ Segundo dados do Signis Brasil em parceria com a Comissão Episcopal de Comunicação da CNBB, o Brasil conta com 139 emissoras de rádio cadastradas e de acordo com a Pascom Nacional, existem no país 09 emissoras de inspiração católica.

Na etapa II, procedimentos metodológicos, evidenciamos as técnicas adotadas para analisar o objeto de estudo. Para isso, destacamos o conceito de pesquisa descritiva, netnográfica, além das entrevistas semiestruturadas. No Capítulo III, o foco se estabeleceu no desenvolvimento do conceito de informação e da informação de natureza religiosa e sua ressonância nas mídias de massa e na seara digital, o que constitui um processo de midiatização.

Na seção IV, refletimos sobre as expressões juvenis na contemporaneidade, marcada pela heterogeneidade identitária, fluido trânsito religioso e abertura à experiência, além de delinearmos acerca da complexidade das ações pastorais da Igreja Católica em vistas ao enlaçamento juvenil dos grandes eventos aos documentos com diretrizes evangelizadoras específicos a este público.

Com a meta de mapear as estratégias de produção e disseminação de informação por parte da equipe dirigente da CEPJ, expomos na divisão V, a estrutura informacional do aplicativo *Jovens Conectados*, como também uma entrevista semiaberta com dois representantes jovens da Comissão Episcopal Pastoral para a juventude (CEPJ), responsável pela citada iniciativa, e com o Bispo Referencial para a Juventude da CNBB, com vistas a conhecer a dinâmica de gerenciamento de conteúdo da plataforma estudada, como também os propósitos, indicadores e as posturas doutrinais.

No capítulo VI, com o intuito de caracterizar as informações religiosas produzidas pelo referido aplicativo, perscrutamos sua dinâmica de comunicação da informação religiosa baseado na sua sistemática de produção informacional em seu menu de acessibilidade.

No ponto VII, visando identificar os conteúdos compartilhados nas redes sociais digitais acopladas ao aplicativo, analisamos os canais *Facebook*, *Youtube*, *Instagram* e *Rede X* e buscamos reconhecer como elas promovem a interação, colaboratividade e nexos de pertencimento.

No tópico VIII, com a finalidade de descrever as intencionalidades da CEPJ nas estratégias de informação do aplicativo *Jovens Conectados*, discorremos acerca da tese central da pesquisa. Nas Considerações finais, trilhamos um resumo dos resultados obtidos e publicizamos os novos horizontes temáticos a serem desenvolvidos.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Tendo em vista as premissas teóricas assumidas e apresentadas, o nosso percurso metodológico demarcado para apreensão das estratégias de comunicação da informação que rodeiam em torno da midiatização religiosa tem caráter descritivo, que na ótica de Triviños (2009) objetiva descrever fatos de uma realidade em particular, além de entender as variáveis que atuam nessa dinâmica.

Sob tal ponto de vista, aportamos na idéia de desvelar as especificidades de um fenômeno social, tendo como base a coleta de dados (Silva e Menezes, 2000) e a abordagem qualitativa, que conforme Duarte (2005, p.62), “os dados não são apenas colhidos, mas também resultado da interpretação e reconstrução do pesquisador”. Desta maneira, o modelo qualitativo concentra-se nos significados das interações, na subjetividade, nas intenções discursivas, tal como lembra Minayo (2010, p.29), “o universo dos motivos, crenças, valores e atitudes”.

Logo, ao optarmos por essa abordagem, imbicamos na leitura complexa da ambiência sociocultural, centrando atenção assim nos hábitos, representações e simbologias, abstendo-se de reflexões puramente estatísticas (Cardano, 2017).

Sob essa visão, o caminho do pesquisador abarca de forma simultânea três aspectos: o método, as técnicas e sua experiência pessoal (Minayo, 2010, p.14). Portanto, é indissociável à dinâmica de investigação, a subjetividade e as estratégias de análise, que podem influenciar no transcurso das leituras, escolhas e recortes.

Nossa proposta de investigação consiste em cinco etapas, tendo o objetivo geral como alicerce norteador metodológico (compreender as intencionalidades nas estratégias de comunicação da informação religiosa tecidas pela Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ) da CNBB no aplicativo *Jovens Conectados*).

Para isso, visando atender essa meta central, adotamos a estratégia da triangulação metodológica, procedimento que incorpora diferentes técnicas de pesquisa para captar as várias dimensões de um fenômeno social (Denzil; Lincoln, 2006). Esse tratamento misto corrobora na simultaneidade da coleta de dados, analisadas em conjunto, erigindo um “rico acervo de evidências” (Triviños, 2009) para o desenvolvimento heurístico.

Dessa forma, num primeiro momento, realizamos um diálogo reflexivo acerca do fenômeno da midiatização religiosa contemporânea que rompe os diversos âmbitos comunicacionais com base numa revisão bibliográfica que visa possibilitar maior densidade teórica ao objeto de estudo, como bem pontua Fonseca (2002, p.32), urdida “a partir do

levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites”.

Numa segunda parte, buscando atender ao propósito de mapear as estratégias de produção e disseminação de informação por parte da Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ), idealizadora e mantenedora do app *Jovens Conectados*, empreendemos três entrevistas semiestruturadas. Esse tipo de instrumento parte de um roteiro pré-determinado, sendo possível a adição de questões complementares a depender da conversação entre os interlocutores (Gil, 2008; Marconi, Lakatos, 2003).

Foram arguidos os jovens Layla Kamila (articuladora da Equipe Nacional de Comunicação do Jovens Conectados) e Adilson Luis Zorzi (jornalista e membro da referida entidade). Reforce-se que ambos foram indicados, dentre os oito que fazem parte da Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ) a partir de um contato empreendido com a CNBB via telefone. Além destes, também foi entrevistado Dom Vilsom Basso, Bispo da Diocese de Imperatriz do Maranhão e Presidente da CEPJ da CNBB. Todos os participantes, assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que foram submetidos ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

A finalidade foi depreender como se estabelece a dinâmica de produção e disseminação de informação, haja vista sua abrangência nacional que visa arregimentar informes e demais acontecimentos que ocorrem nas paróquias, além de temáticas que versam acerca do cotidiano religioso e social. A partir desse contato, foi possível capturar dados mais consistentes sobre as estratégias de comunicação da informação religiosa da equipe dirigente.

Entrevistas são capazes fornecer dados biográficos, experiências, opiniões, valores, aspirações e objetivos, atitudes, sentimentos e reações pessoais, fornecendo uma riqueza de dados e elementos que tangenciados e tratados estruturam a pesquisa social (May, 2004). No caso, a interlocução com os gerenciadores da referida plataforma, possibilitou a apreensão das motivações, pautas e critérios de categorização de conteúdo.

Por se tratar de técnica de interação social, de interpenetração informativa, proporciona a quebra de isolamentos entre grupos, permitindo ao pesquisador captar os processos comunicativos que afloram no intercâmbio de ideias na relação estabelecida entre inquiridor e interrogado, desdobrando em inúmeras afetações, ritualísticas e intencionalidades, pluralizando as vozes e fazendo-as reverberar no trabalho científico, por não deixar de estar ancorada, em certa medida, no terreno da sensibilidade (Medina, 1995).

Em um terceiro instante, com o intuito de caracterizar as informações produzidas pelo aplicativo *Jovens Conectados*, bem como identificar os conteúdos mais partilhados na

ferramenta estudada e em suas redes sociais digitais acopladas, como também cotejar as intencionalidades da CEPJ na disseminação de informação no aplicativo *Jovens Conectados*, optamos pela realização de uma netnografia.

Nesse aspecto, é possível circunscrever a atuação dos diversos agrupamento sociais e perspectivas relacionais que cercam a construção de sentidos desses sujeitos. Com isso, identificamos quais conteúdos recebem maior adesão por parte dos usuários juvenis, suscitando estímulos de compartilhamento para outras esferas midiáticas e mobilizações sociodigitais, em especial as inseridas no *Instagram*, *Facebook*, *Youtube* e a *Rede X* -antigo *Twitter*.

Isto é, de uma forma especializada de etnografia voltada à observação e descrição mediadas por dispositivos tecnológicos de comunicação, formando novos arranjos de observação e compreensão. Conforme salienta Angrosino (2009, p.120), “o advento das novas tecnologias deu uma nova dimensão a natureza da etnografia, já que o lugar pode ser substituído pela internet”. Além disso, esse instrumento mobiliza uma imersão na sociabilidade que a ambiência em rede proporciona, onde a posição dos interagentes determina os fluxos de produção e a circulação informacional (Recuero, 2017).

Com isso é possível reconhecer os hábitos, relações, tomadas de posições, ações privilegiadas que, segundo Bourdieu (2001), apontam ao “capital cultural” dos envolvidos numa relação midiatisada. O capital cultural se refere à crença, ao crédito e ao descrédito dos sujeitos na sociedade, ao conhecimento que possuem e à distinção coletiva (nome, reputação, prestígio e autoridade). Ele é incorporado e institucionalizado nas condutas dos indivíduos, fortemente influenciada pelas determinantes sociais em suas escolhas.

À luz desses métodos, estudamos o papel das plataformas informacionais, no caso o app *Jovens Conectados*, como uma ferramenta interacional para as juventudes católicas em suas sociabilidades religiosas, levando em conta também o amplo protagonismo como consumidores digitais.

Por fim, a partir das coletas de dados, procedemos com uma Análise de Conteúdo (AC)⁵, ela sempre parte da mensagem e tem por finalidade a produção de inferências sobre as informações coletadas, sendo, portanto, adequado aos objetivos formulados nessa pesquisa. Para uma sistemática aplicação, Moraes (1999) reforça a necessidade de o pesquisador captar os elementos implícitos e explícitos na transmissão da mensagem, alinhados ao contexto, estrutura determinante nos circuitos de pressupostos, deduções e interpretações.

⁵ A análise de conteúdo “é uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação”. (BARDIN, 2011, p.19).

Destarte, empregamos os 05 passos da Análise de conteúdo sugeridos por Moraes (1999), com o propósito de melhor determinar os significados que foram colhidos.

Quadro 1: Etapas da Análise de Conteúdo de Moraes (1999) adaptada à proposta metodológica da pesquisa de Tese.

ETAPA	CONCEITO	AÇÃO
Preparação das informações: (Moraes, 1999).	Identificação das amostras de informação a serem analisadas (Moraes, 1999).	Estrutura informacional do aplicativo <i>Jovens Conectados</i> . Entrevistas empreendidas com a Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ).
Unitarização ou transformação do conteúdo em unidades: (Moraes, 1999).	Definição e isolamento das chamadas unidades de análise (Moraes, 1999).	Aplicativo <i>Jovens Conectados</i> (Menu informativo e redes sociais digitais acopladas: <i>Instagram</i> , <i>Facebook</i> , <i>Youtube</i> e <i>Rede X</i>) Entrevistados (LK), (EAL) e (EDV).
Categorização ou classificação das unidades em categorias: (Moraes, 1999).	Registro e compilamento de informações a partir de critérios anteriormente assumidos e que se coadune com a problemática e objetivos apresentados (Moraes, 1999).	Categorização do App <i>Jovens Conectados</i> : <i>Diretriz formadora</i> (Notícia e artigos, Liturgia, EAD, Download e Ao Seu Lado); <i>Diretriz celebrativa</i> (Set Juventude, Calendário e DNJ); <i>Diretriz interacional</i> (Envie sua notícia e redes sociais). Categorização das entrevistas empreendidas/ CEPJ: -Seleção, produção e disseminação de informações; -Adesão e engajamento nas redes sociais digitais; -Noção de pertencimento religioso juvenil; -Espiritualidade juvenil na contemporaneidade Categorização das entrevistas empreendida/ Bispo referencial: -Relação entre a Igreja Católica e as Juventudes; -Religiosidade digital; -O surgimento da idéia <i>Jovens Conectados</i> e seus impactos religiosos e sociais.
Descrição: (Moraes, 1999).	Síntese para cada uma das categorias, com a finalidade de evidenciar os seus significados	Apresentação dos conteúdos observados: -Menu do aplicativo Jovens Conectados;

	captados nas mensagens averiguadas (Moraes, 1999).	-Redes sociais digitais acopladas à plataforma; -Entrevistas realizadas com a Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (jovens representantes e o Bispo referencial da CNBB)
Interpretação: (Moraes, 1999).	Compreensão mais aprofundada do conteúdo das mensagens (Moraes, 1999).	Intencionalidades captadas nos conteúdos expostos no aplicativo, na ressonância das redes sociais digitais e nas interlocuções feitas com a Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude.

Fonte: Elaboração própria a partir da técnica de Análise de Conteúdo proposta por Moraes (1999).

Com a técnica demarcada para análise, alcançamos as repercussões da midiatização religiosa no ciberespaço, tendo em conta a dinâmica informacional de uma plataforma católica voltada exclusivamente às juventudes. Isto posto, partindo do prognóstico que todo estudo é influenciado pelas intempéries ou inconstâncias da jornada de observação, é relevante pontuar que cabe ao pesquisador a consciência de que a investigação científica não corresponde a uma totalidade da realidade experienciada, mas sim uma parcela desta (Pires, 2008, p.65).

Logo, a instrumentalização criteriosa, a leitura ampla do campus analítico e o necessário distanciamento do objeto são preponderantes no desígnio de estabelecimento de uma tese sobre o fenômeno socioinformacional em questão.

3. INFORMAÇÃO E MIDIATIZAÇÃO RELIGIOSA

Neste capítulo, refletimos sobre o conceito de informação e informação religiosa, perpassando o fenômeno do televangelismo à penetração das igrejas nas ambientes digitais, tendo como foco central as estratégias no âmbito católico, conjuntura acentuada nos últimos anos no Brasil.

3.1 A amplitude conceitual da informação

O campo da Ciência da Informação estrutura-se por meio de conceitos interligados a diferentes domínios científicos, tendo em vista a amplitude que seu objeto de estudo levanta, como destaca Oliveira (2005, p. 19), “a informação é um fenômeno tão amplo que abrange todos os aspectos da vida em sociedade, podendo ser abordado por diferentes óticas”. Sob esse olhar, convém ainda ressaltar a estrutura de signos que nela orbita, a partir de seus modos de transmissão, ou seja, por qual artefato ou suporte ela está circunscrita (Le Coadic, 2004).

Le Coadic (2004) ainda rememora as chamadas disciplinas embrionárias (biblioteconomia, museologia, documentação e o jornalismo) que colaboraram no escopo de consolidar-se enquanto campo científico. Assim, o desenho epistemológico da CI é fruto da diversidade de pesquisadores que atuam e realizam pesquisas acerca do fenômeno informacional, evidência de uma expansão de fronteiras que permanece nos tempos hodiernos (Saracevic, 1999).

Nesse aspecto, levando em conta nossa proposta investigativa, trazemos o seguinte conceito de informação:

Dado que é apresentado e passa por um estágio de ‘atenção, decodificação e apreensão’, que somados à conjuntura e a utilidade, ganha significado e relevância. O sujeito é motivado por inúmeros fatores, profissional/social (ambiente), apreensão cognitiva (criação de significados) e reações emocionais (subjetividade). Os desígnios de sua prática estabelecem pontes de conhecimento e provocam sensações. Assim, o sujeito esboça a trajetória de assimilação informacional (Garcia Junior, 2016, p.43).

Atado a perspectiva acima, o dado é o artefato bruto lançado, base intencional para gerar informação, predisposto à interpretação” que se rearticula e torna-se apto à usabilidade sob duas dimensões: “eixos de transferência e o acesso”⁶ (Smit, 2009). A informação por sua vez se reveste de uma “estrutura significante com competência para gerar conhecimento” (Barreto,

⁶ Na acepção da autora, os “eixos de transferência” se ordenam a partir de definições no campo sociológico e psicológico, enquanto o “acesso” conduz-se pelas tecnologias e sua semântica.

2013. p.134). O conhecimento é a informação na prática, executável e com potencial transformador.

Ao expandirmos o conceito de informação como um canal composto por intencionalidades, sistematizado por estímulos e significados, em que o contexto está associado à dinâmica de decodificação por parte do usuário, ressaltamos que as referencialidades e representações socioculturais impactam os modos de apropriação.

Interligado a isso, Linares Columbie (2010) pondera as transformações socioculturais e tecnológicas que eclodiram na transição entre uma sociedade pós-industrial para uma sociedade em rede. Essa mesma compreensão já era ressaltada por Saracevic (1996), ao pontuar a evolução do campo e as abordagens que envolvem as “modernas tecnologias informacionais” (Saracevic, 1996, p.47), correlação materializada sobretudo ao final da II Guerra Mundial.

Assim, os novos arranjos de produção e disseminação de informações a partir do advento das redes digitais, potencializam a ação dos sujeitos, agora “espect-ator⁷” na atual conjuntura midiática. Destarte, as novas composições no processo de assimilação de informação, o receptor enquanto coprodutor também de conteúdos, a instantaneidade e velocidade de disseminação dos dados, o ciberespaço e sua ubiquidade, todas essas questões constituem um novo paradigma tecnofuncional que impacta os mais diversos campos sociais, como o trabalho, a educação e a religião, tema central desta pesquisa.

3.2 A informação de natureza religiosa

Alinhado às perspectivas apontadas no subcapítulo anterior, é importante ressaltar as nuances que envolvem a informação de natureza religiosa. De início, é fundamental frisar o conceito de religião, enquanto instituição que engendra uma rede de símbolos evoca o exercício de práticas ritualísticas que visa a criação de vínculos efetivos com a esfera do sagrado (Alves, 2005). Expandido tal percepção, entendemos que suas práticas ritualísticas reforçam a coesão e o próprio espírito de adesão dos participes, e elas alimentam o próprio sentido da fé⁸ enquanto vivência coletiva.

⁷ Espectador e produtor de conteúdos na sociedade em rede.

⁸ Aqui trazemos o conceito de fé segundo o sociólogo Bach (2011, p.55): “relacionamento de confiança incondicional em algo, seja isso algum poder mágico, Deus, a razão ou até mesmo as supostas faculdades “sobre-humanas” de uma pessoa, é essencialmente uma dimensão de sentido irracional que, pela sua natureza, dificilmente pode ser conciliada de forma duradoura com as exigências racionais do intelectualismo e do conhecimento racional”.

Apoiando-se nessas noções que orbitam em torno do sagrado enquanto vetor de transcendência, suscitou-nos o interesse de construir um conceito de informação religiosa, tendo como pano de fundo o campo da Ciência da Informação.

Por informação religiosa, entendemos o conteúdo que discorre acerca de elementos de caráter doutrinal ou que envolve a espiritualidade, perpassando uma dimensão mística e com competência de intervir na escala de valores do sujeito. A comunicação dessa informação está alinhada à interface midiática que ela está inserida, ensejando assim diferentes abordagens.

Nos veículos de comunicação de massa (jornal, rádio e TV), há a predominância do sensível, da estética vibrante, da força testemunhal do fiel e da prece coletiva. No campo virtual, o enfoque se estabelece numa prática de fé mais individualizada, ancorada na interação, no compartilhamento e na capacidade de despertar uma militância digital.

Na sociedade em rede, a informação de caráter religioso ganha outras variáveis em seu processo de disseminação, inflamado especialmente pela obliquidade das mídias digitais, o que proporciona a formação de uma religião multiplataforma, que rompe com a circunscrição eclesial e se aloja em outras instâncias comunicacionais, do cinema ao aplicativo, passando pelo jornal paroquial até a comunidades no *WhatsApp* (Castells, 2007; Ventura, 2023).

Nesse sentido, a gravitação da informação religiosa em uma comunidade de fé tem capacidade de ampliar sentimentos de coesão social e, em tese, contém o potencial de reordenar o papel do leigo numa dialogicidade mediada por aparatos midiáticos. O deslocamento desse modo de apropriação de conteúdo para as redes sociais digitais, constitui-se numa verdadeira diáspora da experiência religiosa (Brasher, 2004), instaurando um vasto campo para o intercâmbio simbólico entre os interagentes.

A informação religiosa que agora também transita em espaços seculares é reconfigurado e reinterpretado por usuários sem a chamada pré-disposição religiosa. Nessas ambientes, o discurso que ecoa dos púlpitos passa a incorporar “performances de transmissão” (Gomes, P., 2017) num atravessamento que somam afetos, cenários e protocolos.

A pretexto desse panorama, Bratosin (2016) reflete sobre a constituição de um uma *medialização*, conexão mútua entre meios e a religião, numa simbiose que altera as modalidades de agenciamento e instaura uma nova esfera comunicacional na relação fiel-dispositivo informacional.

3.3 A tecitura da midiatização de informação religiosa

À luz dos apontamentos antecedentes, as discussões acerca da dinâmica de comunicação da informação no âmbito da CI atrelam-se e expandem-se concomitante à intensidade dos fluxos de dados, aos novos espaços de interatividade e colaboração, assim como à consolidação de plataformas digitais que se desdobram nas relações econômicas, sociais, culturais, educacionais e religiosas.

Nesse sentido, as expressões socioculturais que estão envoltos do receptor operam encadeamentos comunicativos que são regidos por ritualidades coletivas que interferem em seu modo de agir e sentir no mundo” (Martin-Barbero, 2009, p.44). Assim, é fundamental ponderar as articulações entre “mídia, mediação e midiatização”, como eixos que se integralizam nos mecanismos de apreensão da mensagem, na infraestrutura técnica, nos estímulos ambientais e na subjetividade do usuário.

Dessa forma, aqueles que se utilizam das mídias não são passivos em suas vivências (Martin-Barbero, 2009). Essa relação está intrinsecamente ligada ao sistema e contexto, em que as mediações fazem parte de uma necessidade informacional do indivíduo. Ainda nessa direção, Almeida Júnior (2009) pondera o caráter ativo do usuário, também constituído por referências apoiado em suas relações com o mundo exterior. Assim, sendo o usuário “ator central no processo de apropriação” (Almeida Júnior, 2009, p.93) delineia e intervém na mecânica informacional.

Martin-Barbero (2000) lança luzes na relação entre indivíduos e os meios de comunicação de massa, atentando-se para a cadeia de significados que brotam desse contato. “Mediação significava que entre o estímulo e resposta há um espesso espaço de crenças, costumes, sonhos, medos, tudo o que configura a cultura cotidiana” (Martin-Barbero, 2000, p.54). Na visão do referido pesquisador, que se debruçou de forma central ao cotidiano latino-americano, a dinâmica de manipulação se dilui na ambigüidade plural de referências que orbitam em torno do usuário da informação.

Nessa ótica, Santaella (2011, p.207) ressalta a relevância do caráter da linguagem na dinâmica de mediação. Ainda segundo a autora, ela é pressuposta nos modos de compreensão de mundo, causa e efeito na interpretação da realidade, pautada numa contínua ordenação de signos.

O conceito de mediação não deve ser simploriamente entendido como meio de comunicação e nem mesmo como ambiente cultural e social que os meios criam. Mediação é, sobretudo, um conceito epistemológico que envolve a grandeza humana, que é também a nossa tragédia de só ter acesso ao mundo físico, afetivo, sensório, perceptivo, cognitivo, pela mediação dos signos”.

Sob esse prisma, é relevante a noção da informação na qualidade de conteúdo valorativo, ou seja, o fluxo informacional se articula numa espécie de evolução semântica, onde também motivações e os modos de representação de mundo do receptor é que guiará a apropriação deste, também permeada por uma “dialética histórico-social não estática” como assinala Almeida Júnior (2009).

Nessa perspectiva, está implícito que um usuário de um aplicativo de natureza religiosa, já possui uma identidade moldada por referências que gravitam em torno do sagrado e suas interfaces. Dessa forma, sua visão de mundo, arcabouço moral e ideológicos constituídos interferirão nos modos de consumo informacional.

Nesse sentido, os particularismos e as concepções estabelecidas por um sujeito serão reelaborados e sua condição religiosa afetada, como bem destaca Jacks (1999, p.48) ao conceituar mediação como o “conjunto de elementos que intervêm na estruturação, organização e reorganização da percepção da realidade em que está inserido o receptor”. Ainda segundo a supracitada autora, a mediação para além de promoção de uma maior acessibilidade, ela também se ancora na captação das reais necessidades e expectativas do indivíduo, possibilitando o uso da informação de maneira eficiente.

Assim, o processo de mediação é redesenhado pelas Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC), tendo em vista a nova ordem técnica-discursiva das instituições promotoras de sentido, ganhando contornos de midiatização, entrelaçado entre as conexões suscitados pelas mensagens de uma mídia e as experiências do sujeito.

Subordinado a esse fenômeno técnico-simbólico que emerge das redes digitais, Recuero (2009) pontua dois tipos de interação: utilização estática e dinâmica. Na primeira modalidade se explora a “estrutura” da rede: seus nós, suas ramificações, seus protótipos de usabilidade. Na apropriação dinâmica, o eixo de observação considera o sistema de fluxos. Ou seja, a rede é vista segundo suas possibilidades de engajamento e de mobilização da ação.

Nessa direção, consideramos a segunda perspectiva acima mais atinente à midiatização da informação no campo religioso, por considerar a dinâmica dos fluxos informacionais e as intencionalidades de produtores de conteúdos, capazes de produzir sentidos nos interagentes envolvidos a partir da usabilidade de um aplicativo de natureza religiosa, ferramenta composta por lógicas algorítmicas, que pautam seus métodos de veiculação informacional (D’Andrea, 2018).

Nesse aspecto, quando uma determinada crença utiliza de ferramentas midiáticas para veiculação de preces ou celebrações, instaura-se um novo campo de interlocução oficial,

imprimindo uma readaptação de práticas e ações à luz da lógica das mídias (Martino, 2016). Quando um fiel decide ir ao templo para exercício espiritual, sobre ele impõe-se as simbologias próprias do espaço, a ritualística coletiva e do intercâmbio ideológico que se estabelece no contato com os demais membros, isto é, atravessado pela ótica comunitária. Quando o mesmo culto ou cerimônia religiosa é veiculado pelas mídias, um novo tipo de ecossistema comunicacional é composto. Assim, opera-se a midiatização, integrando às práticas cotidianas, das mais corriqueiras às mais complexas, interferindo nos modos de atuação da política, do mercado e das religiões.

No caso das igrejas, o senso de controle e autonomia é horizontalizado e não focado apenas na posição de um líder espiritual, ou seja, há uma reconfiguração do papel da autoridade em meio às diversas possibilidades de exploração da espiritualidade. As múltiplas camadas desse processo mobilizam um deslocamento da fé como conhecemos (Gomes, P., 2010), pautado agora numa dimensão mais individualizada.

A constituição de “igrejas virtuais” (Hjarvard, 2012) sedimenta uma nova consciência religiosa que não mais se centraliza apenas num “lugar de encontro” com seu arranjo doutrinário, legal e pastoral. Agora ela se percebe e transmuta-se levando em conta uma *selfreligiosidade*, em que o fiel constrói uma forma de crença baseada em seus próprios ideais de vida ou percepções de como a realidade deve ser moldada.

Dessarte, no nosso entendimento, a *selfreligiosidade* é entrelaçada da seguinte forma: o mesmo devoto que se sente preenchido espiritualmente com a mística que rodeia os exercícios do culto religioso, bem como atraído e revigorado no seu relacionamento com o divino, pode discordar da posição institucional diante de temas como aborto, homoafetividade e divórcio, e continuar a fazer parte da comunidade de fé sem traumas ou inquietações.

Ao ignorar os aspectos hierárquicos ou burocráticos naturais numa instituição, o fiel envolto numa nova arquitetura comunicacional (Fausto Neto, 2018), acaba por redefinir o próprio conceito de “comunhão”, tão apregoado em púlpitos religiosos. Ela também ecoa em discursos virtuais, mas agora de forma ubíqua, interativa e repleta de nós colaborativos, em que se correlacionam “enunciadores e enunciatários” (Carlón, 2020).

3.4 A midiatização da informação religiosa católica

Implicito às discussões já levantadas, é essencial aprofundar a gênese que envolve a presença maciça de mensagens religiosas em múltiplos veículos comunicacionais. Sob tal contingência, é pertinente destacar o fenômeno iniciado nos Estados Unidos e que recebeu a

alcunha de *televangelismo*, que conforme Sousa (2021), pastores compraram horários nobres na televisão e no rádio para difusão doutrinal, embora sempre atente às grandes questões da contemporaneidade, como família, violência e sexualidade.

Na década de 1980, também no Brasil, reprisa-se a aquisição de emissoras por agremiações evangélicas (alinhado à ascensão dessa corrente que saltou de 6,6% em 1980 para 26,9% da população em 2022, totalizando 47 milhões de pessoas⁹), e pela Igreja Católica, em especial a Renovação Carismática que por intermédio de suas comunidades de vida, arregimentam rádios, portais e vultosas estruturas audiovisuais.

Em 1990, showmissas com Padre Marcelo Rossi chegavam a reunir mais de três milhões de fiéis¹⁰ e shows da Banda gospel Diante do Trono catalisavam mais de 300 mil devotos¹¹ em praças pelo país. No itinerário desse raciocínio, igualmente narrativas de cunho religioso catapultaram índices recordes de audiência, como a de temática espírita *A Viagem* exibida em 1994 e que se tornou um marco, similarmente filmes como *Chico Xavier e Nosso Lar* que bateram mais de quatro milhões de espectadores nos cinemas brasileiros¹².

Não obstante igrejas investirem em horários na chamada comunicação de massa e sacerdotes não recusarem a participação em programas na mídia não confessional, a internet tornou-se a grande trincheira da evangelização, potencializando a dinâmica de disseminação de informação religiosa, fomentando uma espécie de “Religião 2.0” (Patriota; Freire, 2015). As grandes concentrações de público de maneira presencial agora dão lugar às celebrações ao vivo pela rede digital, os pedidos de oração remodelam-se em velas virtuais, são exemplos dessa nova atmosfera.

No caso da Igreja Católica, Carranza (2011) pondera a construção de um catolicismo midiático já no início do século XXI, imbricado em novos modalidades de vivência e expressão da fé, não apenas apegado ao que seria atos tradicionais como a recitação do terço, procissão ou festas de padroeiro, mas também vinculado a novos métodos de espiritualidade, como cristotecas e a inclusão de estilos musicais até então inimagináveis, como o rock e o sertanejo cristão. Com base nisso, a vivência de uma crença por intermédio das plataformas

⁹ Dados do Censo 2022 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

¹⁰ Evento realizado em 2008 por ocasião da gravação do DVD “Paz sim, violência não” em Interlagos e que contou com a participação de dezenas de artistas de renome nacional:

<https://g1.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,,MUL42012EVENTO+COM+PADRE+MARCELO+REUNE+MIL+OES+DE+PESSOAS.html>

¹¹ Gravação do DVD oficial da Banda Diante do Trono na cidade de Manaus- Amazonas: <https://www.newsgospel.com.br/2012/06/diante-do-trono-reune-mais-de-350-mil.html>

¹² Filmes de temática espírita continuam a gerar grande repercussão, após um hiato de produções nacional: <https://veja.abril.com.br/coluna/em-cartaz/nada-e-por-acaso-puxa-volta-triumfal-do-espiritismo-aos-cinemas>

digitais motiva um novo arquétipo sociocultural frente à secularização (Hoover, 2012) mesmo incorporando hábitos ou estilos que rompem a esfera considerada sacro.

Nessa premissa, a consonância entre a ação eclesial e o “metaverso católico”, que aglutina uma convergência multimidiática de vídeos, sons, textos e interatividade, desafiam a própria noção da experiência religiosa, já que o virtual (Lévy, 1996) tem o potencial de redesenhar também as percepções e escolhas dos sujeitos (Weissberg, 1993) ao criar ambientes que reafirmam convicções e valores, diluindo-se o confronto e o choque de posições naturais em qualquer instituição portadora de sentidos, fomentando assim uma *self-religiosidade* (outrora discutido).

Essas inquietações fazem parte do Diretório de Catequese elaborado pelo Pontifício Conselho para a Promoção da Nova Evangelização (CPNE) que direciona os capítulos 359-372 acerca da cultura digital, e apesar de celebrar a viabilidade de uma “Igreja em saída”¹³ alerta às novas interfaces comunicacionais, o documento também salienta prudência quanto a sua usabilidade, evitando assim uma deformidade do caráter doutrinal e com as superficialidades que a rede expõe em larga escala, sobretudo aos dilemas comportamentais.

[...]muitas formas de interação pessoal tornaram-se virtuais suplantando totalmente, especialmente entre as jovens gerações, a necessidade de formas de relação tradicionais, impedindo-as de tomar contato direto com a angústia, a trepidação, a alegria do outro e com a complexidade da sua experiência pessoal (CPNE, 2019, n. 369).

Atado a isso, é impreterável mencionar as transformações ocasionadas na evangelização digital no período da pandemia de Covid-19 e seus desdobramentos após o fim emergência de saúde pública decretada pela OMS e suas restrições. A grave crise epidemiológica obrigou uma adaptação nas missas e reuniões. Durante pouco mais de um ano, a internet tornou-se o principal veículo para transmissão dos rituais religiosos, o que também exigiu uma reformulação e modernização das pastorais de comunicação das paróquias, precípuaamente quando se percebeu uma carência e desejo exacerbado das pessoas por respostas transcendentais¹⁴ às incertezas do momento.

De acordo com a pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros divulgado pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento

¹³ Convocação do Papa Francisco na Exortação Apostólica *Evangelii Gaudium* acerca da necessidade de uma verdadeira “conversão pastoral” a partir da proximidade com os afastados e excluídos da sociedade.

¹⁴ Segundo investigação da professora Jeanet Sinding Bentzen em relatório nomeado “Em crise, oramos: religiosidade e o covid-19 pandemia”, em março de 2020, o tópico “oração” atingiu o nível mais alto de buscas no google em 75 países, dobrando a cada registro de 80 mil novos casos de coronavírus.

<https://www.ihu.unisinos.br/categorias/598028-pandemia-aumenta-buscas-do-topico-oracao-na-internet>

da Sociedade da Informação (Cetic.br), em 2020 houve um aumento no acesso à internet, passando de 71% dos domicílios para 83% no período pandêmico, tendo em vista a afetação em outras dimensões da vida social, como a educação, o trabalho e o lazer.

Ainda hoje, apesar da flexibilização e retorno ao “novo normal”, são exibidas celebrações, a despeito da orientação das Diretrizes Gerais da Ação Evangelizadora da Igreja no Brasil acentuarem o compromisso de incentivo à participação presencial em grupos e movimentos, sobretudo nas metrópoles. A diferença qualitativa e combate ao individualismo, quando a ideia central da vivência religiosa é a comunhão, são tensionamentos que afloram na órbita do catolicismo digital.

4. JUVENTUDES, RELIGIOSIDADES E CATOLICISMO

Esta seção aprofunda a abrangência conceitual das juventudes, levando em conta os impactos socioculturais e o imperativo tecnológico. Ademais, tensionamos o cenário que envolve o enlaçamento juvenil por parte das agremiações religiosas, em especial no campo católico, destacando suas táticas para arregimentar tal público.

4.1 A complexidade das juventudes

A partir das discussões empreendidas anteriormente, chama-nos à atenção, as camadas socioculturais que envolvem o jovem contemporâneo. Alvo predileto da indústria cultural, esperança e desafio intrincado às igrejas, sujeito imerso e hábil no ecossistema digital, a exposta geração conduz sua subjetividade assentado nas possibilidades de ampla experiencião. Canevacci (2013) amplia tal compreensão ao analisar a cultura juvenil, considerando as categorias de “ubiquidade”, “multivíduo” e “autorrepresentação”. Esses sujeitos móveis que o autor classifica como “extremos” assomam “fluidez diaspórica e identitária” (Canevacci, 2013). Nessa ótica, a relação do eu com outro provoca relações não homogêneas, líquidas, transitórias e destituídas de engajamento profundo, amplificado com a voluptuosidade das redes digitais, constituindo assim um sujeito ubíquo conectado (mas que não é necessariamente formado por uma consciência de partilha coletiva).

Na metrópole comunicacional, cada pessoa configura um “outro”, não na forma de uma alteridade radical, mas de pequenas diferenças. Se, no passado, prevalecia o conceito de homologação, no qual todo mundo seguia um padrão determinado pela estrutura econômica e política, com padronização identitária, atualmente o grande desafio da etnografia é penetrar em cada uma dessas diferenças — diferenças que configuram tipos específicos de alteridade e, juntas, formam um patchwork, uma dimensão sincrética glolocal [global + local] que varia no espaço e no tempo (Canevacci, 2013, p.85)

Partindo dessas premissas teóricas, é relevante sublinhar os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2021. O Brasil possui 47 milhões de pessoas com idade entre 15 e 29 anos, ou seja, o número de jovens corresponde a 23% da população brasileira. Esse imenso contingente suscita a necessidade de uma compreensão que rompa com os fatigados estereótipos e que se alinhe com as múltiplas trajetórias e dilemas geracionais que o cercam, que perpassa desde a atuação nas periferias, protagonismo político, preconceitos e a precarização no mercado profissional.

Esse panorama exige uma atenção efetiva por parte do Estado. Diante disso, destaque-se a criação da Secretaria Nacional de Juventude em 2005 e a aprovação do Estatuto da

Juventude pelo Congresso Nacional em 2013, que descreve princípios e diretrizes das políticas públicas da juventude, associando-se às garantias da Emenda 65 que inclui os jovens no artigo 227 da Constituição Federal de 1988.

Ainda por esse ângulo, sublinhem-se os obstáculos enfrentados na esfera do trabalho. De acordo com a Síntese de Indicadores Sociais do IBGE, divulgadas em dezembro de 2024, 21,2% dos brasileiros entre 15 e 29 anos não estudam nem trabalham, chamada “geração nem-nem”, o que engloba 10,3 milhões de brasileiros nesta faixa. Somados a esses índices, segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA/2019), quase metade dos jovens com ensino superior exercem funções incompatíveis com a escolaridade.

De maneira adicional a essa circunstância, destaque-se os problemas relacionados à saúde mental¹⁵, em especial a depressão, ansiedade e baixa autoestima. Tais intempéries emocionais têm vinculação às novas demandas contemporâneas (da sobrecarga de trabalho ao excesso do uso de mídias digitais), característica da transição de uma sociedade tramada por uma normativa disciplinar (rotina industrial de inspiração fordista) à sociedade do desempenho (permeada pelo raciocínio da globalização nos modos de trabalho, no intenso fluxo informacional e discursos de autoajuda), (Han, 2015).

O aprofundamento das desigualdades e o desabrochar de um descontentamento generalizado já haviam ficado visíveis em 2013 com as chamadas “jornadas de junho”, termo que engloba a série de manifestações sociais que ocorreram por todo o Brasil e que teve sua origem com o questionamento do aumento da passagem na cidade de São Paulo. A justa reivindicação se somou a tantos outros pleitos antigos da sociedade, como melhorias no serviço público e arrebanhou milhões de pessoas, provocando uma resposta dos representantes eleitos. As ações que tiveram as redes sociais como ambiente propulsor para engajamento e luta (Castells, 2012) gerou a formação de novas lideranças em meio ao desmembramento das causas, tal qual o maio de 1968 francês¹⁶.

Esses acontecimentos evidenciam o interesse dos jovens pela participação política (Carranza, 2018). Em meio à polarização ideológica que o Brasil vivencia desde 2013, o

¹⁵ De acordo com dados divulgados pelo Panorama de Saúde Mental 2023, empreendido pelo Instituto Cactus em parceria com AtlasIntel, os jovens entre 16 e 24 anos, estão entre os mais afetados por problemas de saúde mental. O mesmo instituto, em 2024, constatou que 45% dos casos de ansiedade em jovens de 15 a 29 anos, estão relacionados ao uso intensivo das redes sociais digitais. <https://www.bbc.com/portuguese/articles/crg7lg4r6g50> <https://veja.abril.com.br/saude/excesso-de-redes-sociais-esta-associado-a-45-dos-casos-de-ansiedade-em-jovens>

¹⁶ Série de manifestações iniciadas por estudantes universitários durante o Governo de Charles de Gaulle na França. O intento, que teve sua gênese na reivindicação pelo fim de dormitórios separados no campus de Sorbonne, inspirou outros grupos de trabalhadores num quadro de grave crise econômica. Pautas como o direito das mulheres e das minorias, também foram adicionadas aos protestos.

engajamento deste público cresceu vertiginosamente, tanto na retirada do título quanto às urnas nos dois turnos das eleições de 2022¹⁷. No entanto, Novaes (2022) ressalta que o voto do jovem não é uniforme, sendo fundamental perceber os recortes (classe, cor, condição social e religião).

Para além do ativismo político e interligado a ideia, frise-se, de que a “juventude nunca é um todo homogêneo (Novaes, 2019), ressaltem-se duas outras características desse grupo: a participação social e a integração digital. A condição juvenil que agora desdobra-se em múltiplas formas de aderência (Maffesoli, 1986) consegue maior capilaridade num contexto em que se valoriza e estimula a diversidade.

Assim, constrói-se uma nova ocupação do espaço, com a polifonia de discursos que emergem das juventudes negras, LGBTQIAPN+¹⁸ e jovens mulheres, que deslocam das zonas periféricas para o centro do debate público. Tal escala ganha maior ressonância nas redes sociais digitais, que constitui novos afetos, sensibilidades e intercâmbio de ideias. A formação de uma espécie de comunidade, motivando a criação de “coletivos juvenis” (Novaes, 2019) é capaz de enfrentar/resistir às perseguições, a intolerância e os crimes de racismo ou de homofobia.

O ciberespaço, dessa forma, é termômetro para externar desejos, insatisfações e ideologias. O frenesi do cotidiano e o frisson proporcionado pelo intenso fluxo informacional também afetam o indivíduo que se vê como alvo das inúmeras investidas do mercado e ao mesmo tempo, suscitado a compartilhar sua vida em tempo real nas redes sociais digitais, sob a pena de sentir-se repelido de um novo, por assim dizer, padrão civilizatório.

Na atualidade, nada conserva a sua forma por muito tempo e assim, os estágios de assimilação de determinados fenômenos são rompidos no tempo e no espaço, ou seja, o processo de decantação dá lugar à transversalidade dos acontecimentos, frisem-se: urgentes, findáveis e fugazes (Bauman, 2003). Todos esses apontamentos coadunam-se com o que Novaes (2007) destaca como ambivalências juvenis, que muitas vezes, vão de encontro com as condutas e expectativas alimentadas pela família e grosso modo, pela sociedade. Diante disso, instigou-nos a conhecer como a religião é vivenciada por esse extrato social multifacetado, heterogêneo e que anseia por protagonismo.

¹⁷ Conforme o TSE, a participação dos jovens entre 16 e 17 anos cresceu 52% entre 2018 e 2022. Dados disponíveis em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Dezembro/participacao-de-jovens-de-16-e-17-anos-nas-eleicoes-cresceu-52-entre-2018-e-2022>. Acesso em: 01 dez. 2023.

¹⁸ L: Lésbicas, G: Gays, B: Bissexuais, T: Transgêneros, Q: Queer, I: Intersexo, A: Assexuais, P: Pansexuais, N: Não-binários, +: Outras identidades.

4.2 As juventudes e a religiosidade

Como bem problematizado anteriormente, as discussões que cercam as juventudes na contemporaneidade, perpassam elementos de cunho sociológico, identitário e cultural. Diante disso, adicione-se os múltiplos modos de vinculação com o sagrado desse referido agrupamento, que permeiam entre a transitoriedade ao desejo por pertencimento.

Sendo assim, é relevante sublinhar os dados do Censo religioso do IBGE (2022), no qual evidencia que os “sem religião” correspondem a 9,3% da população brasileira, totalizando cerca de 20 milhões de pessoas. Em recente pesquisa divulgada pelo Datafolha¹⁹, em setembro de 2022, o percentual dos que não vivenciam a sua religiosidade nos templos chega a 25% entre jovens de 16 a 24 anos, alcançando 30% nas regiões de São Paulo e Rio de Janeiro. Voltando-se aos católicos, contata-se que no Brasil chegam a 51%, contra 26% de evangélicos, 2% de adventistas, 2% de espíritas 1% de umbandistas, 5% de outras crenças e 12% dos que se declaram “sem religião”. Dentro das hostes do catolicismo, 48% consideram-se praticantes, 51% não praticante, sendo que a proporção de jovens que destacaram possuir algum tipo de vínculo com a igreja é menor do que a média nacional, somando 42% dos inqueridos.

Os indicadores acima são reflexos de um processo de “desafeição religiosa” (Ribeiro de Oliveira, 2012, p.1250), em que há um visível distanciamento do caráter organizacional do exercício da crença e por consequência, ausência gradual dos hábitos ceremoniais, elementos sacramentais e no cumprimento dos preceitos, como conceituado abaixo.

O enfraquecimento ou ruptura do laço afetivo que une o fiel à instituição religiosa, o que indica a afeição como sentimento, a descrença do fiel em um ou mais artigos da fé professada pela Igreja; e o afastamento pessoal das práticas rituais que ligam fiel à Igreja.

Esse fenômeno em ascensão tem sido característico em grandes países do Ocidente²⁰, como Estados Unidos, Canadá, França, Alemanha, Espanha e agora na América Latina. Onde também já se irrompe uma espécie de “ateísmo orgânico”, em que indivíduos não sentem a necessidade de cultivo à espiritualidade, tão pouco à presença em templos.

Interligado a essa conjuntura desafiadora de um jovem rebanho desobediente e mais livre (Dayrell, 2002), é pertinente conhecer como as Igrejas atuam nas estratégias de

¹⁹ O uso dos Dados colhidos pelo Instituto Datafolha se deve ao atraso da divulgação do Censo 2020, devido ao impacto da pandemia e a ausência de recursos suficientes. Em tempo, o IBGE iniciou o processo de divulgação dos indicadores em 28 de junho de 2023, sem ainda, até a presente data, informar o panorama religioso.

²⁰ <https://oglobo.globo.com/brasil/noticia/2025/06/11/brasil-segue-tendencia-global-de-aumento-no-numero-de-pessoas-sem-religiao-mas-se-mantem-entre-os-mais-cristaos.ghml>

arregimentação de jovens, numa conjuntura de natural fluidez de pertencimento, pela intensidade das relações afetivas e impulsionado pelos delírios de consumismo desenfreado (Bauman, 2003).

Essa reconfiguração no exercício da crença, onde a hierárquica influência das instituições religiosas perde força perante a prática de uma fé mais individualizada (Certeau, 2012) e pela dinâmica de escolhas que fluem naturalmente no campo juvenil, não mais compelidos a seguirem a religião dos pais e mais motivados a ampla experimentação (Fernandes, 2010), impõe desafios na dinâmica de disseminação de informação numa sociedade permeada por diversos formas de crença.

Diante desse complexo panorama, que descontina da cultura da mídia aos agenciamentos sociais, passando pelo pluralismo religioso, é determinante captar como os novos códigos, comportamento, as prováveis desfiliações e o trânsito religioso podem provocar rearranjos nos sentidos da fé juvenil e consequentemente nas suas práticas sociais.

Ampliando essa questão, de acordo com Negrão (2009), a mídia tradicional não oportunizava um conhecimento profundo nas múltiplas possibilidades de experiência religiosa, o que torna o debate mais demarcado a espaços acadêmicos ou grupos investigativos. Com as transformações sociodemográficas, os veículos comunicacionais começaram a viabilizar extenso espaço às múltiplas formas de pertencimento, sejam em tramas de entretenimento ou em reportagens jornalísticas.

Com as redes digitais e seu imenso alcance de pesquisa e imersão, tal característica adiciona maior densidade, dado a perceptibilidade que agrupamentos religiosos ou propostas de filosofia de vida arregimentam seja com influenciadores ou em páginas oficiais, com narrativas e estéticas atrantes e com potencial de convencimento e agregação.

4.3 Catolicismo e juventudes

Atento aos supracitados desafios relacionados à arregimentação de jovens, frise-se que as profundas transformações socioculturais que redefinem a própria noção das experiências desses indivíduos na contemporaneidade (Canevacci, 2013), perfaz uma preocupação e, por conseguinte, um foco condutor nas estratégias da Igreja Católica.

Tais concepções são externadas no Documento base da Evangelização da juventude da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil:

A evangelização da juventude exige atualização permanente do conhecimento da dinâmica de sua subjetividade. Há de se levar em conta a sua complexidade. Este conhecimento possibilitará um adequado tratamento do fenômeno do subjetivismo que gera, facilmente, a permissividade, o egoísmo, a identificação simples da felicidade com o prazer, a incompetência para lidar com a pluralidade de solicitações e ofertas, entre outras. Estas questões afetam a subjetividade humana, particularmente a juvenil. (CNBB, 2007, p.18).

Alinhado a esse contexto, destaque-se as ações empreendidas com vistas a proporcionar um maior protagonismo aos jovens, pautado na escuta, participação e doutrinação. Em 2013, o Brasil recebeu a Jornada Mundial da Juventude, mobilizando cerca de 3,7 milhões de jovens entre os dias 23 e 28 de julho (Carranza; Sofiati, 2019). O referido acontecimento foi fundamental para energizar as pastorais ou movimentos juvenis, tendo em vista a peregrinação dos ícones da JMJ que passaram por todas as Dioceses do país durante 02 anos.

Associado a isso, em 2016, o Papa Francisco, que faleceu em 21 de abril 2025, convocou uma Assembleia Geral Ordinária sobre o tema “os jovens, a fé e o discernimento vocacional”, o Sínodo dos Jovens. Entre o período de junho a dezembro de 2017, aproximadamente 100.500 jovens responderam as questões propostas pela Igreja de Roma, que versava sobre temas como: economia, participação social, desemprego, trabalho precário, as migrações, as drogas, o papel da mulher, família, inserção tecnológica e presença efetiva na comunidade religiosa.

Em outubro de 2018, 300 jovens encontraram-se em Roma para discussões a pretexto do documento final, que contou ainda com 15 mil participantes colaborando por intermédio da internet. Ao fim, dividido em três partes, 12 capítulos, 167 parágrafos e 60 páginas, reforçou-se à necessidade de um maior acompanhamento dos jovens, apostando em uma extensa formação e a necessidade de perceber/respeitar as múltiplas faces de expressão espiritual ao redor do mundo.

Frise-se que 15 capítulos foram dedicados ao aprofundamento da evangelização no ambiente digital, percorrendo seus desafios e oportunidades, entre símbolos, algoritmos e sistemas informacionais que engendram um outro tipo de capital simbólico numa rede não mais hierarquizada (Sbardelotto, 2017).

A *web* e as redes sociais constituem uma «praça» onde os jovens transcorrem muito tempo e se encontram facilmente, embora nem todos tenham igual acesso às mesmas, de modo particular em determinadas regiões do mundo. Contudo, elas constituem uma extraordinária oportunidade de diálogo, encontro e intercâmbio entre as pessoas, bem

como de acesso à informação e ao conhecimento. Além disso, o mundo digital é um âmbito de participação sociopolítica e de cidadania ativa, e pode facilitar a circulação de uma informação independente, capaz de tutelar eficazmente as pessoas mais vulneráveis, revelando as violações dos seus direitos. Em muitos países, a *web* e as redes sociais já constituem um lugar indispensável para alcançar e envolver os jovens nas próprias iniciativas e atividades pastorais. (Sínodo dos Jovens, 2018).

Além disso, salientaram-se a acolhida aos homossexuais e o combate à violência de todas as formas, ademais, enfatizou-se um olhar menos eurocêntrico e mais correlacionado às realidades das periferias globais, onde existe grande vitalidade celebrativa, pautando-se por laços de solidariedade e inclusão.

Em 2019, em uma nova mobilização global capitaneada pelo Papa Francisco, milhares de pessoas oriundos de 120 países fizeram-se presentes no projeto intitulado “Economia de Francisco e Clara”, iniciativa que se baseia num novo modelo de sociedade: mais justa e sustentável, antenado ao cuidado da casa comum²¹. Como encaminhamento, núcleos de ação foram criados e mantidos por paróquias sob à coordenação dos participantes que estiveram em Roma. Posicionar os jovens como interlocutores necessários na construção de uma sociedade mais justa e fraterna mostrou imperativo ao Papa Francisco durante seu pontificado de 12 anos, ainda mais levando em conta a conjuntura complexa que a Igreja Católica reconhece e que tem sido reverberado em seminários, encíclicas e documentos:

A igreja reconhece as dificuldades que os jovens enfrentam em relação às sequelas da pobreza, a carga de alienação advinda da globalização, as crises pelas quais passa a família de hoje, a educação de baixa qualidade, a descrença política, a problemática advinda do desemprego estrutural, o fenômeno da migração que os afeta diretamente (CF. Aparecida, 444-445, 2007).

Esse entrelaçamento externa que a evangelização juvenil não deixa subjacente outros interesses e pautas centrais da intimidade e do aspecto coletivo das juventudes, como também o combate ao racismo e a diversidade cultural (Novaes, 2019).

À luz dessas questões e considerando que jovens possuem diferentes modos de inserção à comunidade de fé, seria reducionismo dividi-la entre progressistas e conservadores, tradicionais ou liberais. Carranza e Sofiati (2019, p.32) identificaram inclinações muito mais profundas acerca dos jovens católicos brasileiros:

(...) tradicionalista (por ex: Opus Dei, TFP, Arautos do Evangelho); modernizadora-conservadora (por ex: Renovação Carismática, Comunidades de Vida e Aliança; Canção Nova; Toca de Assis); Reformista (dominante em congregações que trabalham com educação, tais como Lassalistas, Maristas e Salesianos) e Radical

²¹ Em 2025, o tema escolhido para a Campanha da Fraternidade 2025 é: “Fraternidade e Ecologia Integral” e o lema: “Deus viu que tudo era muito bom” (Gn 1,31). Conforme a CNBB, a iniciativa “busca promover, em espírito quaresmal e em tempos de urgente crise socioambiental, um processo de conversão integral, ouvindo o grito dos pobres e da Terra”.

(presente em setores ligados à Teologia da Libertação, Comunidades Eclesiais de Base, Pastorais da Juventude).

Correspondente a essas percepções, Fernandes (2010) assinala que apesar de a espiritualidade da Renovação Carismática Católica (RCC) ter sido vetor de atração juvenil, a cosmovisão pós-moderna²² pode interferir na conduta do sujeito, do rito à doutrina.

Assim, a modernização da linguagem católica tão comum à RCC se faz imperativo, em especial considerando a perda de transferência religiosa dos pais para os filhos e a orgânica aspiração pela experiência, tão característico ao cotidiano juvenil. Quanto mais plural o núcleo familiar, maior a tendência de os jovens transitarem por distintas confissões de fé, como destaca Novaes (2019).

A despeito disso, numa conjuntura em que “crer sem pertencer” exerce certo encantamento, iniciativas pastorais implementadas com o intuito de recrutar jovens fiéis são consideradas bem-sucedidas como Encontro de Jovens com Cristo (EJC), fidelizada na grande maioria das paróquias pelo Brasil. Idealizada num formato de retiro de fim de semana, o encontro norteia-se por partilhas, aprofundamento doutrinal e nas vivências interrelacionais.

Para além desses artifícios, acentuou-se uma forte investida nas redes sociais digitais, compondo um processo de midiatização da religião (Martino, 2016), processo assimétrico, permeado por tensionamentos, que ressignifica os modos de como o fiel vivencia a sua espiritualidade, tendo em vista os atributos característicos às tecnologias digitais. Nas próprias Pastorais de comunicação, há um visível predomínio de jovens como agentes na realização de coberturas e visibilidade das missas ou demais eventos católicos.

Ainda que tais ações sejam encaradas como necessárias e um sopro de renovação pelos líderes da instituição, é pertinente enfatizar o vertiginoso crescimento de jovens que optam por seguir outras confissões religiosas. De acordo com a pesquisa Datafolha elaborada em 2016, três em cada 10 brasileiros entre 16 e 24 anos são evangélicos, totalizando 12,4 milhões de jovens frente aos 13,7 milhões nessa faixa etária que se intitulam católicos²³.

Esse contingente de jovens filiados, em especial, às igrejas pentecostais e neopentecostais, situados nas classes D e E nas periferias dos grandes centros urbanos, motivaram discussões por parte de CNBB, que em 2024 atualizou o Documento 85, direcionado à evangelização da Juventude.

(...) incluir os jovens na Igreja, hoje, significa olhar para as múltiplas dimensões em que eles estão inseridos. Para, a partir daí, tratá-los como sujeitos com necessidades,

²² Lyotard (1979) destaca que na pós-modernidade, os parâmetros e normas sociais não são mais hegemônicas, o que suscita no sujeito uma espécie de deslocamento.

²³ Perfil e opinião dos evangélicos no Brasil – total da amostra PO813906 07 e 08/12/2016

<https://media.folha.uol.com.br/datafolha/2016/12/28/da39a3ee5e6b4b0d3255bfef95601890af80709.pdf>

potencialidades e demandas singulares em relação às outras faixas etárias. A juventude requer estrutura adequada para seu desenvolvimento integral, para suas buscas, para a construção de seu projeto de vida e sua inserção na vida profissional, social, religiosa etc. Tão importante, também, é olhar para a juventude conforme sua diversidade, “segundo as desigualdades de classe, renda familiar, região do país, condição de moradia rural ou urbana, no centro ou na periferia, de etnia, gênero etc.; em função destas diferenças, os recursos disponíveis resultam em chances muito distintas de desenvolvimento e inserção (CNBB, 2024, p. 24).

Para além da busca em entender as nuances e expectativas que cercam as juventudes, numa empreitada que rivaliza com outros segmentos cristãos, como pontuado anteriormente, há uma clara estratégia de garantir uma espécie de sustentabilidade na renovação do rebanho, visto o alto índice de idosos na pirâmide etária católica²⁴.

²⁴ Amostra religião por idade. Censo 2010. IBGE. <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pesquisa/23/22107>.

5. O APLICATIVO *JOVENS CONECTADOS*

Nesta divisão, expomos a estrutura informacional do aplicativo Jovens Conectados, em seguida, a partir de uma entrevista semiaberta com três membros da Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ), mantenedora da plataforma, exploramos os seus métodos de seleção, produção e disseminação de informações.

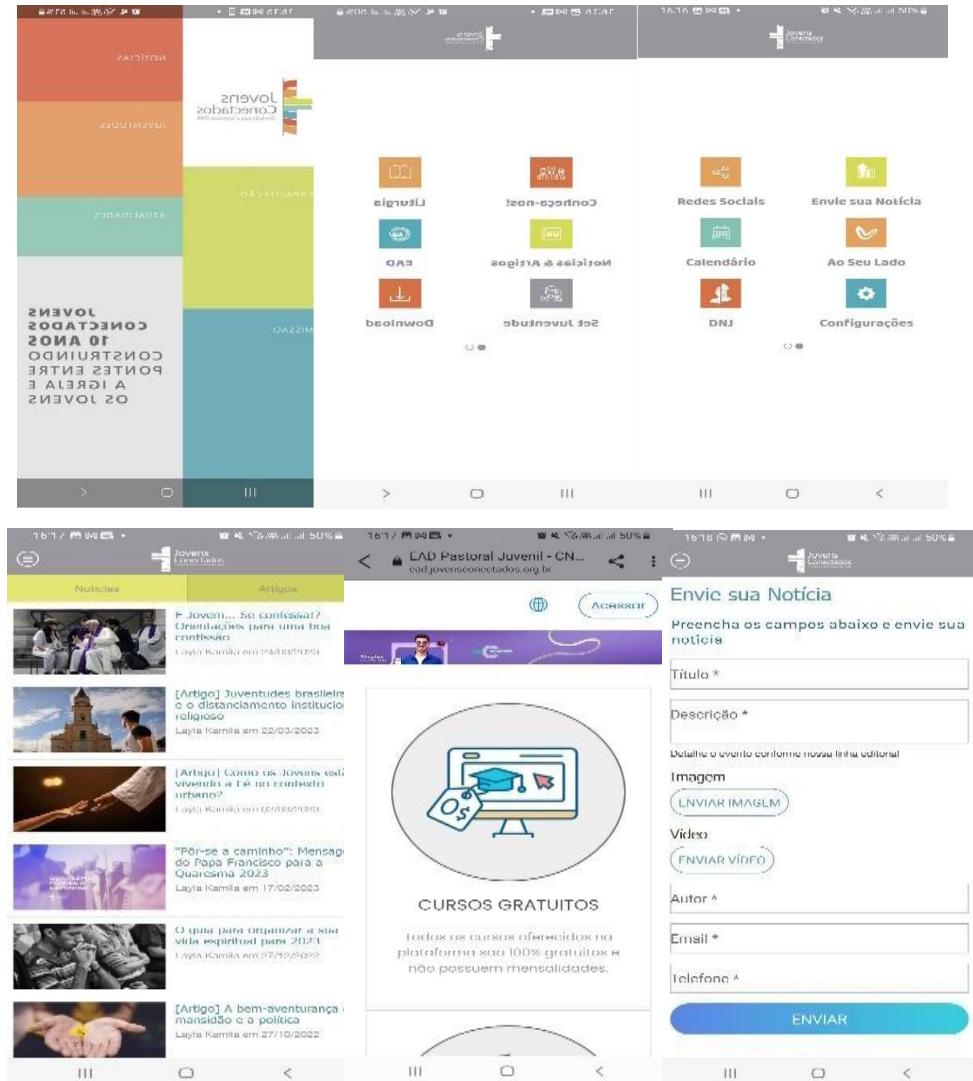
5.1 A estrutura informacional do app *Jovens Conectados*

Como reflexo de um novo paradigma midiático-religioso mediado pelas Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC) a Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ) da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), órgão máximo da Igreja Católica no país, lançou em 2018, o aplicativo *Jovens Conectados*. Segundo informações oficiais extraídas da plataforma, a referida iniciativa visou possibilitar aos jovens das mais diversas expressões eclesiais (movimentos, congregações, novas comunidades e organismos) divulgar as suas atividades pastorais em nível de Diocese.

A proposta está em sintonia com as transformações socioinformacionais, que pela transversalidade das redes (Lévy, 2003), opera-se de modo convergir pessoas e instituições, em que a verticalização da autoridade se dilui sistematicamente. Neste caso, o app mostra exatamente uma atuação inversa, ela reafirma a autoridade eclesial, tal qual lembra Sbardelotto (2017, p.86), “o catolicismo, na era digital, continua se manifestando como historicamente enraizado e institucionalmente estruturado, mas também como simbolicamente fluido e comunicacionalmente ressignificado de autoridade”.

Vinculado às redes sociais digitais, oferece um vasto conteúdo formativo, a partir da colaboratividade intensiva de seus agentes, com o intuito de reverberá-los em múltiplos ambientes online, fomentando uma cultura participativa (Jenkins, 2008).

Imagen 1: Aplicativo Jovens Conectados da CNBB



Fonte: Aplicativo Jovens Conectados da CNBB.

A partir das constatações acima, é importante ressaltar a estrutura do aplicativo móvel *Jovens Conectados*, em que inicialmente são apresentados os seguintes conteúdos: capacitação, missão, notícias, juventudes e atualidades.

Em seguida, há o fracionamento nos imediatos itens de exploração: *Conheça-nos* (tem o objetivo de apresentar a comissão responsável pela coordenação do aplicativo, bem como sublinhar sua linha editorial); *Notícias e Artigos* (apresenta informes acerca do universo católico, bem como publiciza textos sobre os temas: afetividade, comunicação, jovem e a Igreja; família e cultura); *Set Juventude* (partilha os encontros católicos que ocorrem pelo Brasil a partir da coparticipação dos jovens representantes das pastorais da juventude nas Dioceses).

Liturgia (atualização diária das leituras bíblicas próprias do dia, assim como o Santo no qual é feito memória); *EAD* (por intermédio da Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude da CNBB, o aplicativo também oferece uma capacitação a distância em duas linhas de atuação: Liderança e coordenação de jovens e assessores de jovens, ambas com certificados reconhecidos); *Download* (refere-se a oferta de textos formativos e catequético direcionados à espiritualidade juvenil).

Redes sociais (acoplados ao aplicativo, estão as redes sociais digitais: *Facebook*, *X*, *Instagram* e *Youtube*. Com isso, é possível comentar, curtir e divulgar em outras esferas virtuais o conteúdo que é lançado na tecnologia móvel). *Calendário* (Anúncio com detalhes os eventos que são realizados no âmbito das Dioceses pelo Brasil).

DNJ (visibilidade do evento Dia Nacional da Juventude realizado pelas Dioceses do Brasil); *Envie sua notícia* (ambiente para o jovem colaborador remeter informes de sua realidade católica local à Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude da CNBB); *Ao Seu Lado* (reflexão acerca do Plano da Pastoral Juvenil da Igreja no Brasil) e *Configurações* (relaciona-se a parte mais técnica, como suporte, recomendações e notificações).

5.2. Entrevista com a Comissão idealizadora do app *Jovens Conectados*

Em convergência com o primeiro objetivo específico: “mapear as estratégias de produção e disseminação de informação por parte da equipe dirigente da CNBB” e com a intenção de melhor apreender a estrutura conteudista da plataforma estudada, realizamos uma entrevista semiaberta com dois coordenadores do projeto app *Jovens Conectados*, Layla Kamila, identificada como (ELK) e Adilson Luis Zorzi, nomeado como (EAL), integrantes da Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ).

Como acentuado nos procedimentos metodológicos, os entrevistados foram indicados pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). A partir dos diálogos implementados, foi possível identificar o funcionamento da dinâmica informacional do aplicativo estudado.

Visando uma melhor compreensão holística das questões que emergiram das entrevistas, pontuamos as imediatas categorias temáticas que guiaram o processo de interlocução:

- (JC1) Seleção, produção e disseminação de informações;
- (JC2) Adesão e engajamento nas redes sociais digitais interligadas ao app;
- (JC3) Midiatização religiosa e pertencimento católico;

- (JC4) Espiritualidade juvenil na contemporaneidade.

5.2.1 (JC1) Seleção, produção e disseminação de informações

Na primeira questão, foi perguntado acerca do processo de produção e disseminação de informação no aplicativo *Jovens Conectados*:

O processo envolve uma colaboração ativa entre os membros da equipe, que é formada por jovens voluntários das mais diversas áreas da comunicação social. Os membros dessa equipe desempenham papéis específicos, como design, gestão de mídias sociais, tecnologia da informação, fotografia, videomaker e jornalismo. Cada um contribui para criarem conteúdos que visam evangelizar e conectar a juventude com a Igreja, utilizando diversas plataformas como redes sociais (*Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, etc.), além do próprio site e aplicativo. A disseminação das informações ocorre por meio desses canais, além de parcerias com a CNBB, Vatican News e outras frentes de comunicação, com o objetivo de dar voz às juventudes do Brasil, promovendo uma evangelização acessível e participativa (**ELK**).

Despertou o nosso interesse a profissionalização da equipe responsável pelo gerenciamento do app *Jovens Conectados*, que transitam nas mais diversas áreas da comunicação social. Esse suporte é basilar para qualificar a estética da produção audiovisual, tornando-a mais assimilável e compreensiva aos consumidores (Jenkins; Green; Ford, 2018) e ao mesmo tempo que se consolida como produto de nicho (Ruh, 2021). Além do mais, essa exigência se faz contundente num panorama de inúmeras opções atrativas em rede, por isso a logicidade de um investimento que converge “pessoas, tecnologias e sobretudo profissionais”, como bem lembra Canavilhas (2014, p. 122).

Uma outra leitura que deve ser observada, é a intencionalidade de reverberar conteúdo informacional de natureza religiosa por intermédio das redes sociais digitais, como meio de “conectar os jovens à Igreja”, na percepção da entrevistada. Essa ecologia midiática (Scolari, 2015) enseja intensa participação, fundamental para fazer a mensagem chegar em outras circunscrições digitais.

A incorporação de parcerias com sites ligados à institucionalidade, como as citadas acima, imprime uma característica que é reafirmada pela plataforma, a de portadora e disseminadora da ortodoxia em meio à fragmentação de discursos, ressalte-se, muitas vezes dissonantes à proposta da Igreja Católica.

Deste modo, merece atenção a citação feita ao *Vaticannews*, portal de informação oficial da Santa Sé. Ela integra um vasto canal multimidiático, abrangendo 50 idiomas junto à Rádio

Vaticano, *L'Osservatore Romano* e *Vatican Media*, servindo de referência para os demais veículos de comunicação ao redor do mundo, quando se trata de conteúdos que envolvem o Papa e as ações da Igreja Católica.

Ainda sobre a primeira indagação, André Luis assinalou:

Os *Jovens Conectados* são a equipe de comunicação da Comissão Episcopal para a Juventude da CNBB. Sua missão é levar aos jovens e à Igreja no Brasil as ações, propostas, atividades e mensagens da Comissão. O foco principal do grupo é dar suporte à Comissão Episcopal na divulgação de suas iniciativas. Além disso, a equipe também compartilha informações sobre ações realizadas em toda a Igreja no Brasil. No entanto, devido ao grande volume de informações, não é possível divulgar conteúdos muito localizados, como atividades de grupos paroquiais ou pequenos movimentos. Com milhares de grupos espalhados pelo país, atender a todas as demandas seria inviável. Para organizar a seleção de conteúdos, os *Jovens Conectados* seguem critérios de noticiabilidade em suas redes sociais, site e demais canais. A prioridade é divulgar informações com alcance, no mínimo, diocesano, além de conteúdos regionais — considerando os regionais da CNBB — e nacionais. Também são priorizadas notícias que envolvam representações das juventudes ligadas à Comissão Episcopal, como a Pastoral da Juventude, movimentos e congregações religiosas que atuam com jovens em nível nacional. (EAL)

A partir da fala acima, foram sublinhados os desafios da escolha de conteúdos a serem disseminados no aplicativo, considerando a grande quantidade de pautas que chegam à Comissão. Ao considerar a divulgação daquelas que tem um potencial de maior representação regional e consequentemente, contemplando um maior número de fiéis, fica visível a adoção, conscientemente ou não conscientemente, dos “critérios de noticiabilidade jornalístico”, que na ótica de Traquina (2008) abarca a avaliação se um acontecimento deve ou não ser veiculado na mídia, tendo como parâmetro fatores como marco geográfico, proximidade, interesse público, impacto social, dentre outros.

Ao referendar essa característica, que deixa de lado aspectos subjetivos e foca em demandas objetivas, a Comissão referenda a profissionalização do grupo e o alinhamento integral à CNBB (a respeito da reprodução de notícias dos sites oficiais ligados à Santa Sé).

Merece destaque de igual modo, a prioridade na disseminação de notícias que envolvam “as representações das juventudes”, num claro sinal de compreensão da autonomia, oscilações de engajamento (Carranza, 2017) e as multirreferencialidades que atravessam as práticas juvenis.

Em um segundo momento, indagamos a Layla acerca de como se desenvolve a seleção de informações para abastecimento da plataforma:

As pautas mais recorrentes estão centradas na evangelização e na promoção da espiritualidade. Os temas mais abordados incluem:1. Eventos e encontros juvenis, como Jornadas Mundiais da Juventude, DNJ (Dia Nacional da Juventude), JDJ (Jornada Diocesana da Juventude), Missão Jovem na Amazônia, além de退iros espirituais e romarias da juventude.2. Iniciativas das expressões juvenis, como o Encontro Nacional de Jovens de Congregações e Grupos Paroquiais, bem como movimentos eclesiais e novas comunidades.3. Reflexões sobre temas atuais, como desafios sociais, ambientais e saúde mental, à luz da doutrina católica. Além disso, ações de solidariedade e iniciativas de voluntariado realizadas pelos jovens.4. Iniciativas promovidas pelos Setores Diocesanos de Juventude e pelos Regionais da CNBB.5. Espiritualidade e formação, com conteúdo voltados para o crescimento na fé e o seguimento de Cristo. O processo de seleção das informações para a plataforma segue uma lógica de colaboração e participação, com o apoio da equipe de jornalismo. Jovens das expressões juvenis (pastorais, movimentos, novas comunidades, congregações, grupos de jovens paroquiais, escoteiros etc.), Setores Diocesanos de Juventude e organismos ligados às juventudes enviam suas ações e atividades para divulgação, seguindo nossa linha editorial. Essa rede colaborativa reflete a diversidade da juventude católica. A articuladora nacional, Layla Kamila, e o assessor nacional, Pe. Antônio Gomes, são responsáveis por revisar, selecionar e organizar as informações. O critério principal é a relevância para a missão de evangelização da juventude e o impacto do conteúdo em outras comunidades, mantendo o foco na construção de pontes entre a Igreja e os jovens (ELK).

Em seu raciocínio, Layla repisa duas significações orientadoras na seleção das informações: evangelização e espiritualidade. Esta, fundamentada no aprofundamento da mística da fé, oração e comunhão. Aquela, direcionada ao testemunho profético e anúncio cristão.

Concomitantes à intenção do aplicativo, a referida coordenadora exalta a necessidade do alinhamento missionário, como critério central na escolha das pautas, nesse sentido, mesmo em meio a demandas objetivas, a linha editorial consubstanciada pela entidade, é determinante na triagem do que se deve visibilizar.

A perspectiva da cooperação, igualmente, é arcabouço central na resposta externada acima. Isto demonstra que ao motivar o compartilhamento das vivências religiosas que se desdobram nas Dioceses, a Comissão idealizadora do *Jovens Conectados* pretende estimular a formação de *produsers* (Bruns, 2012), produtores e usuários da informação.

A visibilidade midiática partilhada dos eventos de massa pelo país, protagonizadas por rostos juvenis, constroem uma comunicação performática (Sbardelotto, 2017), em que a imagética ganha substância com a força testemunhal dos seus componentes.

Sobre isso, o entrevistado André Luis perscrutou:

As pautas mais recorrentes acompanham o calendário anual da Comissão Episcopal para a Juventude. Entre os principais temas estão os encontros promovidos pela Comissão, como o encontro com padres assessores da juventude, encontros com

bispos referenciais e com padres referenciais dos regionais da CNBB. Também ganham destaque celebrações importantes para a juventude da Igreja, como a Jornada Diocesana da Juventude, realizada anualmente, e as Jornadas Mundiais da Juventude, conforme o calendário do Vaticano. Além disso, as mensagens do Papa Francisco e da Igreja dirigidas aos jovens, como as do Sínodo dos Jovens, recebem ampla cobertura da equipe. Outro tema recorrente é o Dia Nacional da Juventude (DNJ) e a divulgação de materiais produzidos pela Comissão. Isso inclui subsídios especiais, como os voltados para a Campanha da Fraternidade, encontros temáticos, lançamentos de livros e vídeos institucionais. No âmbito diocesano e regional, as pautas incluem notícias sobre atividades promovidas pelas dioceses, como encontros de juventude e celebrações da JDJ, do DNJ e de outros eventos realizados em diferentes partes do país. (EAL).

É de sobremaneira crucial, fundamentado acima, o esforço da Comissão em coordenar a seleção de conteúdos que abarquem e associem às comunidades locais à “Igreja de Roma”²⁵. Uma espécie de convergência entre os ideários da “diocesaneidade”²⁶ e “sinodalidade”²⁷.

A primeira, firmada nas particularidades paroquiais, na solidificação de suas estruturas missionárias e agentes eclesiais, e a segunda, pavimentada pelo magistério, pelo método conciliar, global e pluriterritorializante (Soares, 2023). Esses eixos harmonizam-se quando se propagam um evento como o DNJ (promovido anualmente nos episcopados pelo país) e a JMJ (evento internacional da juventude católica).

A extensa vitrine concedida às pregações de Francisco, está ligeiramente associado à sua popularidade no campo juvenil (Sbardelotto, 2017), dada a sua visão reformista e integradora, engendrada numa caridade pastoral.

5.2.2 (JC2) Adesão e engajamento nas redes sociais digitais interligadas ao app

Dando continuidade a entrevista semiaberta, foi inquerido aos representantes do JC, quais conteúdos encontram maior adesão e engajamento nas plataformas agregadas, como *Facebook, Instagram, Youtube e o X (antigo Twitter)*:

Nas plataformas associadas ao *Jovens Conectados*, como Facebook, Instagram e, mais recentemente, TikTok, os conteúdos que geram maior adesão e engajamento são aqueles que combinam espiritualidade com relevância social e interação direta com o público. Alguns dos principais tipos de conteúdo que atraem mais engajamento incluem: 1. Eventos e coberturas de grandes encontros, como Jornadas Mundiais da Juventude e encontros nacionais, que têm forte apelo, especialmente quando acompanhados de fotos e vídeos em tempo real. 2. Mensagens inspiracionais e reflexões diárias: posts com frases motivacionais, passagens bíblicas, o evangelho

²⁵ Linguagem utilizada dentro do ambiente católico que faz referência a sede da Igreja Católica.

²⁶ Relaciona-se a uma circunscrição episcopal e toda suas características culturais próprias.

²⁷ O termo grego “sínodo” significa “caminhar juntos”.

diário e reflexões espirituais, especialmente em formato de imagem ou vídeo, geram muitas curtidas, compartilhamentos e comentários. 3. Conteúdos visuais e criativos, como artes gráficas, fotos e vídeos curtos (reels no Instagram), frequentemente geram mais engajamento por serem atrativos e facilmente compartilháveis.⁴ Temas atuais: discussões que conectam a fé com temas contemporâneos, como tendências das redes sociais, especialmente à luz do Evangelho, também tendem a ser populares e estimulam a interação. 5. Enquetes e chamadas para participação ativa, como perguntas ou desafios espirituais ("Qual sua passagem bíblica favorita?"), ajudam a aumentar a interação e promovem um senso de comunidade entre os jovens. Esses conteúdos interativos e visuais, com linguagem próxima dos jovens, são amplamente favorecidos nas plataformas como Instagram e Facebook, enquanto no Twitter (X) postagens rápidas sobre temas atuais ou notícias geram discussões e compartilhamentos mais ágeis (**ELK**).

Pautado no que foi relatado, é perceptível a adoção da estratégia de tornar o conteúdo lançado como um instrumento fácil, acessível e atrativo à distribuição em larga escala pelos usuários que a consomem, para isso, mensagens rápidas, curtas e instantâneas cumprem esse poder de adesão mais facilmente.

Na dinâmica das redes, ancorada na fetichização da velocidade (Martino, 2016), esse tipo de mecanismo consegue se disseminar de forma mais latente, podendo ser considerado um valoroso parâmetro mercadológico (Jenkins; Gree; Ford; 2018), à medida que encadeamentos de propagação são incorporados por múltiplas denominações de fé.

Para além da temporalidade da produção audiovisual, é relevante atentar-se a temáticas que são prioritárias. De acordo com Sbardelotto (2017), a comunicação pessoal e conjuntural exercida pelo Papa Francisco, que aglutina gestos de humildade e acolhimento repercutiam com maior compacidade neste público. A interligação do evangelho com demandas da contemporaneidade articula a pauta sociopolítica como indissociável ao cristão, assuntos que perpassam os eventos nas Dioceses.

A propósito disso, Adilson Luís transpareceu:

A diversidade de expressões e carismas é uma grande riqueza da Igreja e da juventude católica. Esse pluralismo se reflete no engajamento dos conteúdos: quanto mais os jovens se reconhecem no que é produzido, maior a adesão. Notícias voltadas à Pastoral da Juventude tendem a atrair mais esse público específico. Já conteúdos relacionados à vocação ou à juventude ligada a movimentos e congregações geram engajamento em outros grupos. Nas redes sociais, os jovens gostam de se ver representados. Postagens que destacam imagens de pessoas reais, especialmente fotos que mostram a participação ativa da juventude, costumam ter maior alcance e interação. Além disso, o uso de uma linguagem jovem e a adaptação de tendências (trends) do momento para uma perspectiva cristã ou eclesial também impulsionam o engajamento. Um exemplo bem-sucedido foi a cobertura da Assembleia dos Bispos, onde um tema considerado mais formal foi traduzido para um formato acessível, com explicações e participação direta dos jovens. O material não apenas gerou grande

engajamento, mas também ajudou a aproximar a juventude da estrutura hierárquica e reflexiva da Igreja, conectando-os ao trabalho da CNBB (**EAL**).

Dois dados precisam ser sublinhados pelo exposto acima. A princípio a menção que “nas redes os jovens gostam de se ver representados”. Kotler *et al* (2018) enfatiza que o consumo midiático está alinhado à identificação pessoal e que esse atributo ganha robustez na lógica das redes sociais digitais. A informação visual de grandes concentrações juvenis, rostos e sorrisos em eventos de massa que reiteram a “beleza da vivência religiosa” galvanizam a atenção pelos significados e significantes projetivos que carregam, com capacidade de despertar múltiplas reações nos indivíduos (Manini, 2010).

Paralelamente a essa perspectiva de “reconceituação imagética”, a disposição em tornar um encontro institucional, burocrático e ceremonioso dos Bispos Brasileiros mais acessível à percepção juvenil, evoca, seguidamente, o esforço da CEPJ em erigir uma hierarquia não punitivista ou excessivamente moralista, pelo contrário, há um claro intento de torná-los demasiadamente humanos, misericordiosos e atingíveis, irmanando uma interlocução mais aberta e propositiva.

5.2.3 (JC3) Midiatização religiosa e pertencimento católico

Sob tal perspectiva, também indagamos aos coordenadores: Você acredita que o projeto *Jovens Conectados* tem conseguido construir uma proximidade sólida com os jovens católicos a partir da usabilidade das plataformas informacionais?

Sem dúvida. O canal *Jovens Conectados* é referência e pioneiro mundial de comunicação jovem dentro da Igreja Católica, citado pelo sub-secretário do Dicastério para a Cultura e a Educação, Pe. Antonio Spadaro, e pelo Dicastério para os Leigos, a Família e a Vida. A proximidade sólida com os jovens é reforçada por vários fatores: 1. Diversidade de canais de comunicação: Ao estar presente em múltiplas plataformas (site, redes sociais, aplicativos), o projeto alcança jovens em seus ambientes preferidos, adaptando o conteúdo ao formato de cada rede. 2. Participação ativa dos jovens: A possibilidade de os próprios jovens enviarem conteúdos e divulgarem atividades de suas comunidades fortalece a sensação de pertencimento, criando uma rede colaborativa que valoriza o protagonismo juvenil. 3. Conteúdos interativos e visuais: O investimento em postagens dinâmicas, como vídeos, fotos e enquetes, mantém os jovens engajados, com uma linguagem acessível e criativa. 4. Relevância espiritual e social: A conexão entre espiritualidade e questões contemporâneas (justiça social, saúde mental, cultura) ressoa com os jovens, aumentando o engajamento. Esses elementos, somados à missão evangelizadora do projeto, ajudam a construir uma ponte sólida entre a Igreja e os jovens (**ELK**).

A menção por parte da entrevistada do reconhecimento do trabalho do *Jovens Conectados* pelos Dicastério para a “cultura e a Educação e Leigos”, “Família e Vida da Cúria Romana”, impulsiona a notoriedade dessa proposta de comunicação com os jovens católicos para além da circunscrição da CNBB. É uma reafirmação da disseminação doutrinária, e mais ainda chancelada pelos mais importantes órgãos da Igreja Católica.

É um atestado de reconhecimento da oficialidade em meio ao fracionamento de páginas religiosas, que versam sobre os mais diversos assuntos, da liturgia à dogmática, em muitos casos, carentes de profundidade doutrinal, mas que arregimentam milhares de seguidores (Medeiros *et al.*, 2024).

A despeito dessa deferência por um órgão vaticano, sublinhe-se falta de atualização no aplicativo, por parte da Comissão, na propagação das notícias e dos eventos que ocorrem nas Dioceses, o que prejudica a visibilidade dos acontecimentos que arrebanham os jovens católicos pelo Brasil.

No que se refere a essa temática, André Luis frisou:

O projeto *Jovens Conectados* atua como uma verdadeira ponte de diálogo entre a Comissão Episcopal para a Juventude e os jovens de todo o Brasil, representando suas diferentes expressões na Igreja. A criação da equipe de comunicação dentro da Comissão Episcopal fortaleceu essa conexão, tornando a comunicação mais acessível e eficaz. Afinal, como um grupo de bispos se comunicaria diretamente com a juventude sem essa mediação? A existência de um site e redes sociais próprios permite que a pastoral juvenil no Brasil se sinta mais unida e perceba a preocupação da Igreja com os jovens. Embora haja colaboração com os canais oficiais da CNBB, ter espaços exclusivos fortalece essa identidade e aproxima a juventude do trabalho da Comissão. Além da divulgação nas redes e no site, o compartilhamento espontâneo dos conteúdos entre os próprios jovens amplia o alcance das mensagens. Materiais baixados do site, por exemplo, são frequentemente distribuídos via grupos de mensagens, como WhatsApp, reforçando essa rede de interação. O *Jovens Conectados* não apenas abre um canal de comunicação, mas também reafirma o papel do jovem como protagonista na pastoral juvenil. Ele não é um espectador passivo, mas um agente ativo que se comunica, opina e participa. A proposta do projeto é clara: trabalhar com e para a juventude, e não apenas para a juventude, garantindo que os jovens se sintam parte do processo e reconheçam sua importância na construção da Igreja (EAL).

O endosso à importância da profissionalização de uma equipe responsável pela comunicação da pastoral juvenil demonstra a inevitabilidade de qualificação técnica diante da pulverização de informação na rede (Canavilhas, 2014).

Dessa forma, aspectos como a linguagem, a narrativa audiovisual e a estética se tornam substanciais na atração de seguidores. Esses elementos são condutores de mobilização para o

compartilhamento espontâneo por parte dos jovens nos *stories* e *reels* do *Instagram*, com grande potencial para viralização. Ambos os mecanismos amplificam o alcance da mensagem religiosa e é capaz de sair das bolhas, desafio hercúleo, dado as sólidas divisões ideológicas latentes no campo digital (Santaella, 2019).

Também é notável a colocação a seguir “*(...) afinal, como um grupo de bispos se comunicaria diretamente com a juventude sem essa mediação?*”. Nesse caso, há a plena identificação com a linguagem digital na tentativa de operacionalizar narrativas próximas ao público que se destina, transformando uma reunião formal de lideranças religiosas em uma produção midiática (Hoover, 2012) que adiciona camadas de entretenimento e interação.

A quinta questão averiguou a possibilidade de constatar resultados efetivos na vida das comunidades paroquiais a partir da experiência do app *Jovens Conectados*:

Sim, é possível constatar resultados efetivos em diversos aspectos da vida comunitária e pastoral:²⁸ 1. Maior engajamento dos jovens nas atividades paroquiais. 2. Ampliação da comunicação e visibilidade das iniciativas paroquiais, que atingem um público mais amplo. 3. Formação espiritual continuada, com conteúdo que ajudam os jovens a crescerem na fé. 4. Apoio a iniciativas de ação social, promovendo campanhas solidárias organizadas pelas próprias paróquias. O *Jovens Conectados* é uma ferramenta eficaz para potencializar a ação pastoral, promovendo maior participação, formação contínua e engajamento social (ELK).

Conforme Layla, o *Jovens Conectados* viabilizou um maior sentimento de afetividade paroquial, ao apostar na formação catequética e no engajamento social, tornando os jovens protagonistas, pautando-se no tripé eclesiológico: “participação, comunhão e missão”, numa concepção de sinodalidade, tão abundantemente apregoada em preparação ao Jubileu da Esperança em 2025²⁸.

Direcionamento que o Papa Francisco, tão exposto nos canais oficiais do *Jovens Conectados*, anunciou em discurso da JMJ em Cracóvia no ano de 2016: “*O tempo que hoje estamos a viver não precisa de jovens-sofá, mas de jovens com os sapatos, ainda melhor, calçados com as botas. Aceita apenas jogadores titulares em campo, não há lugar para reservas*”, alertou o Pontífice.

Contudo, apesar das repercussões positivas apontados pela entrevistada, sublinhe-se o crescimento de jovens evangélicos e dos “sem religião”, sobretudo nos grandes centros urbanos e capitais, com aderência em especial às agremiações pentecostais e neopentecostais. Tal

²⁸ Também intitulado de “Ano Santo”, o Jubileu trata-se de uma peregrinação dos fiéis católicos ao Vaticano no período de 25 de dezembro de 2024 a 06 de janeiro de 2026. Durante esse tempo, inúmeros eventos são realizados nas Dioceses de todo o mundo, pautado nos emblemas de conversão e caridade.

panorama está intrinsecamente alinhado a velocidade na criação de novos templos²⁹ e a maior flexibilidade na produção de redes de acolhimento e participação.

No que concerne a isso, dissertou André:

Quando falamos em resultados, é importante ir além dos indicadores quantitativos. Embora métricas como curtidas, comentários, compartilhamentos e acessos ao site sejam fundamentais para entender o alcance das ações, elas não capturam toda a dimensão do impacto gerado. O verdadeiro resultado está na ação juvenil. O quanto as reflexões, definições e atividades propostas pela Comissão Episcopal mobilizam os jovens? O quanto uma iniciativa, como o Dia Nacional da Juventude (DNJ), incentiva dioceses e grupos a se organizarem e promoverem encontros? Além dos dados mensuráveis, a percepção qualitativa também é essencial. O retorno dos próprios jovens, dos padres assessores diocesanos, dos regionais e até do episcopado à Comissão Episcopal revela o impacto das iniciativas. Esses testemunhos mostram se a juventude está sendo instigada a assumir um papel ativo na Igreja, tornando-se protagonista e vivendo de forma autêntica sua identidade cristã (EAL).

A ênfase nos resultados “qualitativos” em detrimento do exame de métricas demonstra a atenção da Comissão pela força testemunhal dos participantes. Não apenas nivelado ao volume de curtidas ou compartilhamentos, mas conduzidos pelo ideal de quão frutífera cada interação deseja ser, isto é, o usuário juvenil tem o potencial de atuar como um militante católico digital (Sbardelotto, 2016), reconfigurando os agenciamentos religiosos na rede.

Ao salientar a necessidade de uma “autêntica identidade cristã”, André pondera sobre o propósito central do aplicativo *Jovens Conectados*. Não obstante, a dimensão quantitativa de um segmento religioso está intrinsecamente a seu poder de ressonância no debate público (Martino, 2016).

5.2.4. (JC4) Espiritualidade juvenil na contemporaneidade

O último ponto versou sobre os recentes dados da demografia religiosa juvenil no Brasil: Pesquisas demonstram que cerca de 1/3 dos jovens integram o grupo dos “sem religião”, apesar de a ampla maioria reafirmar o exercício de uma espiritualidade privada. Como você enxerga esse cenário?

²⁹ “Crescimento dos estabelecimentos religiosos no país é liderado por igrejas pentecostais e neopentecostais”. <https://www.ipea.gov.br/portal/categorias/45-todas-as-noticias/noticias/14594-crescimento-dos-estabelecimentos-religiosos-no-pais-e-liderado-por-igrejas-pentecostais-e-neopentecostais>

Esse fenômeno representa um grande desafio para a Igreja hoje, especialmente com os jovens. Alguns pontos a considerar:1. Desafios da institucionalização da fé: Muitos jovens sentem desconexão com estruturas religiosas, vistas como rígidas ou distantes de suas realidades.2. Mudança cultural e secularização: A secularização em sociedades urbanas contribui para a diminuição da identificação religiosa.3. Oportunidades para a Igreja: A maioria dos jovens ainda valoriza a espiritualidade, o que sugere espaço para novas formas de engajamento. Projetos como o *Jovens Conectados*, que buscam dialogar com questões atuais, oferecem uma oportunidade para a Igreja se conectar com esses jovens, promovendo diálogo, acolhimento e relevância espiritual (ELK).

Os dados problematizados ilustram bem uma adversidade às religiões extremamente pautadas numa lógica institucional, como a Igreja Católica. Num cenário em que grande parte dos jovens não se sentem atraídos a um vínculo profundo, apesar de que como ressaltada, a maioria cultiva uma espiritualidade própria, na concepção de uma religião a la carte (Rojas, 1996), a construção de novas metodologias de engajamento torna-se fundamental para o enlaçamento juvenil e posterior envolvimento socio pastoral comunitário.

Layla opina que há espaço para arregimentação de novos adeptos e destaca o projeto *Jovens Conectados* como uma interface promissora no atendimento dessa demanda não vinculada a nenhum tipo de expressão religiosa. A estrutura comunitária católica, a princípio estática, transmuta-se na intenção de atender aos desafios relacionados ao pluralismo cultural, relativismo moral e o imperativo digital.

Andre Luís salientou:

A questão dos desejados – jovens que têm fé, mas não vivem essa espiritualidade em uma comunidade religiosa – é um tema amplamente discutido na Comissão Episcopal para a Juventude. São pessoas que acreditam na Palavra de Deus, têm uma ligação com o Evangelho, mas não se identificam com uma vivência comunitária da fé. No entanto, ser cristão é também ser comunidade. A proposta de Jesus sempre esteve ligada à vivência da fé em comunhão. Quando um jovem acredita, mas não encontra esse sentido de pertença dentro da Igreja, surge o desafio: por que ele não se sente acolhido? O que o afasta da experiência comunitária? Muitos percebem a Igreja como rígida, dogmática ou cheia de restrições. Mas a beleza da fé comunitária é algo que se descobre de dentro para fora. Quem está dentro experimenta a alegria de ser Igreja, mas essa vivência nem sempre é visível para quem está fora. A juventude é um tempo de transição. Muitas vezes, o sacramento do Crisma, que deveria ser um passo de amadurecimento na fé, se torna um marco de afastamento. Muitos jovens só voltam à Igreja em momentos pontuais, como o casamento. O grande desafio é como fazer com que se sintam acolhidos? Como mostrar que a Igreja é um lugar de comunhão, fé e testemunho – e que vale a pena fazer parte dela? A Igreja não impõe, mas apresenta Cristo. O encontro com Ele é pessoal e transformador. E a juventude não é o futuro da Igreja – é a Igreja hoje, como lembra o Papa Francisco. A missão, portanto, é criar espaços onde esses jovens possam viver a fé em comunidade, descobrindo que ser Igreja é caminhar juntos (EAL).

Na reflexão acima, é nítida a intenção de deslocar a imagem eclesiástica como rigorosa ou dura nas tradições e costumes. Os fluxos midiáticos operacionalizados pela Comissão tem esse intento, comum nas demais denominações religiosas nas interfaces com a mídia, que buscam calibrar discursos encapsulados às novas metodologias comunicacionais (Carranza, 2011).

Percebe-se a compreensão do entrevistado acerca do fenômeno dos “desigrejados”, todavia esse conceito é trabalhado dentro do campo evangélico e diz respeito aos fiéis que não são vinculados a nenhuma denominação no respectivo meio religioso, ausentes de compromissos ritualísticos e do relacionamento comunitário (Bolmicar, 2012). Esse conceito é parte integrante de um fenômeno ainda maior que abrange a crise da institucionalidade das religiões, com o redimensionamento das formas de culto ao Sagrado, não mais circunscrito à vinculação aos templos (Vieira, 2018).

Na contramão da vivência em uma organização, esse agrupamento reúne-se informalmente para o exercício de orações e partilhas, além de estarem imersos na ciber-reliosidade. Ao estabelecer esse paralelo, André Luis discerne que “ausência de um sólido vínculo religioso” é pauta recorrente à Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ).

5.3 Entrevista com o Presidente da Comissão Episcopal Pastoral para a juventude da CNBB

Com a pretensão de ampliar as discussões no tocante “às estratégias de produção e disseminação de informação por parte da equipe dirigente da CNBB”³⁰, empreendemos também uma entrevista semiestruturada com o Presidente da Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ) da CNBB, Dom Vilsom Basso, Bispo da Diocese de Imperatriz no Maranhão, assinalado como (EDV).

O aplicativo *Jovens Conectados* está subordinado à CEPJ. De acordo com o regimento oficial:

É o espaço que articula, convoca e propõe orientações para a evangelização da juventude, respeitando o protagonismo juvenil, a diversidade dos carismas, a organização e a espiritualidade para a unidade das forças ao redor de algumas metas e prioridades comuns (CNBB, 2011, Doc. 85, n. 193).

³⁰ Primeiro objetivo específico destacado na proposta investigativa.

Esmerado a isso, foram realizadas cinco perguntas a Dom Vilson, em contato mediado a partir de Layla kamila e Edilson Luis. Como empreendido no subcapítulo anterior, optamos por também categorizar o roteiro das demandas formuladas do seguinte modo:

- (JC5) Relação entre a Igreja Católica e as Juventudes;
- (JC6) A concepção da idéia *Jovens Conectados*;
- (JC7) Ciber-religiosidade;
- (JC8) Impactos sociorreligiosos do aplicativo *Jovens Conectados*.

5.3.1 (JC5) A relação entre a Igreja Católica e as Juventudes

A primeira questão versou sobre: O Senhor acredita que a Igreja Católica tem construído estratégias bem-sucedidas no intuito de aproximar-se dos jovens em um contexto de pulverização da experiência religiosa?

A Igreja tem buscado, de maneira constante e dedicada, estabelecer pontes de diálogo e proximidade com a juventude, compreendendo os desafios do tempo presente. Em um cenário onde as experiências religiosas se diversificam e, muitas vezes, se fragmentam, a Igreja reafirma seu compromisso com a evangelização da juventude. E o canal *Jovens Conectados* é um exemplo concreto dessa missão, utilizando os meios digitais para alcançar os jovens, respeitando suas diferentes expressões e carismas, e oferecendo um espaço de comunhão, formação e protagonismo na vivência da fé (EDV).

No raciocínio acima, dois elementos ganham maior robustez: em primeiro lugar, há o natural reconhecimento das múltiplas ofertas de experiencião na contemporaneidade, gerando uma espiritualidade difusa e fluido trânsito religioso, como atesta dados recentes³¹.

Essa busca incessante pelo transcendente e por vivências que permeiam a mistagogia do sagrado desperta nos jovens o interesse pela experimentação de diversas expressões de religiosidade (Maffesoli, 2024). É um fenômeno que se esgarça na contemporaneidade e que marca um epílogo aos que imaginavam o declínio da religião em detrimento da racionalidade científica.

³¹ Pesquisa aponta que quase um terço dos brasileiros trocou de religião:
<https://veja.abril.com.br/brasil/pesquisa-aponta-que-quase-um-terco-dos-brasileiros-ja-trocou-de-religiao>

Embora, haja a reiteração da proposta de tornar os jovens protagonistas de suas realidades, a datar da vinculação comunitária, isto é, como se a intervenção numa realidade fosse determinada pelo grau de pertença a um coletivo e seus códigos, valores e normativas.

5.3.2 (JC6) A concepção da idéia *Jovens Conectados*

A segunda questão indagou ao Bispo sobre o surgimento do *Jovens Conectados*:

O *Jovens Conectados* nasceu lá em 2010 como um espaço digital para dar voz e ser ponte entre os jovens e a Igreja. Ele começou como um site e foi crescendo, chegando e se tornando um verdadeiro espaço de encontro, partilha e evangelização, de referência mundial através do Dicastério para o Dicasterio para os Leigos, a Família e a Vida, que representa as juventudes no Vaticano. É bonito ver como essa iniciativa se tornou um lugar onde os jovens podem se expressar, se fortalecer na fé e se sentir parte da Igreja (EDV).

Assim como os membros da Comissão, entrevistados anteriormente, Dom Vilsom, igualmente, celebra o reconhecimento do projeto *Jovens Conectados* pelo Dicastério para os “Leigos, a Família e a Vida”. Essa distinção internacional é um validador à proposta da CNBB e serve como estímulo à referida entidade na continuidade das ações implementadas na plataforma.

Esse panorama impõe contrariedades, não se pode ignorar que apesar de Dom Vilsom ponderar o estabelecimento de diálogo aberto com as múltiplas identidades juvenis, inúmeros grupos ainda não se sentem compelidos a adotarem uma prática católica, vide a ausência de informações acerca do público LGBTQIAPN+ na plataforma investigada.

5.3.3. (JC7) Ciber-religiosidade

O terceiro apontamento versou sobre: na era da informação, quais vantagens e desafios de investir no processo de disseminação de informação religiosa nas redes?

A vantagem é clara: conseguimos alcançar muita gente! As redes sociais são um grande campo de missão, onde a Palavra de Deus pode chegar a lugares que talvez nunca alcançaríamos de outra forma. Mas o desafio também é grande. Tem muita informação circulando, nem sempre confiável, e o tempo de atenção das pessoas é curto. Por isso, precisamos comunicar o Evangelho de forma autêntica, atrativa e sempre fiel à mensagem de Jesus (EDV).

Ao identificar a celeridade da vida contemporânea como um dos obstáculos da prática da fé, Dom Vilsom faz memória ao Documento 85 da CNBB, ao pontuar os riscos de que uma relativização dos valores e a ausência de referências fortes, pode forjar uma juventude “individualista, consumista e politicamente desinteressada” (CNBB, 2007, p.37).

Outro aspecto considerável é o alerta sobre as *Fake News*³² e a desinformação, tão perceptíveis no ambiente digital, mas que ganham cuidado do *Jovens Conectados* ao destacar sites oficiais da Igreja Católica na propagação de conteúdo, como outrora exposto, o destaque ao *Vaticannews*, portal oficial da Santa Sé.

A desinformação ganha tração quando consumida e sistematizada levando em conta as pré-noções do receptor, que já detém crenças e valores bem estabelecidas sobre o conteúdo apto à manipulação (Carvalho, 2019). Essa ameaça é combatida dentro da Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ), considerando a divisão ideológica no Brasil e o orientação do Vaticano, que posicionou o tema das *Fake News* como mensagem do Papa Francisco no 52º Dia Mundial das comunicações³³.

5.3.4 (JC8) Impactos sociorreligiosos do aplicativo *Jovens Conectados*

O penúltimo quesito teve como cerne: É possível identificar impactos nas juventudes católicas a partir da proposta capitaneada pelo app *Jovens Conectados*?

Sem dúvida! O *Jovens Conectados* tem contribuído para dar mais visibilidade ao que os jovens estão realizando na Igreja, demonstrando que a juventude está viva e atuante. Um fato recente é que, durante a 61ª Assembleia Geral dos Bispos do Brasil, realizada em 2024, os bispos debateram amplamente o tema da juventude – ou seja, esse foi um assunto prioritário para a Igreja. E acontece o mesmo quando um jovem vê outro jovem testemunhando sua fé por meio de suas próprias características, isso gera identificação e motivação. O *Jovens Conectados* tem se configurado como uma verdadeira vitrine de protagonismo juvenil, fortalecendo a caminhada de muitos que, em determinadas ocasiões, se sentiam sozinhos na fé. Vejo nas novas tecnologias, nas redes sociais, na televisão e no rádio um grande potencial para a comunicação. Precisamos nos abrir e utilizá-las com coragem e criatividade, pois a juventude é conectada, especialmente a Geração Z, que já nasce com um celular nas mãos (EDV).

O reforço no conceito de “protagonismo” é mais uma vez exposto em sintonia, frise-se, com o Documento 85 que trata da Evangelização da juventude: “os jovens são um grande desafio para o futuro da Igreja”, que deve torná-los “protagonistas da evangelização e artífices da renovação social” (CNBB, 2007, p.82). Ainda em sua fala, Dom Vilsom menciona a

³² Na ótica de Humprecht (2008), fake News são publicações *online* de declarações intencionalmente ou conhecidamente falsas sobre fatos, que são produzidas para servir a propósitos estratégicos e que são disseminadas para gerar influência social ou lucro” (Humprecht, 2008, P.03).

³³ Mensagem do Papa Francisco para o LII Dia mundial das comunicações sociais: Tema: “A verdade vos tornará livres” (Jo 8, 32). Fake news e jornalismo de paz» https://www.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papafrancesco_20180124_messaggio-comunicazioni-sociali.html.

“geração z³⁴”, intitulados nativos digitais que requer atenção das práticas de disseminação de informação religiosa por parte da Igreja Católica. Esse aglomerado tem características mais exigentes do que as anteriores³⁵, além de serem mais engajados socialmente, mas também inconstantes nas escolhas e ideologias.

A última interpelação abordou: o app *Jovens Conectados* ressalta por intermédio de informes, publicações nas redes e notícias oficiais a necessidade de uma juventude católica protagonista em suas micro realidades sociais. Qual reflexão o senhor faz a respeito?

A Igreja acredita muito no protagonismo dos jovens. Porque a juventude é o hoje, o amanhã e o futuro de nossa Igreja. O *Jovens Conectados* tem esse papel de lembrar que cada jovem tem algo a contribuir, que a fé não é para ser vivida de forma passiva, mas sim ativa. Seja na escola, na faculdade, no trabalho, no bairro. O jovem pode e deve ser luz, ser sal, transformar o mundo ao seu redor com pequenos gestos e grandes sonhos. E para isto é preciso dedicar tempo, atenção, recursos e apoiar todas as causas juvenis em nossas comunidades. É o caminho que o Papa Francisco e o Sínodo dos bispos nos pedem (EDV).

Nas palavras do referencial da CNBB para a juventude, há uma evidente menção bíblica muito cara ao papel dos leigos na Igreja Católica: “ser sal da terra e luz do mundo”, (Mateus 5, 13-14). O trecho pontuado, é bastante apregoado como forma de sentir-se comprometido com a mensagem do evangelho, sendo um agente transformador e discipulado nos mais diversos espaços em que o jovem esteja.

Em seu último trecho, Dom Vilsom reforça o seguimento hierárquico como farol prático na vida dos jovens. Esse aspecto é meritório por ser basilar nas relações que são operacionalizadas na pastoral juvenil e consequentemente, no tipo de informação levantada, distribuída e posta à apreciação dos consumidores católicos que usam do app. É mais um tributo ao papel da institucionalidade em meio à multiplicidade de discursos do universo digital.

³⁴ Refere-se aos nascidos entre 1995-2010 imersos às transformações tecnológicas. “Z” reporta-se a concepção de “zapear”, ou seja, que muda o tempo todo, tal qual no manuseio dos artefatos eletrônicos (Borges e Silva, 2013).

³⁵ Geração silenciosa: nascidos entre 1923 e 1946; Babyboomers: 1947 e 1963; geração x: 1964-1983; millennials: 1984-1995; Geração z: 1995-2009; geração Alpha: a partir de 2010.

6. A COMUNICAÇÃO DA INFORMAÇÃO RELIGIOSA NO APLICATIVO *JOVENS CONECTADOS* DA CNBB

À luz das discussões anteriores e imersos numa ambiência de midiatização, presente na rede online que “mediam as experiências religiosas” (Miklos, 2010, p.15), temos como impulso as mudanças aceleradas causadas pelo vínculo entre os dispositivos midiáticos e a religião, como também as alterações nos agenciamentos sociais que os envolvem.

Desse modo, vigilante à amplitude da midiatização e suas “reconexões sociotécnicas” (Braga, 2015) que se estabelecem na arena pública digital, dado o seu alcance e penetrabilidade, não se pode ignorar que a comunicação se entrelace com as mudanças da dinâmica imposta pela esfera da religiosidade, uma vez que na era da convergência tecnológica, a fé acaba também sendo uma mercadoria poderosa, atrativa e capaz de realinhar o desenho de poder na esfera sociocultural.

Desta maneira, tendo em vista o “mercado amplo de ofertas comunicacionais” (Martín-Barbero, 2009) que eclodem na sociedade hodierna, a construção de uma narrativa midiática que desperte atenção do público e por consequência, provável afiliação, é imperativo. De acordo com Martino (2016), as denominações que mais cresceram nas últimas duas décadas, foram as que investiram de forma incisiva em horários na televisão e no rádio, bem como em plataformas digitais para transmissão de celebrações.

No campo católico, a inserção nas mídias alinha-se à uma à “contrarreforma digital” (Sbardelotto, 2016), que visa fazer do novo areópago virtual, uma arena que ecoa valores, demandas e que solidifica a própria identidade católica. Essa perspectiva traduz a prioritária atenção à chamada evangelização juvenil³⁶, um complexa problemática que centraliza as atenções da Comissão responsável pelo *Jovens Conectados*.

A experimentação da fé na rede é permeada por lógicas híbridas, tecnossimbólicas, interativas e arrizomáticas. Quando o indivíduo lança mão da usabilidade de um dispositivo informacional visando a busca por informação de natureza religiosa, temos uma reconfiguração de uma ecologia comunicacional ou um bios midiático (Gomes, P., 2017), em que a mídia é posicionada como ambiência que corrobora na organização social.

A tecnocultura sedimenta um novo *ethos religioso* multifacetado, pois abarca tanto o

³⁶ Em outubro de 2022, a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), por intermédio da Comissão Episcopal Pastoral (CEPJ) apresentou o seu plano trienal (2023-2025) votado à Pastoral Juvenil. Intitulado “Ao seu lado” (Lc24, 13-35), o documento encontra-se articulado sob quatro linhas de ação: “Formação”, “Vocação e missão”, “Estrutura de acompanhamento e assessoria” e “Cidadania: casa comum e dignidade humana”. Tais encaminhamentos são frutos do decurso das diversas e desafiadoras realidades paroquiais.

indivíduo que cria uma extensão de seu vínculo comunitário por intermédio de interfaces comunicacionais ou àquele que vivencia sua religiosidade no âmbito privado, sem a necessidade de deslocar-se ao templo.

Atuando como coprodutores de conteúdos, percebe-se uma reconfiguração do perímetro eclesiástico, que agora abrange novos lócus de relacionamentos por intermédio do ciberespaço, como bem destaca Spadaro (2012, p.57), “o conceito chave não é a presença em rede, mas a conexão”.

A atuação nas redes sociais digitais por parte do cristão tem sido estimulada pelo Dicastério para a Comunicação, órgão responsável pela missão evangelizadora da Igreja Católica para as mídias digitais. Dentro da ótica da cultura do encontro, apregoada pelo Papa Francisco, acentua-se um discurso que vai de encontro às chamadas “cultura do descarte” ou “globalização da indiferença”, “há necessidade cada vez mais urgente de envolver as plataformas das redes sociais, de tal modo que vá além dos próprios silos, saindo do grupo dos seus “iguais” para se encontrar com os outros” (DC, 2023, p.13)

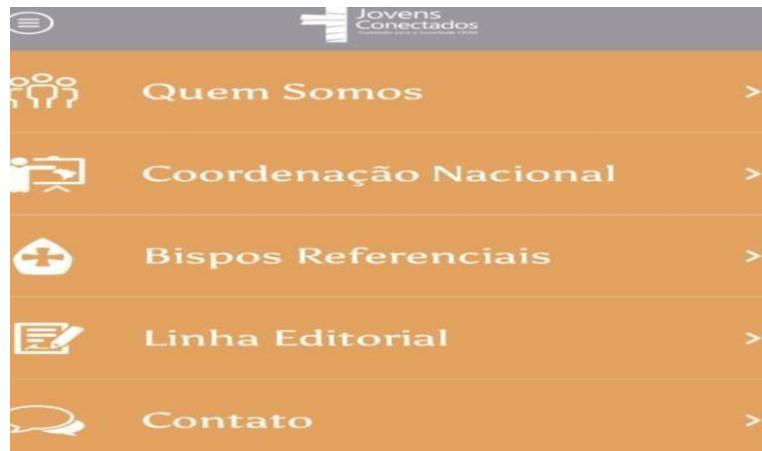
Assim, ordenado ao segundo objetivo específico: “caracterizar as informações produzida pelo referido aplicativo”, demarcamos o período de análise entre março de 2021 a agosto de 2024. Alicerçado por esse prisma, categorizamos a divisão da plataforma em três diretrizes, que se fundamentam à luz do método pastoral “ver-julgar-agir-avaliar-celebrar” e que ganham novos contornos com a incorporação de plataformas digitais na perspectiva da evangelização:

- *Diretriz formadora*: pautada na propagação de conteúdos que alude ao cotidiano eclesiástico, aspecto doutrinal e a espiritualidade (Conheça-nos, Notícia e artigos, Liturgia, EAD, Download e Ao Seu Lado).
- *Diretriz celebrativa*: arrolada na disseminação dos eventos e no caráter missionário (Set Juventude, Calendário e DNJ);
- *Diretriz interacional*: engloba os instrumentos de colaboratividade e participação (Envie sua notícia e redes sociais digitais).

6.1 Diretriz formadora

6.1.1 Conheça-nos

Imagen 2: Menu do aplicativo *Jovens Conectados*



Fonte: aplicativo *Jovens Conectados*.

O Item “Conheça-nos” se estrutura em 05 partes: Quem somos. Coordenação Nacional, Bispos Referenciais; Linha editorial e Contato. Neste componente, há um direcionamento em vistas a detalhar o campo de trabalho que a Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ) agrega, como as experiências de evangelização existentes em:

“Pastorais de juventude, Movimentos Eclesiais, Novas Comunidades, Congregações Religiosas, que trabalham com juventude, Catequese Crismal, Pastoral Vocacional, Pastoral da Educação, Pastoral Familiar, Pastoral Vocacional, Pastoral da Educação, Pastoral Familiar, Pastoral do Adolescente, em parceria com o Setor Universidades da CNBB e outros segmentos eclesiais envolvidos na evangelização juvenil (cf. CNBB Doc. 85, n.193, 2010).

Em “Quem somos”, chama-nos a atenção ao enfoque dado a criar uma grande teia de participação juvenil:

Cada jovem que está inserido dentro da Igreja pode transmitir as suas ações por meio do Jovens Conectados, criando assim, uma grande rede de colaboração, por onde as notícias e informações podem chegar a diversas outras realidades, que sobretudo, leva também a mensagem de Cristo (*Jovens Conectados*, 2018).

A idéia de colaboratividade, repetidamente, acentua-se como elemento indissociável à mecânica de usabilidade do app, que adiciona novas combinações e alinhamentos a datar da própria natureza do ambiente que ela se encontra inserida, permeado pela “interconexão, comunidades virtuais e a inteligência coletiva” (Lévy, 2003).

Na aba “Coordenação Nacional” e “Bispos referenciais” há uma preocupação em reiterar a chamada diversidade e o apelo das intervenções no âmbito social da Coordenação

das Pastoral Juvenil. Além disso, destaque-se a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) que conta com um Bispo referencial nacional para a Juventude, Dom Vilsom Basso, da Diocese de Imperatriz no Maranhão e os referenciais nos regionais Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Oeste, Sul e Noroeste.

Na “Linha editorial”, há a relevância em externar o objetivo do canal alinhado à doutrina da Igreja Católica, a valorização dos carismas juvenis e a produção de conteúdos voltados à evangelização com coparticipação de parceiros das pastorais juvenis de todo o país. Merecem destaque as pospositivas questões:

As características próprias de cada expressão eclesial devem ser respeitadas, a fim de valorizar a diversidade de carismas da juventude”; “todos os textos, fotos, vídeos e áudios publicados pelo app *Jovens Conectados* devem ser, acima de tudo, fiéis à doutrina da Igreja Católica” e “o JC se reserva o direito de selecionar o material que será publicado (*Jovens Conectados*, 2018).

Frise-se a pertinência em apresentar e abrir espaço para as múltiplas experiências religiosas juvenis, considerando a concepção de juventudes (Novaes, 2019), já refletido anteriormente. Fica claro também que apesar da sistemática do consumo de informações relativas ao sagrado disporem de maior acessibilidade e distribuição por fiéis leigos no ciberespaço, a equipe coordenadora do *Jovens Conectados* operacionaliza a coleta de material e decide o que deve ser publicado.

6.1.2 Notícias e Artigos

No tópico “Notícias e artigos”, percebemos uma desatualização de conteúdos que versem sobre o cotidiano católico. Dos 29 informes publicados, há uma prevalência em conteúdos de cunho formativo e posições da Igreja (45%), matérias sobre o Papa Francisco (40%) e 15% acerca de outros assuntos.

Alvo de grande cobertura da mídia católica, a Jornada Mundial da Juventude em Portugal, realizada entre 01 e 05 de agosto de 2023, teve grande evidência no aplicativo, em especial, a agenda do Papa nos atos de massa e no contato com os fiéis, bem como a repercussão de seus discursos.

Imagen 3: Tópico: Notícias e artigos

Notícias	Artigos
	<p>Levar a Boa Nova através das estradas digitais: espaço para influencers é novidade na JM... Pedro Colatusso em 07/08/2023</p>
	<p>Vigília atrai mais de 1,5 milhão de jovens, que rezam com o Papa Francisco Pedro Colatusso em 06/08/2023</p>
	<p>Próxima JMJ será na Coreia do Sul, em 2027 Pedro Colatusso em 06/08/2023</p>
	<p>Papa Francisco participa de recitação do Terço com jovens doentes no Santuário de Fát... Pedro Colatusso em 05/08/2023</p>
	<p>"Jesus caminha conosco sem descansar": Via-Sacra reuniu jovens para rezar com o Papa... Adíson Zorzi em 04/08/2023</p>
	<p>Rise Up: peregrinos participam de Catequeses na JMJ 2023 Pedro Colatusso em 04/08/2023</p>

Fonte: aplicativo *Jovens Conectados*.

Despertou-nos o interesse o teor das temáticas dos artigos socializados na ambição digital estudada. Das 36 publicações, aproximadamente 40% deles aprofundam o papel dos jovens nas mídias digitais, realçando a posição de militante digital católico, atento aos valores e a reafirmação da identidade do fiel leigo³⁷ (Sbardelotto, 2017).

Frisem-se também a discussão levantada sobre a vivência da religiosidade na vida urbana dos grandes centros e seus desafios e a importância do seguimento religioso, assim como a orientação acerca do protagonismo na vida política como instrumento do bem comum.

³⁷ De acordo com o Catecismo da Igreja Católica, no capítulo III, Artigo 9, inciso II, “por leigos entendem-se aqui todos os cristãos com exceção dos membros da ordem sacra ou do estado religioso reconhecido pela Igreja, isto é, os fiéis que, incorporados em Cristo pelo Baptismo, constituídos em povo de Deus e feitos participantes, a seu modo, da função sacerdotal, profética e real de Cristo, exercem, pela parte que lhes toca, na Igreja e no mundo, a missão de todo o povo cristão”.

Imagen 4: Artigos do app *Jovens Conectados*



Fonte: aplicativo *Jovens Conectados*.

6.1.3 Liturgia

No recorte “Liturgia”, há um espaço para acompanhamento das mensagens do dia, evidenciando a Primeira e Segunda Leituras, Salmo Responsorial, o Evangelho e uma reflexão homilética (elementos que compõem a chamada Liturgia da Palavra no ritual da Missa). Há também uma área destinada a apresentação do “Santo do dia”, delineando a história do patrono de devoção de cada data.

Imagen 5: Item Liturgia do app *Jovens Conectados*



Sexta-feira da 25ª semana do Tempo Comum

Escrito em 27/09/2024
Imprensa

SÃO VICENTE DE PAULO

PRESBÍTERO E FUNDADOR

(branco, pref. comum, ou dos pastores – ofício da memória)

Fonte: aplicativo *Jovens Conectados*.

O aspecto devocional é algo intrínseco à identidade católica (Carranza, 2011), se é bem verdade que ela se ressemantizou nos últimos, é também perceptível que essa característica ainda povoa as práticas espirituais dos jovens católicos. Destaque-se toda abundante repercussão em torno de Carlos Acutis, celebrado como o “padroeiro da internet” e “influencer da santidade” e que será canonizado³⁸ em 2025. Assim, com vistas a ganhar engajamento, santos de maior devoção popular são aprofundados, ao exemplo de Nossa Senhora Aparecida, São José, São Bento e São Padre Pio.

6.1.4 EAD

Na pasta “EAD”, há um direcionamento à formação de líderes e coordenadores jovens para atuarem como Assessores nos múltiplos movimentos e pastorais por todo o Brasil. Os cursos têm valor simbólico e são ministrados pela Rede Século XXI.

O objetivo é capacitar esses assessores para o acompanhamento de adolescentes e jovens de grupos que se encontram em realidades paroquiais (comunidades, obras sociais, colégios e faculdades), respondendo às oito linhas de ação lançadas no Documento 85, sobre Evangelização da Juventude, e do Estudos da CNBB. (*Jovens Conectados*, 2018).

A proposta da capacitação de novos líderes acentua a dinâmica comunitária de fé. Trata-se de uma transição do próprio formato eclesiológico, em que os fiéis passam de meros ouvintes para também anunciantes da palavra (Sbardelotto, 2017), centralizada na máxima evangelizadora de que “jovem evangeliza jovem”, tendo como pano de fundo, a convergência de aspirações e propósitos. Os cinco cursos ofertados são: “Líderes e Coordenadores jovens”, “Assessores de jovens”, “Sínodo da Juventude e Christus Vivit”, “Políticas Públicas” e “Pós-graduação Pastoral Juvenil”.

³⁸ De acordo com o Catecismo da Igreja Católica, ao canonizar certos fiéis, isto é, ao proclamar solenemente que esses fiéis praticaram heroicamente as virtudes e viveram na fidelidade à graça de Deus, a Igreja reconhece o poder do Espírito de santidade que está em si e sustenta a esperança dos fiéis, propondo-os como modelos e intercessores” (CIC 828).

Imagen 6: Pasta EAD do app *Jovens Conectados*



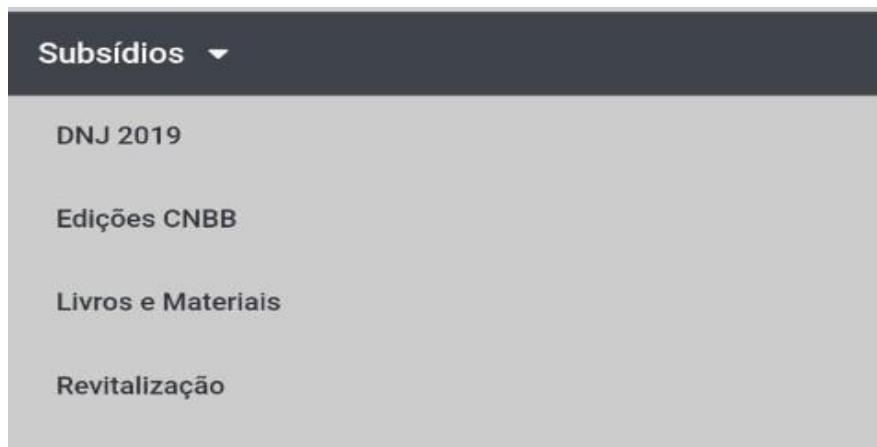
Fonte: aplicativo *Jovens Conectados*.

Mesmo com modos de vida dissonantes, dado a abrangência da esfera juvenil (Novaes, 2019), as linguagens e estratégias de apresentar determinada realidade, quando demarcadas por atores em comum, tende a uma maior efetividade e solidez dialética.

6.1.5 Download

Em “Download” são oportunizados arquivos que remontam a informações da Santa Sé, da CNBB e eventos. Ademais, subsídios importantes para a formação dos jovens católicos são socializados para opção de descarregamento. Material fundamental para realização das formações de pastorais juvenis e encontros religiosos com este público.

Imagen 7: Download do app *Jovens Conectados*



Fonte: aplicativo *Jovens Conectados*.

Acima, estão expostos o documento orientador para o DNJ 2019, as edições CNBB que alude à formação juvenil, em especial o documento 85, que se trata da “Evangelização da juventude”. Há uma visível desatualização neste ambiente do aplicativo, já que algumas obras são anteriores à pandemia, acontecimento que motivou um realinhamento evangelizador da Igreja Católica no Brasil, com especial atenção ao fortalecimento das Pastoriais de Comunicação e treinamento de seus voluntários.

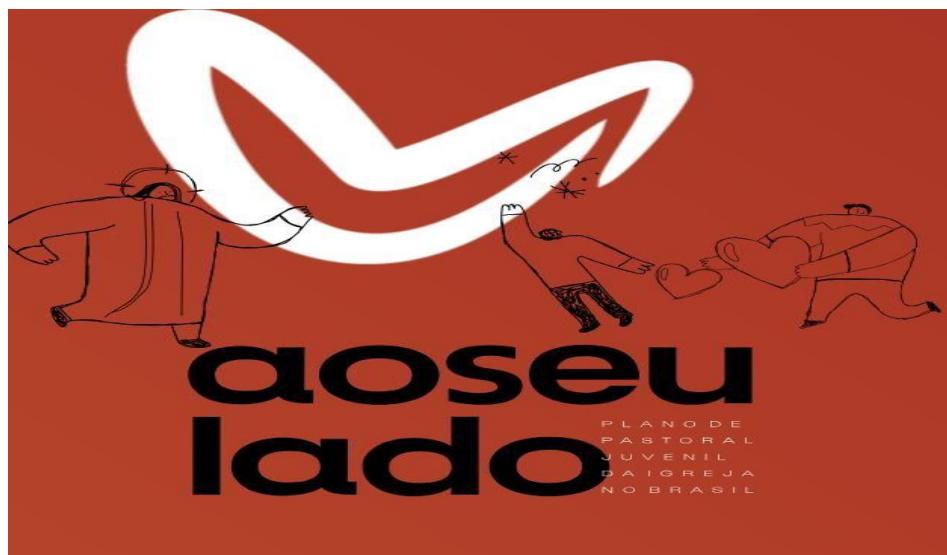
6.1.6 Ao Seu Lado

No ponto “Ao seu lado” há o enfoque no projeto lançado em 2022 pela CNBB pautado em quatro eixos: formação; vocação e missão; estruturas de acompanhamento e assessoria e cidadania: casa comum e dignidade humana.

A juventude não é algo que se possa analisar de forma abstrata. Na realidade, ‘a juventude’ não existe; o que há são jovens com suas vidas concretas. No mundo atual, cheio de progresso, muitas destas vidas estão sujeitas ao sofrimento e à manipulação. Exorto as comunidades a fazerem, com respeito e seriedade, um exame da sua realidade juvenil mais próxima, para poderem discernir os percursos pastorais mais apropriados (Cristo Vive, 2022, n.103).

Tal iniciativa baseia-se também num processo de escuta à luz de questionários aplicados em diversos Regionais, envolvendo o Setor Juventude das Dioceses e Prelazias, numa perspectiva que abarca novos desafios à pastoral juvenil num contexto pós-pandêmico. Esses aspectos são elementos de discussão nos documentos oficiais.

Imagen 8: Ao seu lado



Fonte: aplicativo *Jovens Conectados*.

O projeto amplia as linhas de ação do Documento 85 da CNBB e segue em consonância com o Documento final do Sínodo dos Jovens de 2018. Além disso, é diretriz obrigatória nos atuais cursos de capacitação de desenvolvimento de novas lideranças jovens católicas por intermédio da Educação a distância (EAD).

6.2 Diretriz celebrativa

6.2.1 Set Juventude

Na seção “set juventude”, há o compartilhamento dos eventos juvenis que ocorrem nas Dioceses de todo o Brasil. Baseado na verificação feita, constatamos uma concentração de conteúdos que focam nas experiências de formação, na lógica das intervenções sociais e estudo do Catecismo.

Imagen 9: Set juventude



Fonte: aplicativo *Jovens Conectados*.

Neste caso, reitere-se a taxionomia construída pensada em como operacionalizar as intenções que se reverberam em encontros e eventos, ancorado no método “ver, julgar, agir, avaliar e celebrar” e alinhando-se ao prisma “da conexão ao encontro, e do encontro à ação” (Martin-Barbero, 2013).

Nessa lógica, há um claro intento de exteriorizar a missão católica para além de uma cercanía puramente religiosa, outrossim que estejam habilitados a operarem em espaços laicos, como uma faculdade (permeada pela heterogeneidade cultural e contínuos confrontos

ideológicos) e obras sociais (qualidade da chamada *micropolítica*, em que o indivíduo intervém como agente do bem comum, corroborando em circunstâncias em que o poder público não abarca).

6.2.2 Calendário

No item Calendário, há a exposição das datas dos encontros, reuniões e formações com as lideranças jovens pelo Brasil durante o ano.

Imagen 10: Calendário das Juventudes do Brasil



Baixe o calendário 2024

Fonte: aplicativo *Jovens Conectados*.

Os eventos estão articulados ao projeto Sinodal (2021-2024), ancorada na comunhão, participação e missão. Tal material são encaminhados aos representantes juvenis das Dioceses e serve como parâmetro às ações missionárias locais. Percebe-se o empenho em materializar na prática, as demandas levantadas nas formações, cursos e estudos. Para isso, atentam-se no chamado “agir missionário e social”, realizando mobilizações por todo o país com viés sociopolítico.

6.2.3 DNJ

Na parte “DNJ” refere-se ao Dia Nacional da Juventude, proposto pela Comissão

Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ) da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). De acordo com a entidade, tem a seguinte intenção:

É um evento anual dedicado à reflexão, celebração e mobilização dos jovens brasileiros. Realizado em outubro, o DNJ busca promover a participação ativa da juventude na sociedade, incentivando ações comunitárias e debates sobre os desafios e conquistas dos jovens. A cada ano, o evento destaca temas relevantes para a juventude, fortalecendo sua fé, identidade e engajamento social. (*Jovens Conectados*, 2024, p.11).

A ação de caráter nacional também visa revitalizar as pastorais juvenis pelo Brasil, com grandes concentrações de massa e demonstração de avivamento religioso. Essa estratégia de arregimentação também tem impacto no debate público, considerando o poder de influenciar a tomada de decisões dos sujeitos.

Imagen 11: DNJ



"Ficaram saciados": Dioceses de diferentes regiões do Brasil celebraram o Dia Nacional da Juventude



Confira o calendário dos DNJ 2023 pelo Brasil e programe-se



DNJ reúne mais de 5 mil jovens na Arquidiocese de Curitiba

Fonte: aplicativo *Jovens Conectados*.

O evento ocorre uma vez por ano em todas as Dioceses e sempre se atrela às práticas de formação, espiritualidade e compromisso social. Dessa forma, a iniciativa busca rivalizar com as narrativas ancoradas no individualismo e transitoriedade, pautando-se suas atenções na solidez e organicidade hierárquica extensas em uma comunidade digital, no qual os afetos construídos buscam mantém a ligação entre os sujeitos e sua permanência (Rheingold, 1997).

6.3. Diretriz interacional

6.3.1 Envie sua notícia

No tópico “Envie sua notícia”, há a possibilidade de os parceiros de pastorais e movimentos juvenis pelo Brasil, enviarem informações sobre os eventos que ocorreram ou programações que acontecerão nas Dioceses. Neste item, está clarificado a tentativa de criar um ambiente de coparticipação, característica do ciberespaço (Martino, 2015), capaz de forjar um maior envolvimento dos interagentes.

Imagen 12: Envie sua notícia



Fonte: aplicativo *Jovens Conectados*.

A partir do espaço acima, é possível ao jovem representante da Pastoral da Juventude em suas respectivas Dioceses, enviar um texto (release) com detalhes do evento realizado, bem como inserir registros visuais.

Essa forma de colaboratividade atende a uma imposição que a nova composição informacional abrange, um novo estatuto cognitivo de compreensão da realidade (Santaella, 2010). A fluidez e a volatilidade das informações alteram as condutas e a atuação dos usuários, que enxergam nesses espaços, um arranjo comunitário de potencial engajamento, como mais uma vez recorda Santaella (2010, p.95), “quanto mais específico for um nicho particular de comunidades, mais embutidos serão esses laços sociais”.

7. AS REDES SOCIAIS DIGITAIS DO APP “JOVENS CONECTADOS”

Dada a amplitude investigativa que as redes sociais digitais motiva, optamos por problematizá-la em um capítulo aparte. Martino enfatiza que “a midiatização da religião está ligada ao processo no qual os indivíduos, grupos e comunidades atribuem sentido às mensagens recebidas a partir de suas experiências (Martino, 2017, p.122), desta maneira, seus fluxos interativos nas redes sociais digitais (Recuero, 2017) merecem uma investigação mais aprofundada.

Desse modo, com vistas a responder o terceiro objetivo específico: “identificar os conteúdos compartilhados nas redes sociais digitais acopladas ao aplicativo”, examinamos a reverberação de seu conteúdo publicado nas três ambientes em que o “Jovens Conectados” atua: *Facebook* (437 mil), *Instagram* (52,9 mil), *X* (46,5 mil) e *Youtube* (16,8 mil), totalizando cerca de 500 mil usuários impactados no ciberespaço.

Para melhor clareza dos elementos verificados, delimitamos o período de março de 2021 a agosto de 2024 como exploração. É pertinente pontuar que para cada mídia social digital, o *Jovens Conectados* adota um tipo diferente de veiculação informativa, levando em conta os diferentes públicos que consomem essas plataformas. No *Instagram*, a comunicação visual é um fator de comunicação preponderante (Prudencio et al, 2020, p.06) o que exige uma estética vibrante, com textos mais curtos e palavras-chave de agregação, diferente da abordagem das demais plataformas.

No *Facebook*, há o predomínio de informações relacionadas a eventos coletivos, com registros em planos abertos, com a finalidade de ressaltar a grande participação em atos públicos e na busca da habitualidade litúrgica, com estímulo à participação dos usuários, tal qual correm em missas ou celebrações eucarísticas. Assim, cristaliza-se a qualificação dos agentes mediadores, como a Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ) da CNBB, na operação desses dispositivos técnicos, tão substancial em meio aos “atravessamentos e simbioses do mercado digital religioso” (Borelli, 2010, p.27).

Por intermédio do canal do *Youtube*, enfatize-se uma atenção ao calendário litúrgico e sua convergência aos elementos catequéticos e doutrinais da Igreja Católica. Neste caso, há uma sistematização da informação da mesma forma do funcionamento de um meio de comunicação de massa como a televisão, onde se dilui a interatividade, em detrimento do alargamento da qualidade da produção audiovisual. Essa remodelação é algo comum nas estratégias religiosas, já que visa contemplar os diferentes públicos (Martino, 2016).

Quanto à *Rede X*, ganha proeminência notícias breves e com pouca densidade de relato

jornalístico, dado a limitação de caracteres. Para além da condição demarcada pelo suporte midiático utilizado, há também a sua própria linguagem e potencial de redistribuição conteudística (Jenkins, 2008).

7.1 O Facebook do *Jovens Conectados*

A página oficial do “*Jovens Conectados*” no *Facebook* conta com 439 mil curtidas, 437 mil seguidores, sendo criada em 28 de janeiro de 2012. A partir do estudo realizado, destacamos os assuntos mais partilhados na página:

Quadro 2: Temáticas mais publicizadas no Facebook do *Jovens Conectados*

TEMÁTICA	PERCENTUAL DE PUBLICAÇÕES
Eventos das juventudes católicas nas Dioceses e Regionais	31%
Evangelho do dia	22%
Formação de líderes juvenis católicos	16%
DNJ	11%
Encontros da CNBB	06%
Outros	14%

Fonte: Dados da pesquisa (2021-2024).

Com a finalidade de evidenciar os eventos que ocorrem semanalmente e que aglutinam centenas de jovens nas Dioceses do Brasil, o *Jovens Conectados* busca difundir a idéia de uma Igreja em movimento, dinâmica e sedenta do anúncio evangélico. Ressalte-se que tais publicações não tem grande repercussão, com poucos compartilhamentos, comentários ou curtidas, como no registro a seguir.

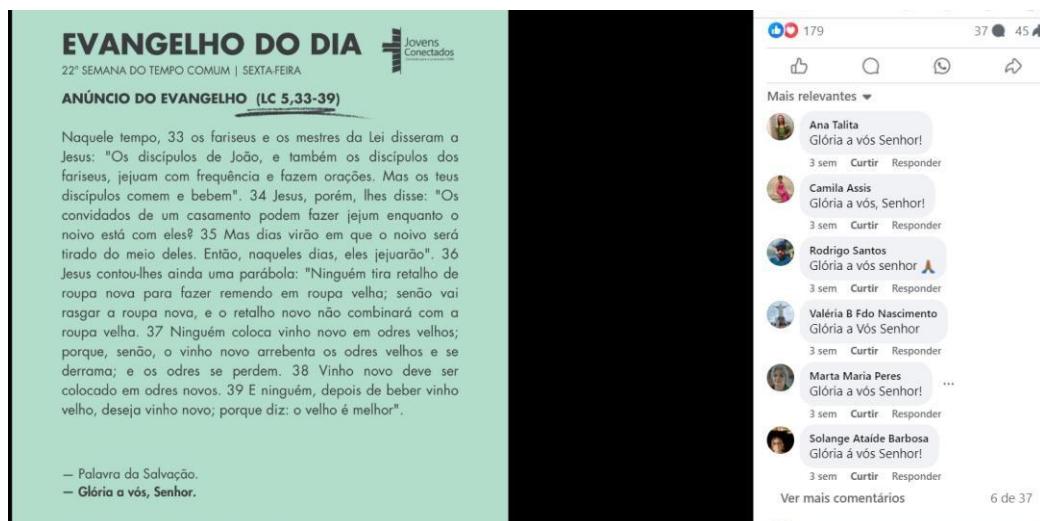
Imagen 13: Facebook do Jovens Conectados



Fonte: Facebook do Jovens Conectados.

Na contramão, o Evangelho do dia tem grande aderência, o que se percebe, assim como numa cerimônia ou ritual, a página estimula a participação da mesma forma que ocorre em uma celebração religiosa, neste caso com a invocação: “Gloria vós Senhor”. Savolainen (2017) frisa que a dinâmica sociocultural em que o indivíduo está inserido correlaciona-se à sua maneira de usabilidade da informação. Por consequência, a imagem abaixo intercomunica com uma ação comum num sacramento católico, portanto, exerce maior poder de atração nos fiéis.

Imagen 14: Evangelho do dia no Facebook do Jovens Conectados



Fonte: Facebook do Jovens Conectados.

O Dia Nacional da Juventude (DNJ), maior evento empreendido pela CEPJ, realizado anualmente no país, tem grande cobertura, evidenciando as celebrações que se desdobram nas Dioceses, tradicionalmente vivenciado no mês de outubro.

Tais experiências coletivas sofrem profundas alterações com o impacto das tecnologias digitais (Capurro, 2007), que de forma sistemática, também provocam alterações nas formas de participação. Não bastar fazer-se parte, é preciso também impactar outros espaços:

“Cada cristão é um microinfluenciador. Cada cristão deve estar ciente de sua influência potencial, seja qual for o número de seguidores que tiver (...) cada seguidor de Cristo tem o potencial de estabelecer um vínculo, não consigo mesmo, mas com o Reino de Deus, até para o menor círculo de relacionamentos” (Dicastério, 2023, p.22).

Essa vinculação cria afetações capazes de suscitar uma espécie de militância digital, focada na mobilização coletiva em prol de causas da igreja-instituição.

Imagen 15: Registros do DNJ no Facebook do *Jovens Conectados*



Fonte: Facebook do Jovens Conectados.

Com ampla visibilidade dos acontecimentos que abrange a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, o *Jovens Conectados* vai de encontro à sistemática de pulverização da autoridade. Aqui, ela é reafirmada e posta como modelo, a partir das próprias orientações da Santa Sé.

Imagen 16: Encontro da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil



Fonte: Facebook do Jovens Conectados.

Posts como “reze pelo seu bispo” são altamente visibilizados e buscam garantir uma maior proximidade com o jovem fiel e a citada liderança católica, constituindo uma “reinstitucionalização” (Carranza, 2019), em meio à pulverização da autoridade religiosa em rede.

7.2 O *Youtube* do app *Jovens Conectados*

O *Youtube* oficial do *Jovens Conectados* conta com 541 vídeos e 16,8 mil inscritos. É válido ressaltar que a média de visualização permeia entre 80 a 300 visualizações, considerada baixa para os padrões do agrupamento, até mesmo os chamados shorts. A seguir, os principais assuntos:

Quadro 3: Temática mais publicizadas no *Youtube* do *Jovens Conectados*

TEMÁTICAS	PERCENTUAL DE PUBLICAÇÕES
Calendário litúrgico da Igreja	24%
Formação catequética e doutrinal	22%
Eventos das pastorais da Juventude nas Dioceses	21%
Temática sociopolítica	17%
Outros	16%

Fonte: Dados da pesquisa (2021-2024).

Na Liturgia, há um interesse em aprofundar a mística que envolve os chamados tempos litúrgicos: Advento, Natal, Tempo comum, Quaresma e Páscoa. A idéia é se deter a simbologia dessas datas, tais como as cores e personagens dentro uma cronologia bíblica.

Cada período detém uma ritualística particular, motivando atos de maior sobriedade e recolhimento e até mesmo renúncias (quaresma), celebrações festivas (Páscoa e Natal) e aprofundamento da vida pública de Jesus (Tempo Comum).

Imagen 17: Formação de Natal no Youtube do *Jovens Conectados*



Fonte: *Youtube do Jovens Conectados*.

A formação catequética e doutrinal é o segundo tema de maior destaque no canal, o número de visualizações não chega a cem, apesar disso, o propósito central é suscitar uma reflexão acerca do que se trata o Catecismo da Igreja Católica, que aborda os elementos fundantes da religião.

Imagen 18: Lectio Divina no canal do *Jovens Conectados*



Fonte: *Youtube do Jovens Conectados*.

A ênfase que é tratada no *Facebook* a pretexto dos eventos também é visibilizada no *Youtube*. Formações e encontros com os jovens são reproduzidos em vídeos curtos, ao invés de coberturas amplas por intermédio de lives.

Imagen 19: Transmissão do XVIII Encontro Nacional de Responsáveis Diocesanos



Fonte: *Youtube* do *Jovens Conectados*.

Em 2022, a Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ) da CNBB lançou uma série especial intitulada “Papo de jovem: juventude e política”. Em 05 episódios disponibilizados nas plataformas digitais do *Jovens Conectados*, foram discutidos o processo dialógico da política, os valores democráticos e políticas públicas. Um subsídio “Encontros: o sistema político brasileiro” foi adicionado e disponibilizado à discussão e aprofundamento.

Imagen 20: Série Política e Juventude de *Jovens Conectados* no *Youtube*.



Fonte: *Youtube* do *Jovens Conectados*.

Ao dar ênfase ao protagonismo juvenil na política, a plataforma *Jovens Conectados* visou posicioná-lo como grande artífice dos processos de transformação na sociedade. Essa construção intersubjetiva da informação exposta (Araújo, 2010) aufere maior densidade quando associada ao contexto eleitoral.

7.3 O *Instagram* do *Jovens Conectados*

O *Instagram* oficial do “*Jovens Conectados*” arregimenta 52,9 mil seguidores e segue um fluxo que inclui outras categorias informacionais em sua ambiência digital. Dentro do período demarcado para análise (março de 2021 a agosto de 2024), foram captados os seguintes temas mais disseminados na página:

Quadro 4: Assuntos mais publicizados no Instagram do *Jovens Conectados*

TEMÁTICAS	PERCENTUAL DE PUBLICAÇÕES
Formação de lideranças jovens pelo Brasil	22%
Encontros de jovens nas Dioceses e DNJ	21%
Jornada Mundial da Juventude	18%
Ensino catequético e doutrinal	16%
Mobilização social	12%
Informes da Comissão Episcopal Pastoral para Juventude	08%
Outros	03%

Fonte: Dados da pesquisa (2021-2024).

Ao promover amplo enfoque na formação de lideranças juvenis, o JC evidencia seu intento de fortalecimento das Pastorais juvenis pelo Brasil, assim como motiva um processo de renovação interligado aos desafios da contemporaneidade, sejam elas geográficas ou existenciais.

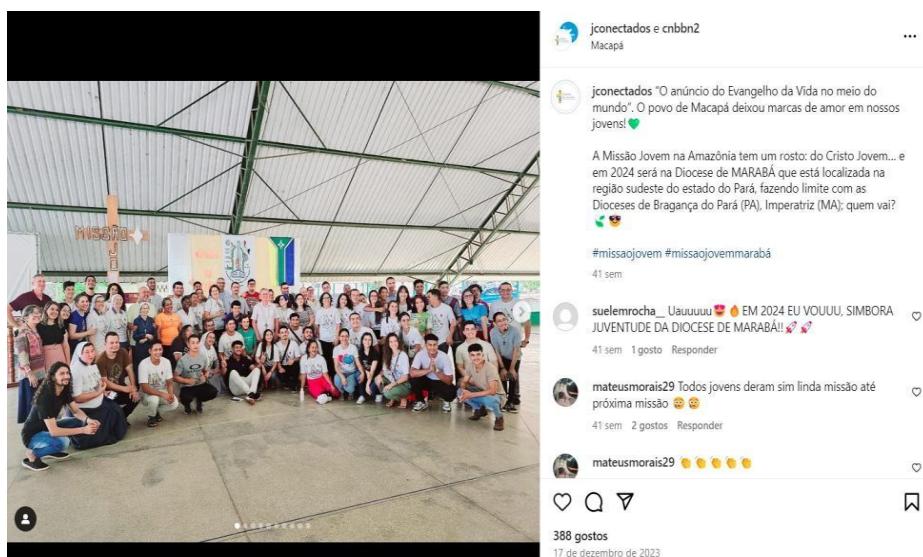
Imagen 21: Encontro Nacional de Responsáveis de Juventude das Dioceses e Assessores



Fonte: *Instagram do Jovens Conectados*.

As imagens que registram os encontros juvenis nas Dioceses objetiva externar a diversidade de ações que rompem o país afora, com a finalidade de imprimir uma face viva e celebrante das juventudes católicas. Mais do que isso, confere também um modelo de “comunidade”. Sempre atrelada aos ideais de um lugar confortável e seguro tanto na percepção de seus membros como na dos observadores, Bauman (2003) reitera que o pertencimento como fruto desses laços corrobora na acentuação dos desejos humanos de irmandade, confiança e amizade, constituindo um ambiente bem-intencionado no qual as pessoas investem na felicidade e no bem-estar de si e das outras.

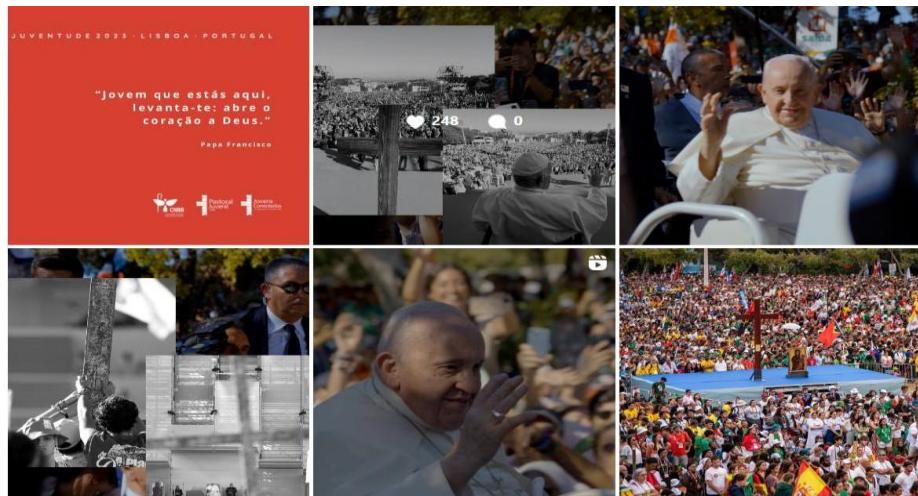
Imagen 22: Missão Jovem na Amazônia



Fonte: *Instagram do Jovens Conectados*.

Diferentemente dos canais do *Youtube*, o *Instagram* oficial do *Jovens Conectados* deu imensa visibilidade à Jornada Mundial da Juventude realizada entre os dias 02 e 06 de agosto em Lisboa, Portugal e que reuniu mais de 1,5 milhão de peregrinos de todo o mundo. Aproximadamente 10 mil brasileiros viajaram à pátria mãe para esse momento. Durante a programação, foram produzidos vídeos amadores e outros profissionais, ressaltando as cerimônias de abertura, via sacra, shows, vigília e Missa de encerramento.

Imagen 23: Jornada Mundial da Juventude em Lisboa- Portugal.



Fonte: *Instagram* do *Jovens Conectados*.

Além dos atos oficiais da JMJ, os testemunhos dos peregrinos e a exaltação da alegria da vivência comunitária, o *Instagram* oficial realçou as mensagens do Papa Francisco. O ensino catequético e doutrinal publicizado com veemência busca utilizar uma linguagem mais descontraída (no exemplo abaixo há expressão “rolê sinodal” para referir-se à XVI Assembléia Geral Ordinária do Sínodo dos Bispos que correu entre os dias 02 a 27 de outubro de 2024). Além disso, no intuito de motivar a interação com os usuários, há o convite para reafirmar a mensagem exposta a partir do “amém” dos seguidores, algo comum nos rituais católicos a cada invocação.

Imagen 24: Projeto Lançai as redes



Fonte: *Instagram do Jovens Conectados*.

Com vistas a reforçar a ortodoxia e tendo em vista a alta adesão dos chamados interagentes, há a convocação em torno de causas e temas que concerne a doutrina moral da Igreja Católica, como a mobilização perpetrada entre os seguidores das páginas virtuais contrário à descriminalização do aborto no Brasil. Em resposta, os seguidores respondem: #souafavordavida, numa espécie de dialética ritualística, característico das celebrações religiosas.

Imagen 25: Convocação da página oficial do *Instagram* mobilizando os seguidores a se posicionarem contrários à ADPF 442 que visa descriminar o aborto no Brasil



Fonte: *Instagram do Jovens Conectados*.

Nessa conjuntura, processualiza-se um novo arquétipo do católico em rede (Sbardelotto, 2017), cuja implicações afetam a própria lógica institucional, desde a autoridade eclesiástica à concepção de uma nova comunidade de pertencimento (Carranza, 2019).

7.4 A Rede X do Jovens Conectados

A rede X (antigo Twitter) soma 46,5 mil de adeptos, no espaço de tempo observado (março de 2021 a agosto de 2024), com uma média de 04 postagens semanais e 572 ao total, os assuntos de maior publicização foram os seguintes:

Quadro 5: Assuntos mais partilhados na *Rede X* do Jovens Conectados

TEMÁTICAS	PERCENTUAL DE PUBLICAÇÕES
Formação juvenil	23%
Notícias do Papa	21%
Liturgia Diária (Textos bíblicos, Santo do dia)	20%
Eventos religiosos	17%
Jornada Mundial da Juventude	12%
Outros assuntos	07%

Fonte: Dados da pesquisa (2021-2024).

Do mesmo modo que ocorre nas demais redes sociais digitais acopladas, no X é perceptível a atenção à formação juvenil com o compartilhamento de material que aprofunde temáticas relevantes à vida da Igreja. Pontue-se o enfoque ao subsídio “Encontros”, coleção que permeia por diversos assuntos socioeclesiais, desde vocação à natureza dos tempos litúrgicos.

Imagen 26: Imagem do subsídio de formação “Encontros”



Fonte: *Rede X* do Jovens Conectados.

Na esteira da popularidade do Papa Francisco entre os jovens, há grande exposição de notícias ligadas ao Sumo Pontífice, muitas alusivas à Jornada Mundial da Juventude, maior

evento católico do mundo, que se realizou em 2023 em Lisboa- Portugal, e que também teve amplo destaque no canal oficial do *X*.

Imagen 27: Imagem do Papa Francisco entre os jovens na JMJ 2019 no Panamá.



Fonte: *Rede X do Jovens Conectados*.

Tal qual ocorre no *Facebook* e no *Instagram*, os eventos religiosos, similarmente, recebem extensa visibilidade. Na imagem posterior, jovens reunidos com lideranças religiosas, em sua maioria Bispos, com traços de animação e alegria.

Imagen 28: Formação do projeto Ao seu lado com jovens da Diocese de São Miguel Paulista



Fonte: *Rede X do Jovens Conectados*.

Diante dessas investidas, Hoover (2011) pontua que a experiência do sagrado nas redes sociais digitais pode provocar um maior senso de controle e autonomia. A despeito disso, percebe-se que o elemento institucional demarca as posições e lógicas de intervenção tanto dos produtores de conteúdo na rede *X*, quando os receptores que curtem e comentam as postagens geradas. Recuero (2017) destaca as “redes de conversação” que se assomam nessa instância ao viabilizar acesso a atores com potente ressonância social, o que gera uma sensação de proximidade.

8. OS SENTIDOS SOCIOINSTITUCIONAL, SOCIOPOLÍTICO E SOCIODIGITAL/HÍBRIDO TECIDOS PELO APP *JOVENS CONECTADOS*

Como reiterado ao longo da tese, a interconexão com a linguagem juvenil é um dos grandes desafios impostos às igrejas, tendo em vista a ampla oferta de socialização religiosa na contemporaneidade e as próprias “relações intersubjetivas” (Carrano; Martins 2011) que afloram no ímpeto de experienciar ou reafirmar sua presença no mundo.

É esse horizonte que permeia o intento da Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ) – responsável pelo *Jovens Conectados* – à medida que a sociedade contemporânea é identificada como plural em seus hábitos e costumes, fragmentada em seus vínculos afetivos e cada vez mais desenraizada em referências ou tradições (Chesneaux, 1989; Hall, 2004). Na nossa compreensão, ao apostar num aplicativo como mecanismo institucional oficial de se dialogar com a juventude, há um reconhecimento de que existe uma rearticulação na experiência religiosa num vasto campo de intervenções informacionais no contexto do ciberespaço.

Nessa acepção, tendo como base as investigações empreendidas, sedimentamos uma tese que alude à experiência do jovem católico contemporâneo, imerso em um ecossistema infocomunicacional, “que se refere à relação interdependente das tecnologias digitais de informação e da comunicação em diversos contextos, como os organizacionais, os sociais e pessoais” (Oliveira; Terra; Peres, 2025).

Nesse cenário, as repercussões científicas colhidas indicam uma reestruturação nos novos lócus de experiência religiosa católica na internet, onde os jovens são estimulados a plenificar seu testemunho cristão nas redes digitais e fora dela. Na economia da informação (Santaella, 2018), percebe-se a operacionalização de caminhos que sedimentem uma comunicação com o sagrado entre as diversas expressões juvenis. Nesse aspecto, a partir da leitura e análise do aplicativo e sua ressonância nas redes sociais digitais, bem como a partir da entrevista empreendida com os representantes da CEPJ, idealizadora do *Jovens Conectados*, os seguintes apontamentos foram captados.

Em nossa hipótese inicial, apontamos que o aplicativo *Jovens Conectados* se pauta em três diretrizes: *formadora, celebrativa e interacional*. À luz da investigação produzida, captamos que esses enfoques podem ser estendidos e desdobrados às seguintes estratégias na dinâmica de comunicação da informação, alinhados ao quarto objetivo específico traçado:

cotejar as intencionalidades da CEPJ na disseminação de informação no aplicativo *Jovens Conectados*.

Quadro 6: Dimensão socioinstitucional do aplicativo *Jovens Conectados*

DIRETRIZ	MENU DO APLICATIVO	DIMENSÃO	EIXOS CAPTADOS
1. Formadora:	Conheça-nos.	1.1 Socioinstitucional:	Reafirmação da institucionalidade da fé e Oficialidade noticiosa da Santa Sé.
	Notícias e Artigos.		
	Liturgia.		
	EAD.		
	Download.		
	Ao seu Lado.		

Fonte: Elaborado pelo autor, 2025.

Quadro 7: Dimensão sociopolítica do aplicativo *Jovens Conectados*

DIRETRIZ	MENU DO APLICATIVO	DIMENSÃO	EIXOS CAPTADOS
2. Celebrativa:	Set juventude.	2.1 Sociopolítica:	Participação social e atuação político-missionária.
	Calendário.		Neutralidade perante à polarização político-partidária.
	DNJ.		Silenciamento quanto às pautas progressistas juvenis.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2025.

Quadro 8: Dimensão sociodigital/híbrido do aplicativo *Jovens Conectados*

DIRETRIZ	MENU DO APLICATIVO	DIMENSÃO	EIXOS CAPTADOS
3.Interacional:	Envie sua notícia	3.1Sociodigital/híbrido:	Concepção de um “ser católico digital”.
			Tecitura de uma comunidade virtual de pertencimento.
	Redes sociais digitais		Ritualidade colaborativa nas redes sociais digitais.
			Estímulo à militância digital católica nas redes sociais digitais e fora dela.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2025.

8.1 Dimensão socioinstitucional

8.1.1-Reafirmação da institucionalidade da fé

Com a desterritorialização e a elasticidade da linguagem digital (Castells, 2012), o fiel tem a capacidade, particularmente, de construir seu percurso de consumo da informação sem a mediação ou controle de uma liderança religiosa, tornando a relação com o sagrado no campo digital mais fluida, livre e sem dissensos. As dinâmicas interacionais em rede podem suprimir ou posicionar de forma colateral, o arcabouço que norteia a institucionalidade, seus parâmetros e normativas, muitas vezes atrofiante e rígida.

Na contramão deste fenômeno, o *Jovens Conectados* visa (re)empoderar as instâncias oficiais ao dar imensa visibilidade aos acontecimentos e agenda da CNBB. Assim, enquanto a noção de autoridade ganha uma nova dimensão ou passa por fragmentações em meio às múltiplas elocuções de autorreferencialidade que brotam nas redes sociais digitais (Medeiros *et al.*, 2024), o *Jovens Conectados* prima pelo respeito à hierarquia e à oficialidade do discurso religioso.

Nesse sentido, o app com seu arcabouço de oficialidade engloba os elementos de “qualidade da informação, autoridade cognitiva e credibilidade” (Figueiredo; Gomez, 2011) que colaboram na decisão de respaldo por parte do consumidor ao recepcionar tais informações.

Com domínio da doutrina posto à prova (Hoover, 2012) devido às abundantes oportunidades de experiencião da fé, o app *Jovens Conectados* rearticula seu grau de influência midiática como lócus de reverberação doutrinal e teológico-eclesial, atuando como um instrumento de intermediação discursiva entre o oficialismo religioso e os jovens católicos, numa espécie de inculturação digital (Sbardelotto, 2017), em que se reconhece as suas técnicas, seus meios de decodificação e novos aparatos de interlocução.

8.1.2- Sólido protagonismo juvenil comunitário a partir de uma formação catequética

Ao viabilizar ampla exposição aos eventos que abordam a formação de jovens católicos, o app *Jovens Conectados* vai de encontro a uma atmosfera que ilustra um “cristianismo light”, ancorado numa vivência que se baseia hedonista e descompromissada da realidade social, convergente apenas ao bem-estar individual, às necessidades momentâneas e terapêuticas.

A datar das entrevistas realizadas, há uma real intenção em primar pela educação catequética e confissão dogmática no intuito de arquitetar um jovem que seja protagonista de sua micro-realidade eclesial, que ajuda a impulsionar outras lideranças nos mais diversos eixos de atuação comunitário-religioso, como bem destaca as conclusões do Documento de Aparecida, atinente a V Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano e do Caribe³⁹: “Como discípulos missionários, as novas gerações são chamadas a transmitir a seus irmão jovens, sem distinção alguma, a corrente da vida que procede de Cristo e a compartilhá-la em comunidade, construindo a Igreja e a sociedade” (Doc Aparecida n.443).

Posicionar os jovens como artesãos da missão evangelizadora, carrega o escopo de sobreposição de herança religiosa, ao mesmo tempo que busca frear qualquer tipo de hibridismo cultural dos seus adeptos (Canclini, 2008). Vinculado a isso, é pertinente considerar os elementos socioculturais que cercam a juventude católica atual, cujo perfil identitário sofre influência da atmosfera sociopolítica (Sofiaty, 2008). Na década de 1970, a luta contra o regime militar e por mais liberdades, engendrou a formação de uma geração juvenil combativa, colaborando na expansão da pastoral do meio popular e das associações universitárias católicas.

No cenário de consolidação democrática, as necessidades e pautas redirecionam-se, com o alvorecer da Renovação Carismática e de comunidades católicas, de características

³⁹ O “Documento de Aparecida” é o resultado das discussões realizadas na 5^a Conferência Geral do Episcopado latino-americano e do Caribe, que ocorreu entre os dias 13 e 31 de maio de 2007 e que contou com a presença do então Papa Bento XVI. Trata-se do mais importante encontro pastoral para definição da ação evangelizadora da Igreja Católica no continente.

conservadoras e tradicionais. Embora, a maioria do contingente juvenil adota uma linha mais vanguardista, o encaminhamento pastoral das paróquias é de legitimação dos preceitos e dogmas católicos. À vista disso, Choo (2003, p.79) recorda que as necessidades e uso de informação por parte do usuário devem também ser examinada apoiado no seu contexto social e universo simbólico.

8.1.3- Oficialidade noticiosa da Santa Sé

A interlocução com portais católicos como o *Vaticannews*, reforçam a oficialidade institucional e um ideal de jornalismo profissional com notícias checadas e longe de especulações que transitam entre vaticanistas. Tornando-se, similarmente, uma autoridade cognitiva por transmitir confiabilidade/credibilidade informacional “(Figueiredo; Gomez, 2011) aos interagentes.

Ainda sobre isso, ao converter-se em fonte de informação, que na ótica de Blattman e Fachin (2016, p.199) podem ser “estruturados ou não, apresentando de diversas formas conforme seus propósitos”, a plataforma investigada legitima-se aos consumidores juvenis como referencialidade noticiosa, com viés de impactar tomada de decisões e a cosmovisão de mundo.

Como bem cristalizado nas conversações realizadas com os representantes da CEPJ, idealizadora do *Jovens Conectados*, o reforço e incentivo à técnica comunicacional bem apurada, corroboram no combate às *fake News* e à desinformação num contexto de pós-verdade, que conforme a Universidade Oxford pontua “é relativo ou referente a circunstâncias nas quais os fatos objetivos são menos influentes na opinião pública do que as emoções e as crenças pessoais”.

Em outros termos, a percepção solidificada do indivíduo sobre um determinado assunto dará maior exuberância à notícia falsa recepcionada (Carvalho, 2019), concedendo-a maior distribuição e alcance.

Com o referendo à página oficial de informação da Santa Sé, há também a prudência em evitar o excesso informacional, calcada em notícias discrepantes ou que possam ser gatilhos para tensionamentos ou descontextualização, mantendo a máxima cautela em desviar-se de controvérsias. Demo (2000) rememora que o ruído da informação e elementos de alienação podem estar associadas à produção de conteúdo com interesses, muitas vezes, ideológicos e políticos, sendo necessário e exercício de coleta de outras fontes e de filtragem informacional.

8.2 Dimensão sociopolítica

8.2.1- Participação social e atuação político-missionária

Numa clara alusão aos ideais de pastoralidade, missão e espírito caritativo, a vivência da oração é suscitada sempre numa perspectiva que se volta aos gestos concretos de solidariedade. Assim dizendo, a fé é concatenada às problemáticas socioculturais, sem inclinações que possam despertar polêmicas como ideologia política partidária ou a agenda identitária.

Nesse campo, os fluxos informacionais estabelecidos podem “promover uma alteração, dado o processo de desenvolvimento sedimentado no público em suas micro realidades” (Barreto, 1998, p.123). Destarte, o jovem católico é motivado a submergir suas preferências pessoais em prol de uma pauta coletiva e inclinada aos propósitos institucionais.

O incentivo a uma prática cristã mais confrontadora e menos conformada às injustiças sociais ganharam maior relevo durante o pontificado do Papa Francisco, apesar das reiteradas menções ao fato de que “A igreja não é uma ONG”, ou seja, centralizada somente na assistência aos desamparados e livre do aspecto espiritual.

Ao provocar, frise-se, o desejo pela liderança social nos jovens, o app *Jovens Conectados* faz menção ao fato de que a posição do líder não deve ser apenas circunscrita à rotina eclesial, mas desdobrada na dinâmica urbana, junto às suas contradições e complexos desafios que se assomam desemprego, fome e desalento, para citar algumas delas.

Groppi (2000) relembra que o sentimento de contestação é inerente à juventude, em contraponto ao comodismo natural da fase adulta. Em decorrência disso, a piedade cristã e o anseio por equidade social buscam diferenciar-se da hermenêutica marxista instrumentalizada pela Teologia da Libertação, corrente de pensamento que visa constituir uma nova interpretação à práxis cristã, centrada à ação política e crítica às gritantes iniquidades da sociedade (Boff, 2002).

Outro componente merecedor de destaque é a participação feminina, que o app *Jovens Conectados* incentiva e visibiliza. Essa realidade também, da mesma forma, confluí com a novo método encarnada pelo Papa Francisco em conceber maior notoriedade e empoderamento às mulheres, tornando-as partícipes nos processos de decisão da Igreja Católica, numa espiral de “desmasculinização” institucional⁴⁰.

⁴⁰ Discurso do Papa Francisco na Comissão teológica internacional em abril de 2024: “A Igreja é mulher. E se nós não sabemos entender o que é uma mulher, o que é a teologia de uma mulher, nunca entenderemos o que é a Igreja. Um dos grandes pecados que cometemos foi ‘masculinizar’ a Igreja”.

8.2.2- Neutralidade perante a polarização político-partidária

No Brasil, nos últimos anos, ganhou propulsão uma onda conservadora que tenta confrontar à narrativa progressista que ganhou corpo na década de 1960 nos Estados Unidos e Europa e que mais tarde, influenciou hábitos culturais e revisitou conceitos históricos (Hunter, 1991) agora sob o ponto de vista de outras coletividades, intitulada de “guerra cultural”

Ao evitar o tensionamento que é característico da polarização ideológica partidária no país, o app *Jovens Conectados* segue a linha da CNBB, que visa posicionar-se com moderação em meios aos assuntos que rompem e esgarçam as diferenças. Levando em conta que a condição de informação se impõe nos modos de manipulação de artefatos informacionais (Le Coadic, 2004), é relevante destacar que esses modos operandi gera críticas por parte da ala mais tradicionalista da Igreja Católica, em franca expansão nos últimos 10 anos e que tem liderado a batalha digital, até mesmo fazendo frente ao Papa Francisco.

Para aprofundar esse cenário, saliente-se os fatos sociopolíticos que eclodiram no Brasil nos últimos 12 anos: jornada de junho de 2013; impeachment; prisão do ex-presidente Lula; eleição de Bolsonaro e disputa de 2022 à Presidência da República. Esses acontecimentos afloraram os ânimos dos eleitores e acabou estendendo seu grau de influência nas comunidades religiosas.

Antes limitada à distribuição de cartilhas de orientação ética de voto, a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) viu importantes lideranças católicas posicionarem-se e até indicarem a preferência em candidatos que se mostraram contrários às pautas mais à esquerda, como o direito ao aborto e a descriminalização das drogas. Essa conduta enfatizou-se nas comunidades carismáticas e em personalidades católicas da internet (Medeiros *et al.*, 2024).

O Terceiro Programa Nacional de Direitos Humanos (PNDH 3), ainda no segundo mandato do então Presidente Lula foi o estopim para articulações das bancadas de matriz religiosa na chamada “defesa da família”. Assim, os púlpitos incorporaram esses discursos, sobretudo nas agremiações evangélicas, mais inclinadas ao bolsonarismo.

Desde então, temas como imigração, gênero, saúde pública, alterações climáticas, direito das mulheres e das minorias inflamam o debate público, gerando inflexões e labaredas de ambos os extremos do espectro ideológico. Esse fenômeno da “calcificação política” (Nunes; Traumann, 2023) exige da Comissão idealizadora do *Jovens Conectados* uma maior atenção quanto às intencionalidades na disseminação de determinado conteúdo, com o intuito de evitar uma reação conservadora ou cancelamento das vertentes mais liberais da agenda de costumes.

8.2.3- Silenciamento quanto as pautas progressistas juvenis

O desafio nesse quadro é equacionar a atrofia de discursos que possam ser considerados dissonantes, constituindo uma câmera de eco (Santaella, 2019) que macula a diversidade e as múltiplas percepções da realidade que estendem no cotidiano juvenil. A despeito da ponderação, o app *Jovens Conectados* não aprofunda questões interligadas à juventude LGBTQIAPN+ ou pautas mais progressistas, como métodos contraceptivos.

Neste caso, temos a única divergência temática da equipe gerenciadora do *Jovens Conectados* com o Papa Francisco, que nos seus 12 anos de pontificado, imprimiu uma narrativa de maior acolhimento e inclusão aos homossexuais. Em janeiro de 2022, o Papa Francisco declarou que pais e mães devem dar suporte aos seus filhos, independente da sexualidade escolhida por eles; em fevereiro de 2023, o Chefe da Igreja Católica também posicionou-se contra a criminalização da homossexualidade e em dezembro do mesmo ano, num gesto sem precedentes e que causou bastante controvérsia entre a ala conservadora, autorizou a benção aos casais do mesmo sexo, reiterando que a referida consagração se refere ao indivíduo e não uma aprovação ao estilo de vida.

Na esteira dessas questões, se é evidente que o discurso da “diversidade juvenil” ganha destaque nas ações pastorais, por outro, não há um discernimento em acolher as múltiplas reivindicações que brotam das diversas tribos (Maffesoli, 1986) que compõe a heterogeneidade social, difusa e em constante deslocamento.

8.3 Dimensão sociodigital/híbrido

8.3.1- Concepção de um “ser católico digital”

Na cultura da hipermobilidade (Lemos, 2009), a circulação do sagrado ressignifica a experiência dos usuários que dela usam para fins diversos. No caso das expressões juvenis, há uma clara demarcação da reiteração do “ser católico”, que se materializa na (re)memória dos rituais, na defesa dogmática e doutrinal, assim como no caráter formativo-catequético.

Lévy (2003) recorda que a intervenção de cada indivíduo nas redes digitais corrobora na construção de um conjunto de saberes, fomentando um vínculo de competências que arquitetam uma inteligência coletiva que se materializa sob diversas circunstâncias, tendo em vista o potencial do ciberespaço. A partir desse novo cenário, visualizamos uma ecologia cognitiva (Lévy, 1996), capaz de redesenhar os processos de consumo e colaboratividade, tendo

em vista os elementos que se somam a essa espiral, tais como: mobilidade, portabilidade, distribuição e assincronia.

Nessa “organização não hierárquica e espontânea” (Marteleteo, 2001), o sujeito delineia a sua trilha de apreensão informacional em meio aos agrupamentos de diversos entres no sistema, que envolve “estoque, transferência e convívio com os receptores” (Barreto, 2013, p. 137). Assim, o mercado de bens simbólicos estimulado pelo ambiente digital (Martino, 2016) reacende o debate acerca da experiência da fé sem demarcadores ou mediadores institucionais, que adquiriu um novo status durante a emergência de covid-19, a partir da relevância da Igreja doméstica como atmosfera para cultivo da espiritualidade.

8.3.2- Tecitura de uma comunidade virtual de pertencimento

Com a construção de um arquétipo do católico no cotidiano digital, a composição de uma comunidade virtual de pertencimento ganha robustez como meta de desdobrar-se em vínculos efetivos e físicos nos agrupamentos religiosos paroquiais. “O desafio da evangelização, diante desse mercado religioso digital, é apresentar uma vivência eclesial que os cure, liberte, encha de vida e de paz, ao mesmo tempo que os chame à comunhão solidária e à fecundidade missionária” (EG 89).

Ancorada nessa máxima, o aplicativo estudado duela com as relações flutuantes e transitórias na sociedade (Bauman, 2003), objetivando algo duradouro, sólido e agregador. Nessa direção, elabora-se acordos de convivência, parâmetros de divulgação de conteúdos e estratégias para enlaçamento de novos membros.

Isto significa, que o código de conduta estabelecido deve ser cumprido como artifício que colabora na manutenção da organicidade da comunidade, nem que para isso seja preciso a diluição de certas percepções individuais em detrimento da ação coletiva. Tacitamente, como enfatiza Bauman (2003), a vivência em comunidade dilui as nuances da autonomia e de identidade com vistas a garantir a sobrevivência de seus partícipes.

8.3.3 - Ritualidade colaborativa nas redes sociais digitais

O estímulo à coparticipação converge com uma das peculiaridades do aplicativo *Jovens Conectados*, recrutando conteúdos de todos os recantos do país, fomentando a colaboratividade e a representação. A noção da autoridade eclesiástica se reconfigura (Carranza, 2019) com a transversalidade nas mobilizações. Esse afastamento de um “centro norteador marcado pela

instituição e autoridade” (Sbardelotto, 2017, p.61) que é próprio da ambiência digital é gerenciado com profunda atenção pela Comissão responsável pela plataforma.

Levando em conta que a interação motiva o compartilhamento e é determinante no estabelecimento de vínculos (Tomaél, 2008, p.9), pondera-se como algo intrínseco à arquitetura das redes, nas práticas interativas mapeadas não se encontrou elocuções dissonantes ao que se é produzido e publicizado nos canais oficiais demarcados: *Facebook, Instagram, Youtube e X*.

A ausência de desencontros de visões de mundo nas publicações averiguadas indica que a grande maioria dos usuários consumidores do app são imersos no imaginário informacional cristão, dada a habitualidade e conformidade nas ritualísticas provocadas na plataforma digital. Martino (2016) argumenta que a existência de canais de comunicação com identificação institucional, como o *Jovens Conectados*, é uma forma de se contrapor à miríade de opções de experiência religiosa na grande rede que se multiplicam exponencialmente.

8.3.4- Estímulo à militância católica digital nas redes sociais digitais e fora dela

A hibridização se impõe como proposta querigmática dentro do contexto do aplicativo *Jovens Conectados*. Assim, estabelece-se mecanismos que buscam acentuar uma militância digital, ao mesmo tempo que estimula a construção de um vínculo comunitário sociorreligioso, isto é, os chamados “territórios intersticiais (Santaella, 2007), que mistura o espaço físico e o ciberespaço. A essa perspectiva, Sbardelotto (2017, p.258) intitula “circuitos extraplatafórmicos transmidiáticos”, cuja comunicação da informação circula para além da mídia e alcança novos sentidos em distintos âmbitos de sociabilidade. Desse modo, a informação como bem simbólico (Choo, 2003) debruça-se e se remodela conforme às circunstâncias espaço-temporais.

Como percebido nos enfoques do app *Jovens Conectados* em fomentar líderes, o jovem católico não deve se acanhar em reafirmar sua pertença religiosa nos múltiplos ambientes em que ele está inserido. Assim dizendo, deve-se tomar posições consonantes à fé praticada, tanto nas mobilizações em rede quanto às ruas, na faculdade, no trabalho e nas relações do campo privado. O “proselitismo militante” (Jungblut, 2010) comum em alguns grupos religiosos adquire nova corporificação no atual cenário permeado pela polifonia de vozes que buscam por legitimação, reconhecimento e notoriedade na arena pública. Para a Comissão idealizadora do *Jovens Conectados*, reafirmar o pertencimento juvenil católico é uma espécie de ir contra a corrente, tal qual a logicidade dos primórdios do cristianismo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a finalidade de atender aos propósitos assumidos nesse itinerário investigativo, delimitamos a princípio, uma organização metodológica embasada nos seguintes conceitos: informação, informação religiosa, midiatização, comunicação da informação religiosa nas mídias digitais, juventudes e juventudes católicas.

Nesse sentido, foi detalhado a amplitude conceitual da informação e a informação de natureza religiosa foi aprofundada e interligada à dinâmica de midiatização nas mídias de massa e digitais. Além disso, as expressões juvenis na contemporaneidade foram problematizadas tendo como pano de fundo, os elementos que cercam suas identidades, aspectos culturais e contexto, sendo um desafio à proposta evangelizadora das igrejas e especialmente, objeto de estudo desta tese, no campo católico.

Para isso, as estratégias adotadas na comunicação da informação religiosa em plataformas digitais pela instituição Igreja Católica concatenam-se às transformações provocadas pelo ciberespaço, que ressignificou o papel dos consumidores de informação, tornando os usuários receptores e produtores de conteúdo.

Essas discussões foram operacionalizadas tendo como base condutora o objetivo geral: compreender as intencionalidades nas estratégias de comunicação da informação religiosa tecidas pela Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ) da CNBB no aplicativo *Jovens Conectados*. Assim sendo, visando perscrutar tal meta central, foram determinados os seguintes objetivos específicos:

Relativo ao primeiro objetivo específico, “mapear as estratégias de produção e disseminação de informação por parte da equipe dirigente da CNBB”, foram realizadas entrevistas semiabertas com os coordenadores do projeto app *Jovens Conectados* e integrantes da Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ), Layla Kamila e Adilson Luís, como também o seu Presidente e referencial, Dom Vilsom Basso.

Na oportunidade, captamos as pretensões nos processos de captação, produção e disseminação de informações por parte da organização do aplicativo *Jovens Conectados*. A colaboratividade, a vinculação institucional nas notícias oficiais e a proposta de propagação em diferentes ambientes informacionais (com diferentes abordagens) merecem destaque na tomada de decisão da equipe dirigente supracitada, que privilegiam grandes eventos de massa, em especial, nas Dioceses e que dizem respeito ao Dia Nacional da Juventude e formações catequético-espirituais.

Ao mesmo tempo que a Comissão tem consciência dos desafios de se construir uma linguagem atrativa aos jovens em meio à grande disputa por esse público no mercado religioso, há também o estímulo em oferecer-lhes maior protagonismo e senso de propósito nas ações que são desenvolvidas, engendrados em um cruzamento entre igreja-comunidade-sociedade, enraizada nas complexas realidades da dinâmica urbana brasileira.

Não obstante, observamos uma alta centralização na captação das matérias informativas que são colhidas com os representantes das Pastorais da Juventude, o que se desdobra em uma desatualização nas notícias e artigos do aplicativo.

Alinhado ao segundo objetivo específico, “caracterizar as informações produzida pelo referido aplicativo”, demarcamos o período de março de 2021 a agosto de 2024 para analisar a comunicação da informação religiosa do aplicativo *Jovens Conectados*. A partir dos conteúdos averiguados, foram perceptíveis o intento de tornar a plataforma um instrumento que reafirma a oficialidade institucional, que motiva a participação das expressões juvenis pelo Brasil e que se ancora na necessidade de contínua formação doutrinal, a fim de tornar os jovens usuários mais convictos de sua vivência espiritual.

Diante disso, é perceptível o intento dos responsáveis pela plataforma *Jovens Conectados* em garantir uma sólida práxis religiosa. Em outros termos, para a CEPJ não basta aos jovens a participação nas celebrações ou missas, mas eles devem ser sujeitos ativos na rotina pastoral e conhecedores do catecismo.

Contudo, temáticas ditas progressistas como a inclusão da pauta LGBTQIAPN+ não é aprofundado, divergente da postura do então Papa Francisco que inseriu um tom mais aberto e acolhedor na relação da Igreja Católica e os homossexuais.

O terceiro objetivo versou sobre “identificar os conteúdos compartilhados nas redes sociais digitais acopladas ao aplicativo”. Nas páginas oficiais *Facebook*, *Rede X*, *Instagram* e *Youtube*, que arregimentam um contingente de mais de 500 mil seguidores, constatamos estratégias diferenciadas na dinâmica de informação disseminada nessas plataformas.

Apesar de metodologias opostas (No *Instagram* e *Facebook* há uma maior interação, enquanto no *Youtube* e *X*, as visualizações são menores) é conspícuo os eixos de produção de conteúdos que aludem à liturgia da Igreja, encontros religiosos pelo Brasil, formação doutrinal e notícias oficiais da Igreja e do Papa. Enfatizem-se postagens que mobilizam a participação dos usuários, sejam relacionados a temáticas de costumes que geram intenso debate público, bem como ao despertar de uma consciência cristã, estabelecida em ações sociais nos rincões pelo Brasil. Apesar do visível engajamento, não há discursos dissonantes nas interações em rede.

Aplicado ao quarto objetivo específico “cotejar as intencionalidades da CEPJ na disseminação de informação no aplicativo *Jovens Conectados*” cruzamos a análise do conteúdo informacional disseminado pela plataforma estudada, as entrevistas realizadas com a Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude (CEPJ), como também os fluxos interativos das redes sociais digitais interligadas.

A partir das observações empreendidas, concluímos que a plataforma *Jovens Conectados* se ancora em três linhas de atuação: formadora, celebrativa e interacional. Cada uma delas com um determinado tipo de abordagem e metodologia. A formadora, que a incorporamos num eixo socioinstitucional, busca reafirmar a institucionalidade católica em oposição à pulverização de ofertas religiosas que são visíveis no ciberespaço, apostando na oficialidade noticiosa. Além disso, também busca fomentar um protagonismo juvenil comunitário a partir de uma sólida formação catequética.

A perspectiva celebrativa, amplificada num eixo sociopolítico, pauta-se na mobilização social e atuação político-missionário, interligando a fé às contradições sociais do mundo contemporâneo. Chamou-nos à atenção também, a resistência em imergir em debates partidários e em pautas ditas progressistas.

No aspecto interacional, que pontuamos numa ótica sociodigital/híbrido, há um efetivo interesse em constituir uma comunidade virtual de pertencimento, fundamentado em relações sólidas, que enseja uma mobilização contínua em prol das causas que a Igreja Católica defende, construindo um ser católico digital militante nas múltiplas instâncias socioculturais, sejam elas em rede ou fora dela.

Ainda no estudo empreendido, captamos a alta centralização no gerenciamento de conteúdo, o que ocasiona numa desatualização da plataforma. Como proposta de melhoria, ressaltamos a necessidade de maior descentralização na tomada de decisão de quais informações devem ser veiculadas no aplicativo, possibilitando assim uma maior representatividade das múltiplas expressões juvenis católicas das Dioceses pelo Brasil, o que ocasiona em maior engajamento e impulsionamento da visibilidade da proposta, como atesta a lógica das redes digitais.

A pesquisa empreendida ainda aponta novas questões sobre as formas de produção e disseminação de informação que brotam de aplicativos religiosos voltados às juventudes, estas, mais distantes de uma vinculação oficial, mas ao mesmo tempo, que mais transitam entre as múltiplas expressões de filiações ao Sagrado.

Em síntese, ao investir numa comunicação multimodal, o aplicativo *Jovens Conectados* visa construir uma ambiência que mobilize interações em cadeia, gerando fluxos cognitivos que tem o potencial de desencadear novos modos de apreensão/disseminação de uma mensagem.

Portanto, ao mesmo tempo que reconhecemos as limitações no desenvolvimento da pesquisa, novas indagações surgem para o desenvolvimento de investigações futuras, desta vez, voltado a atuação das juventudes que orbitam em torno da “minoria periférica emergente no contexto eclesial contemporâneo (Sbardelotto, 2014), como as redes sociais digitais da organização “Católicas pelo direito de decidir” e do grupo leigo “Diversidade Católica”.

A organização “Católicas pelo direito de decidir” é uma ONG fundada em 1993. Defende o Estado laico, a não interferência religiosa na condução das políticas públicas, além de questionar os padrões culturais impostos pela Igreja no que diz respeito à sexualidade e à reprodução. É a favor da descriminalização do aborto, o que gera resistências profundas e embates com setores hierárquicos católicos.

O grupo leigo “Diversidade Católica” foi criado em 2007, com a intenção de “conciliar a fé cristã com a diversidade sexual de gênero”. A finalidade principal é dialogar com a comunidade eclesial e ao mesmo tempo, oportunizar espaços de discussão, partilha e acolhimento à Rede Nacional de Grupos Católicos LGBT que reúne associações afins por todo o Brasil.

À luz desses apontamentos e partindo do reconhecimento dos impactos provocados pela mensagem de natureza religiosa no campo digital, é fundamental destacar Gonzalez de Gómez (2003) e suas interpretações a respeito de artefatos técnicos, que captam as inter-relações a partir das ações de informações, que “remetem aos atores que as agenciam, aos contextos e situações em que acontecem e aos regimes de informação em que se inscreve” (González de Gómez, 2003, p. 61).

Isto posto, ao ampliarmos as discussões no Campo da Ciência da Informação acerca do fenômeno da midiatização religiosa, visualizamos que as rearticulações da experiência de fé juvenil nas redes digitais imprimem reconstruções identitárias que eclodem para além da esfera circunscrita ao templo, mas também nos modos de enxergar e intervir no mundo.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Rubem. **O que é religião**. São Paulo: Loyola, 2005.
- ALMEIDA JÚNIOR, O. F. de. **Mediação da informação e múltiplas linguagens**. Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação, Brasília, v.2, n.1, p.89-103, jan./dez. 2009.
- ANDRADE, C. C. **Entre gangues e galeras: juventude, violência e sociabilidade na periferia do Distrito Federal**. Tese de Doutorado, Universidade de Brasília, Brasília/DF. 2007.
- ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- BACH, Maurizio. **Jenseits des rationalen Handelns: Zur Soziologie Vilfredo Pareto**. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2004.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução: Luís Antero Reto, Augusto. São Paulo: Lisboa, 2011.
- BARRETO, Aldo de Alburquerque. **As aplicações da informação: estratégia de atuação**. Data grama zero- Revista de Ciência da Informação – v. 4 n.4 ago/2013. http://www.dgz.org.br/ago03/Ind_com.htm. Acesso em: 12 de setembro de 2017.
- BARRETO, Aldo de Alburquerque. **Mudança estrutural no fluxo do conhecimento: a comunicação eletrônica**. Ciência da Informação, Brasília, DF, v.27, n.2, 1998. Disponível em: Acesso em: 20 de fevereiro de 2025
- BARRETO, Angela Maria. **Informação e conhecimento na era digital**. Transinformação, Campinas, v. 17, n. 2, p. 111-122, maio/ago. 2005. Disponível em: <http://periodicos.puc-campinas.edu.br/seer/index.php/transinfo/article/view/695>. Acesso em: 10 de setembro de 2017.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- BLATTMAN, Úrsula; FACHIN, Juliana. **Avaliação de fontes de informação**. In: BLATTMAN, Úrsula; VIANNA, William Barbosa (org.). *Inovações em escolas com bibliotecas*. Florianópolis: Dois Por Quatro, 2016. cap. 10, p. 197-206.
- BOFF, Leonardo. **Teologia do cativeiro e da libertação**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BOMILCAR, Nelson. Os Sem- Igreja: **Buscando caminhos de esperança na experiência comunitária**. Editora Mundo Cristão. São Paulo, 2012.
- BORELLI, Viviane. (Org.). **Mídia e religião: entre o mundo da fé e o do fiel**. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.
- BORGES, Maria de Lourdes; SILVA, Adelina G. da. **Implicações de um Cenário**

Multigeracional no Ambiente de Trabalho: Diferenças, Desafios e Aprendizagem. São Paulo, 2008.

BORKO, Harold. **Ciência da informação: o que é isto?**. Disciplinas USP, 1968, 5 p. (Tradução Livre). Título original: Information science: what is it?. Disponível em: <https://www.marinha.unesp.br/Home/Instituicao/Docentes/EdbertoFerneda/mri-01---information-science---what-is-it.pdf>. Acesso em 02 de janeiro de 2025.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BRAGA, J. L. **Lógicas da mídia, lógicas da midiatisação?** In: FAUSTO NETO, A.; ANSELMINO, N. R.; GINDIN, I. L. Relatos de investigaciones sobre mediaciones. Rosário: UNR Editora, 2015.

BRASHER, Brenda E. **Give Me That Online Religion**. Nova Jersey: Rutgers University Press, 2004.

BRATOSIN, S. **La médialisation du religieux dans la théo-rie du post néo-protestantisme**. Social Compass, 2016.

BRUNS, Axel. O público ativo: Transformando o jornalismo de gatekeeping para gatewatching. Em Domingo, D & Paterson, C (Eds.) **Making Online News: The Ethnography of New Media Production**. Peter Lang Publishing, Estados Unidos, pp. 171-184. 2008.

CANCLINI, Néstor García (2008). **Culturas Híbridas - Estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP.

CANEVACCI, Massimo. **Ubiquidade etnográfico**. Disponível em<http://tranzmidias.com.br/blog/blog/2013/01/28/cyber_universidade-tranzmidias-conexao-massimo-canevatti/>. Acesso em 18 de dezembro de 2024.

CAPURRO, R. Intercultural information ethics. In: CAPURRO, R.; FRÜHBAUER, J.; HAUSMANNINGER, T. (org.). **Localizing the Internet: ethical aspects in intercultural perspective**. Munich: Fink, 2007. p. 21-33.

CARDANO, Mario. **Manual de pesquisa qualitativa. A contribuição da teoria da argumentação**. Tradução: Elisabeth da Rosa Conill. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2017.

CARLÓN, Mario. **Circulación del sentido y construcción de colectivos: en una sociedad hipermediatizada**. San Luis: Nueva Editorial Universitaria, 2020.

CARRANO, P.; MARTINS, C. M. A **escola diante das culturas juvenis: reconhecer para dialogar**. Educação, Santa Maria, v. 36, n. 1, p. 43-56, 2011.

CARRANZA, Brenda. **Catolicismo midiático**. Aparecida: Ideias e Letras, 2011.

CARRANZA, Brenda. **Juventudes do Brasil.** IHU, maio de 2018. Disponível: <https://www.ihu.unisinos.br/183-evento/584898-juventudes-do-brasil>. Acesso em: 01 de maio de 2023.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede:** a era da informação: economia, sociedade e cultura. V.1 São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura.** In: A Sociedade em rede. São Paulo : Paz e Terra, 2000. v. 1.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet.** Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano:** 1. Artes de fazer. 19ª ed. Petrópolis: Vozes, 2012.

CHOO, Chun Wei. Como ficamos sabendo – um modelo de uso da informação. In: _____. **A organização do conhecimento:** como as organizações usam a informação para criar significados, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: Senac, 2003. Cap. 2, p.63-120.

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. **Evangelização da juventude-Desafios e perspectivas.** Brasília: Edições CNBB, 2007.

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. **Evangelização da Juventude – Desafios e perspectivas** Pastorais aprovado na Assembleia Geral da entidade em maio de 2007.

DANTAS, Marcos. **A lógica do capital informação: monopólio e monopolização dos fragmentos num mundo de comunicações globais.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

DAVALLON, J. **A mediação: a comunicação em processo?** Prisma. com, 2007.

DEMO, Pedro. **Ambivalências da sociedade da informação.** Ciência da Informação, v. 29, n. 2, p. 37-42, 2000.

CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.** Covilhã: Livros Labcom, 2014.

CARVALHO, D. **Por que as pessoas acreditam em fake news, segundo a psicologia social. Política na cabeça,** 25 jun. 2019. Disponível em: <https://www.blogs.unicamp.br/politicanacabeca/2019/06/25/fake-news-por-que-as-pessoas-acreditam-em-noticias-falsas-segundo-a-psicologia-social/>. Acesso em:01 de março de 2025

CHESNAUX, Jean. **Modernidade- mundo.** Petrópolis: Vozes, 1989.COELHO, H. **Tecnologias de Informação.** Lisboa:Quixote,1986.

DAYRELL, Juarez. **Juventude, grupos de estilo e identidade.** Educação em revista, nº 30, p. 25-39, dez. 2002.

DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. Introdução: a disciplina e a prática da pesquisa qualitativa. In: DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. (Orgs.). **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006. p. 15-41

DURKEIM, Émile. **As Formas Elementares de Vida Religiosa**: o sistema totêmico na Austrália. Tradução. Pereira Neto; revisão José Joaquim. – São Paulo; Ed.. Paulinas, 1989.

FAUSTO NETO, Antônio. **Processos midiáticos e construção das novas religiosidades: dimensões discursivas**. Intertexto. Vol. 2. N°7. Porto Alegre: UFRGS, 2001.

FAUSTO NETO, Antônio. Uma palavra a mais... In: Gomes, P. G. **Da Igreja eletrônica à sociedade em midiatização**. São Paulo: Paulinas, 2010^a, p.9-14.

FAUSTO NETO, A., GOMES, P. G., Magalhães, T., & Sbardelotto, M. (2013). **Mídias e religião: A comunicação e a fé em sociedades em midiatização (2^a ed.)**. Editora Unisinos.

FERREIRA, Sueli Mara Soares Pinto. **Novos paradigmas e novos usuários da informação**. In: **Ciência da Informação**, v.25, n.2.1995. Disponível em: <http://scholar.google.com.br/citations?view_op=view_citation&hl=ptBR&user=Q9JDGqgAAAAJ&citation_for_view=Q9JDGqgAAAAJ:d1gkVwhDpl0C>. Acesso em: 10 de janeiro de 2025.

FERNANDES, S. R. A. **Jovens religiosos e o catolicismo: escolhas, desafios e subjetividades**. Rio de Janeiro: Quartet/FAPERJ, 2010.

FERNANDES, S. R. A. **Novas formas de crer: católicos, evangélicos e sem-religião nas cidades**. São Paulo: CERIS, 2009.

FIGUEIREDO, M. F.; GÓMEZ, M. N. G. **Relações ou “semelhanças de família” em critérios utilizados para julgamentos de informações na web**. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO (ENANCIB), 12., 2011, Brasília. Anais [...]. Brasília: UnB, 2011. p. 88-103. Disponível em: <https://cip.brapci.inf.br/download/178305>. Acesso em: 02 de janeiro de 2025.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, Pedro Gilberto. **Processo de midiatização: da sociedade à Igreja**. Disponível em: <http://www.unisinos.br/ihu/index.php?> . Acesso em 13 set. 2017. Entrevista concedida ao site do IHU.

GOMES, Pedro Gilberto. **O processo de midiatização da sociedade e sua incidência em determinadas práticas socioíssimbólicas na contemporaneidade: a relação mídia e religião**. In: FAUSTO NETO, A. et. Al. (org.). **Midiatização e processos sociais na América Latina**. São Paulo: Paulus, 2008, p.17-30.

GOMES, Henriette Ferreira. **Tendências de pesquisa sobre mediação, circulação e apropriação da informação no Brasil: estudo em periódicos e anais dos ENANCIB (2008-2009)**. // Pesquisa brasileira em Ciência da Informação. 3:1. 2010. 85-99

GROULX, Lionel-Henri. Contribuição da pesquisa qualitativa à pesquisa social. In: POUPART, Jean. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis: Vozes, 2008. P. 95-124.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, M. N. **Metodologia de pesquisa no campo da Ciência da Informação**. DataGramaZero – Revista de Ciência da Informação, v. 1, n. 6, 2000. Disponível em <http://ridi.ibict.br/bitstream/123456789/127/1/GomesDataGramaZero2000.pdf> Acesso em: 4 set. 2017.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, M. N. **Escopo e abrangência da Ciência da Informação e a Pós-Graduação na área: anotações para uma reflexão**. Transinformação, v. 15, n. 1, p. 31-43, 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/tinf/v15n1/02.pdf> t. Acesso em 01 de setembro de 2017.

GROOPPO, Luís Antônio. Juventude: **Ensaios Sobre Sociologia E Histórias Das Juventudes Modernas**. Rio De Janeiro: Difel. (2000).

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

HAN, Byung-Chun. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis: Vozes, 2015.

HJARVARD, S. **Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural**. Matrizes, vol.5, n.2, jan. -jun./ 2012, p.53-91.

HOOVER, Stewart. M.; ECHCHAIBI, Nabil. **The “Third Spaces” of Digital Religion: A Discussion Paper**. Boul-der: The Center for Media, Religion, and Culture, 2012. Disponível em: <<http://migre.me/8xIqG>>.

HUMPRECHT, Edda. **“Onde as 'notícias falsas' florescem: uma comparação entre quatro democracias ocidentais”**. Informação, Comunicação e Sociedade, v. 22, n. 13, pp. 1973-1988.

HUNTER, J. D. **Culture wars: the struggle to define America**. Nova Iorque: Basic Books, 1991.

JOVENS CONECTADOS. **Regimento interno**. Equipe jovem de Comunicação. Brasília: CEPJ, 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **A Cultura da Conexão: criando valor por meio da mídia propagável**. Trad. Patrícia Arnaud – São Paulo: Aleph, 2014.

JUNGBLUT, Anton Luiz (2010). O uso religioso da Internet no Brasil. **PLURA, Revista de Estudos de Religião**, vol. 1, n. 1, p. 202-212, 2010. Disponível em: . Acesso em: 01 de fevereiro de 2025.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: Do tradicional ao digital**. São Paulo: Sextante, 2018.

KOZINETS, R. Netnografia: **Realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso, 2014.

LE COADIC, Yves-François. **A ciência da informação**. Tradução Maria Yeda F. S. deFigueiras Gomes. 2. ed. rev. E atualização – Brasília, DF: Briquet de Lemos/ Livros, 2004.

LEMOS, A. **Cibercultura e mobilidade: a era da conexão**. Razón y Palabra, n. 41, 2004.

LEMOS, A. **Cultura da mobilidade**. Revista Famecos. Porto Alegre, n.40, dez., 2009.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**. 2ª Edição. São Paulo, editora 34. 2003.

LÉVY, Pierre.. **O que é o virtual**. São Paulo: 34, 1996.

LINARES COLUMBIE, Radamés . **Epistemologia e ciência da informação : repensando um diálogo inacabado** . ACIMED [online]. 2010, vol.21, n.2, págs. 140-160. ISSN 1024-9435. Acesso em: 20 de fevereiro de 2025.

LYOTARD, Jean François. **A condição pós-moderna**. Trad. de Ricardo Corrêa Barbosa. Rio de Janeiro: José Olympio, 1979.

MAFFESOLI, Michel. **Le temps des tribos: le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse**. Paris: Paris, Méridiens Klincksieck, 1986.

MAFFESOLI, Michel. **A nostalgia do sagrado: o retorno do religioso nas sociedades pós-modernas**. – Curitiba: PUC/PRESS, 2024.

MANINI, Miriam Paula. **A Dimensão Expressiva na indexação de documentos fotográficos**. Disponível em: http://repositorio.bce.unb.br/bitstream/10482/1012/1/EVENTO_DimensaoExpressivaIndexacao.pdf. Acesso em 08 de fevereiro de 2025.

MARTELETO, R.M. **Informação: elemento regulador dos sistemas, fator de mudança social ou fenômeno pós-moderno?** Ciência da Informação, v.16 n.2, p.169-80, jul./dez. 1987.

MARTELETO, R.M.. **Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação**. Ciência da Informação, Brasília, DF, v.30, n.1, p.71-81, jan./abr. 2001.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e poder simbólico**: um ensaio sobre comunicação e campo religioso. São Paulo: Paulus, 2003.

MARTINO, Luís Mauro Sá.. **Mídia, religião e sociedade**: Das palavras às redes digitais. Paulus. 2016.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Tradução de Ronald Pólito e Sérgio Alcides. 6. Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MAY, Tim. **Pesquisa Social**: questões, métodos e processos. Porto Alegre: Artmed, 2004. p. 145-172.

MEDEIROS, Fernanda de Faria et al. **Influenciadores digitais católicos: efeitos e perspectivas**. São Paulo: Ideias & Letras: Paulus, 2024.

MEDINA, Cremilda de A. **Entrevista: O diálogo possível**. São Paulo: Ática, 1995

MINAYO, Maria Cecilia de Souza; Odécio Sanches. Quantitativo-Qualitativo: oposição ou complementaridade? . **Caderno de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, n.9, v.3. p. 239-262, jul./set, 2003.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2010.

MIKLOS, Jorge. **A construção de vínculos religiosos na cibercultura: a ciber-religião**. São Paulo, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2010.

MORAES, Roque. **Análise de Conteúdo**. Porto Alegre: Revista Educação, v.22, n.37, p.7-32,1999. Disponível em: http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise_de_conteudo_moraes.html. Acesso em 08-09-2017.

NEGRÃO, Lírias. Religião: pluralismo, percursos e multiplicidades. In: NEGRÃO, L. (Org.). **Novas Tramas do Sagrado: Trajetórias e Multiplicidades**. São Paulo: EdUSP, 2009.

NICOLESCU, B. **Fundamentos Metodológicos para o Estudo Transcultural e Transreligioso**. In: A. NICOLAU COLL; A. SOMMERMAN; M.F.D. MELLO; V.M.D. BARROS, Educação e Transdisciplinaridade II. São Paulo, TRION, p. 45-72. 2000.

NOVAES, R. **Juventude e sociedade : jogos de espelhos, sentimentos, percepções e demandas por direitos e políticas públicas**. Revista Sociologia Especial: ciência e vida, São Paulo, 2007.

NOVAES, R. **Coletivos juvenis agem na realidade juvenil. São Paulo. IH, Julho de 2019**. Disponível em: Disponível: <https://www.ihu.unisinos.br/categorias/159-entrevistas/589351-conectados-globalmente-coletivos-juvenis-agem-na-realidade-de-seus-territorios-entrevista-especial-com-regina-novaes>. Acesso em: 02 de maio de 2023.

NUNES, Felipe; TRAUMANN, Tomas. **Biografia do abismo: Como a polarização divide famílias desafia empresas e compromete o futuro do Brasil**. Rio de Janeiro, Editora Harper Collins. 2023.

OLIVEIRA, Marlene de. Origens e evolução da Ciência da Informação. In: _____. (Coord.). **Ciência da Informação e Biblioteconomia**: novos conteúdos e espaços de atuação. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005. cap. 1. p. 9-28.

OLIVEIRA, Pedro Ribeiro de. **Pertença/Desafeição religiosa**: recuperando antigo conceito para entender o catolicismo hoje -. Horizonte, Belo Horizonte, v. 10, n. 28, p. 1230-1254,dez. 2012. Disponível em: <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4398868.pdf>. Acesso em: 12 de setembro de 2017.

OLIVEIRA, D. M.; TERRA, A. L. S.; PERES, P. **Infocomunicação nas ciências da comunicação e informação: uma revisão integrativa da literatura em**

português. Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información (México), v. 39, v. 103, 2025

PATRIOTA, K. R. P., & Freire, A. A. **O religioso na rede: interações e discursos nas religiões 2.0.** *Comunicação & Informação*, 18(2), 39-21. 2015. <https://doi.org/10.5216/36820>.

PIRES, Álvaro P. Sobre algumas questões epistemológicas de uma metodologia geral para as ciências sociais. In: POUPART, Jean, et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos.** Tradução Ana Cristina Nasser. Petrópolis: Editora Vozes, 2008. p. 43 – 84.

POMBO, O. **Epistemologia interdisciplinar.** In: seminário internacional interdisciplinaridade, humanismo, universidade. Porto, 2003. Anais. Porto, 2003. p. 1-29. Acesso em: 16 de setembro de 2017.

RHEINGOLD, H. **A comunidade virtual.** Lisboa: Gradiva, 1997.

RHEINGOLD, H. **Multitudes inteligentes: la próxima revolución social.** Barcelona, Gedisa, 2004.

RECUERO, Raquel. **Introdução à análise de redes sociais.** Salvador: EDUFBA, 2017.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. **Análise de redes para mídia social.** Porto Alegre: Sulina, 2015. 182 p.

REYES, Paulo. **Quando a rua vira corpo.** São Leopoldo: Unisinos, 2005.

ROJAS, Enrique. **O homem moderno:** a luta contra o vazio. Tradução de Wladir Dupont. São Paulo: Mandarim, 1996. 153p.

RUH, Ulrich, 2021. <https://ihu.unisinos.br/categorias/609419-mídias-católicas-um-produto-de-nicho>. Acesso em 01 de dezembro de 2024.

SAVOLAINEN, R. **Information Behavior and Information Practice:** Reviewing the "Umbrella Concepts" of Information-Seeking Studies. *Library Quarterly*, Chicago, v. 77 n. 2, p. 109-132. 2007. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/10.1086/517840>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2025.

SAMPIERI, R. H., COLLADO, C.F., LUCIO, P.B. **Metodologia da pesquisa.** 3^a ed. São Paulo: McGraw-hill, 2006.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação.** São Paulo: Paulus, 2013.

SANTAELLA, Lucia.. **Linguagens líquidas na era da mobilidade.** 2. ed. São Paulo: Paulus, 2011.

SANTAELLA, Lucia.. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter.** São Paulo: Paulus, 2010.

SARACEVIC, T. Ciência da Informação: origens, evolução e relações. **Perspectiva em Ciência da Informação**. Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 41-62, jan./jun. 1996.

SARACEVIC, T.. Ciência da Informação: origens, evolução e relações. **Perspectiva em Ciência da Informação**. Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 41-62, jan./jun. 1996.

SBARDELOTTO, Moisés. **E o Verbo se fez bit: Uma análise da experiência religiosa na internet**, Cadernos IHU, Rio Grande do Sul, ano 9, nº 35, 2011.

SBARDELOTTO, Moisés.. **E o verbo se fez rede: religiosidades em reconstrução no ambiente digital**. São Paulo, Paulinas, 2017.

SCOLARI, C. **Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones**. Barcelona: Gedisa, 2015.

SMIT, J. W. Novas abordagens na organização, no acesso e na transferência da informação. In: _____. **Ciência da informação: múltiplos diálogos**. Marília: Cultura Acadêmica, 2009.p. 57-59.

SOFIATI, F.M. **A Juventude No Brasil: História E Organização**. Passages De Paris (Apeb-Fr), Edition 3, P. 1-14. Disponível Em: <Http://Www.Apebfr.Org/Passagesdeparis/Editione2008/Pdf/14%20flavio%20munhoz%20sofi ati.Pdf>. Acesso Em: 02/03/2025.

SOUZA, M.T.de. **Igreja eletrônica, religiosidade midiática, religiosidade midiatizada: conceitos para pensar as relações entre a mídia e a religião**. Revista Matrizes. V 15. N1. Acessado: [/emils/Downloads/matrizes,+MATRIZES_15.1_12_SOUSA_PT.pdf](http://emils/Downloads/matrizes,+MATRIZES_15.1_12_SOUSA_PT.pdf). 20/07/2024.

SOUZA, Maria da Paixão Neres de. **Abordagem inter e transdisciplinar em ciência da informação**. In: TOUTAIN, Lídia Maria Batista Brandão (Org.). **Para entender a Ciência da Informação**. Salvador: EDUFBA, 2007.

SPADARO, A. **Cyber-teologia: pensarei 1 cristianesimo al tempo dela rete**.Milano: Vita e Pensiero, 2012.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2009.

TOMAÉL, Maria Inês. 2008. **Redes de Conhecimento**. DataGramZero: revista de ciência da informação, Abr. 2008, vol. 9, no. 2. Acesso em 03 de março de 2025.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, Volume II: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**, 2. ed. Florianópolis: Insular, 2008.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 175p. 2009.

VENTURA, Marco. **A igreja se adaptou às mídias sociais antes das mídias sociais**. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/categorias/626724-a-igreja-se-adaptou-as-mídias-sociais-antes-das-mídias-sociais-artigo-de-marco-ventura>. Acesso em: 02 de outubro de 2023.

VIEIRA, José Álvaro Campos. **Os sem-religião: aurora de uma espiritualidade não religiosa.** Belo Horizonte: Editora PUC Minas, 2018.

WEISSBERG, Jean Louis. **Os paradoxos da Teleinformática.** In: PARENTE, André. **Tramas da Rede.** Porto Alegre: Sulina, 1993.

APÊNDICES

PROPOSTA DE ENTREVISTA COM A COMISSÃO EPISCOPAL PASTORAL PARA A JUVENTUDE (CEPJ)- CNBB

ROTEIRO PRÉVIO PARA A ENTREVISTA

- 1- Como é realizado o processo de produção e disseminação de informações no aplicativo *Jovens Conectados*?
- 2- Quais as pautas mais recorrentes e como se dá o processo de seleção de informações para abastecimento da plataforma?
- 3- Quais conteúdos encontram maior adesão e engajamento por parte dos usuários nas plataformas acopladas como Facebook, Instagram e Twitter?
- 4- Você acredita que o projeto *Jovens Conectados* tem conseguido construir uma proximidade sólida com os jovens católicos a partir da usabilidade das plataformas informacionais?
- 5- É possível constatar resultado efetivo na vida das comunidades paroquiais a partir da mediação do app *Jovens Conectados*?
- 6- Pesquisas demonstram que cerca de 1/3 dos jovens integram o grupo dos “sem religião”, apesar de ampla maioria reafirmar o exercício de uma espiritualidade privada? Como você enxerga tal cenário?

**PROPOSTA DE ENTREVISTA COM O BISPO REFERENCIAL PARA A
JUVENTUDE DA CNBB**

- 1- O Senhor acredita que a Igreja Católica tem construído estratégias bem-sucedidas no intuito de aproximar-se dos jovens em um contexto de pulverização da experiência religiosa?
- 2- Como surgiu a proposta do *Jovens Conectados*?
- 3- Na era da informação, quais vantagens e desafios de investir no processo de disseminação de informação religiosa nas redes?
- 4- É possível identificar impactos nas juventudes católicas a partir da proposta capitaneada pelo app *Jovens Conectados*?
- 5- O app *Jovens Conectados* ressalta por intermédio de informes, publicações nas redes e notícias oficiais a necessidade de uma juventude católica protagonista em suas micro realidades sociais. Qual reflexão o senhor faz a respeito?

ANEXOS

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado participante (a):

Sou Doutorando do Programa Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Estou realizando uma pesquisa sob a supervisão do Professor Edvaldo Carvalho Alves, intitulada: ***Informação, juventudes e midiatização: análise das estratégias de comunicação da informação religiosa pelo aplicativo Jovens Conectados da CNBB.***

Sua participação envolve a concessão de uma entrevista como representante do projeto Jovens Conectados da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB).

A vinculação neste estudo é de forma voluntária e se você decidir não participar ou quiser desistir de continuar a qualquer momento, tem absoluta liberdade de fazê-lo.

Na publicação dos resultados desta pesquisa, sua identidade será apresentada. Mesmo não tendo benefícios diretos em participar, você estará contribuindo para a compreensão do fenômeno estudado e para a produção do conhecimento científico.

Atenciosamente,

 Documento assinado digitalmente
EMILSON FERREIRA GARCIA JUNIOR
Data: 18/03/2024 13:57:47-0300
Verificação: <https://validar.03.gov.br>

Emilson Ferreira Garcia Junior
(Pesquisador e doutorando)


Layla Kamila Santos

(Articuladora Nacional da Equipe de Comunicação da Comissão Episcopal para a Juventude
CNBB - Jovens Conectados)

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado participante (a):

Sou Doutorando do Programa Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Estou realizando uma pesquisa sob a supervisão do Professor Edvaldo Carvalho Alves, intitulada: *Informação, juventudes e midiatização: análise das estratégias de comunicação da informação religiosa pelo aplicativo Jovens Conectados da CNBB.*

Sua participação envolve a concessão de uma entrevista como representante do projeto Jovens Conectados da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB).

A vinculação neste estudo é de forma voluntária e se você decidir não participar ou quiser desistir de continuar a qualquer momento, tem absoluta liberdade de fazê-lo.

Na publicação dos resultados desta pesquisa, sua identidade será apresentada. Mesmo não tendo benefícios diretos em participar, você estará contribuindo para a compreensão do fenômeno estudado e para a produção do conhecimento científico.

Atenciosamente,

Documento assinado digitalmente
gov.br EMILSON FERREIRA GARCIA JUNIOR
Data: 18/03/2024 13:57:47 0000
Verifique em <https://validar.00.gov.br>

Emilson Ferreira Garcia Junior
(Pesquisador e doutorando)

Documento assinado digitalmente
gov.br ADILSON LUIS ZORZI
Data: 02/03/2024 16:57:06-0300
Verifique em <https://validar.00.gov.br>

Adilson Luis Zorzi
(Articulador Nacional da equipe de Comunicação da Comissão Episcopal para a Juventude da CNBB)

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado participante:

Sou Doutorando do Programa Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Estou realizando uma pesquisa sob a supervisão do Professor Edvaldo Carvalho Alves, intitulada: *Informação, juventudes e midiatização: análise das estratégias de comunicação da informação religiosa pelo aplicativo Jovens Conectados da CNBB.*

Sua participação envolve a concessão de uma entrevista como representante do projeto Jovens Conectados da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB).

A vinculação neste estudo é de forma voluntária e se você decidir não participar ou quiser desistir de continuar a qualquer momento, tem absoluta liberdade de fazê-lo.

Na publicação dos resultados desta pesquisa, sua identidade será apresentada. Mesmo não tendo benefícios diretos em participar, você estará contribuindo para a compreensão do fenômeno estudado e para a produção do conhecimento científico.

Atenciosamente,

Documento assinado digitalmente
EMILSON FERREIRA GARCIA JUNIOR
Data: 18/03/2024 13:57:47 0300
Verifique em: <https://validar.36.gov.br>

Emilson Ferreira Garcia Junior
(Pesquisador e doutorando)



Dom Vilsom Basso, scj

Bispo de Imperatriz

Presidente da Comissão Episcopal para a Juventude

Dom Vilsom Basso
Bispo de Imperatriz-MA
Presidente da Comissão Episcopal para a Juventude- CNBB

CENTRO DE CIÊNCIAS DA
SAÚDE DA UNIVERSIDADE
FEDERAL DA PARAÍBA -
CCS/UFPB



COMPROVANTE DE ENVIO DO PROJETO

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Titulo da Pesquisa: Informação, juventudes e midiatização: análise das estratégias de comunicação da informação religiosa pelo aplicativo Jovens Conectados da CNBB.

Pesquisador: EMILSON FERREIRA GARCIA JUNIOR

Versão: 6

CAAE: 83225424.4.0000.5188

Instituição Proponente: Universidade Federal da Paraíba

DADOS DO COMPROVANTE

Número do Comprovante: 109313/2024

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

Informamos que o projeto Informação, juventudes e midiatização: análise das estratégias de comunicação da informação religiosa pelo aplicativo Jovens Conectados da CNBB, que tem como pesquisador responsável EMILSON FERREIRA GARCIA JUNIOR, foi recebido para análise ética no CEP Centro de Ciências da Saúde da Universidade Federal da Paraíba - CCS/UFPB em 17/09/2024 às 08:49.

Endereço: Campus I / Prédio do CCS UFPB - 1º Andar
Bairro: Cidade Universitária **CEP:** 58.051-900
UF: PB **Município:** JOÃO PESSOA
Telefone: (83)3216-7791 **Fax:** (83)3216-7791 **E-mail:** comitedeetica@ccs.ufpb.br