



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

EMILSON FERREIRA GARCIA JUNIOR

**AS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TIC)
COMO ESTRATÉGIA DE DISSEMINAÇÃO E USO DA INFORMAÇÃO
RELIGIOSA PELAS COMUNIDADES CATÓLICAS DE CAMPINA
GRANDE - PARAÍBA**

JOÃO PESSOA
2016

EMILSON FERREIRA GARCIA JUNIOR

**AS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TIC)
COMO ESTRATÉGIA DE DISSEMINAÇÃO E USO DA INFORMAÇÃO
RELIGIOSA PELAS COMUNIDADES CATÓLICAS DE CAMPINA
GRANDE - PARAÍBA**

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado em Ciência da Informação do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba –UFPB vinculado à linha de pesquisa – *Memória, organização, acesso e uso da informação* como requisito para a obtenção do título de mestre em Ciência da Informação. Orientador:

Orientador: Prof.^o Dr.^o Edvaldo Carvalho Alves

JOÃO PESSOA
2016

FICHA CATALOGRÁFICA

G216t Garcia Junior, Emilson Ferreira.
As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) como estratégia de disseminação e uso da informação religiosa pelas comunidades católicas de Campina Grande - Paraíba / Emilson Ferreira Garcia Junior.- João Pessoa, 2016.
106f. : il.
Orientador: Edvaldo Carvalho Alves
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCSA
1. Ciéncia da informação. 2. Informação religiosa - disseminação.
3. TIC - acesso e uso - comunidades católicas.

UFPB/BC

CDU: 02(043)

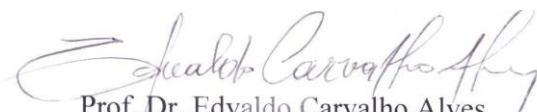
EMILSON FERREIRA GARCIA JUNIOR

**AS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TIC)
COMO ESTRATÉGIA DE DISSEMINAÇÃO E USO DA INFORMAÇÃO
RELIGIOSA PELAS COMUNIDADES CATÓLICAS DE CAMPINA
GRANDE - PARAÍBA**

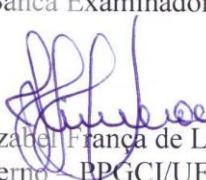
Dissertação apresentada ao curso de Mestrado em Ciência da Informação do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba –UFPB vinculado à linha de pesquisa – *Memória, organização, acesso e uso da informação* como requisito para a obtenção do título de mestre em Ciência da Informação.

Aprovada em: 28/03/2016

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Edvaldo Carvalho Alves
Orientador/Presidente da Banca Examinadora – PPGCI/UFPB



Profa. Dra. Izabel França de Lima
Membro Interno – PPGCI/UFPB



Profa. Dra. Gisele Rocha Côrtes
Membro Externo – UFPB

Prof. Dr. Henry Poncio Cruz de Oliveira
Suplente Interno – PPGCI/UFPB

Profa. Dra. Robéria Nádia Araújo do Nascimento
Suplente Externo – UEPB

*Que é a vida? Um frenesi.
Que é a vida? Uma ilusão,
uma sombra, uma ficção;
o maior bem é tristonho,
porque toda a vida é sonho
e os sonhos, sonhos são.*
Pedro Calderón de La Barca

AGRADECIMENTOS

A Deus que me abençoa e fortalece. A Jesus Cristo que me ilumina e a minha Nossa Senhora que continuamente me protege, o meu eterno louvor e gratidão.

Aos meus pais, que me inspiram diariamente, à minha mãe, meu porto seguro, mulher espetacular e sábia, e ao meu pai, meu referencial, homem prudente e justo, dedico esse trabalho.

Ao final de uma rica e frutífera jornada acadêmica, o meu sincero obrigado a todos os companheiros. À minha querida e amada tia Eliane Garcia, que abriu a porta de sua casa e o seu coração para me acolher com generosidade e carinho em minhas constantes vindas a João Pessoa.

A minha família campinense, Ronaldo (in memorian), Lucia, Yasmim e Rodrigo, pela lealdade, apoio e afeto.

Ao meu estimado orientador, Professor Edvaldo Carvalho Alves, muito obrigado pela compreensão, zelo e senso democrático. As suas valiosas contribuições me tornaram um pesquisador mais audacioso e comprometido.

Aos professores Izabel França de Lima, Gisele Rocha Cortês e Henry Poncio Cruz de Oliveira, grato pela disponibilidade em colaborar com essa investigação. As devidas observações serão abraçadas com afinco e responsabilidade.

À Professora Robéria Nádia Araújo Nascimento, a minha eterna gratidão pela confiança depositada em uma parceria que se iniciou há 05 anos em um frutífero projeto de pesquisa. De lá pra cá, a relação no campo acadêmico se desdobrou em um prazeroso convívio pessoal.

Ao PPGCI, à Professora Bernardina Freire e ao Professor Carlos Xavier, obrigado pela atenção e acolhida. A Franklin e Bruno, secretários, o meu cordial abraço.

A todos os demais professores, a minha gratidão por compartilhar saberes. À minha turma, grato pela boa convivência, especialmente Camila, Shara, Derek, Bruno, Zayr, Roberto e Emry. Prazeroso foi repartir um pouco de mim mesmo e levar um pouco de vocês mesmos, na mesma ótica do autor do pequeno princípio.

Às comunidades pesquisadas e seus respectivos líderes, muito obrigado pela abertura e atenção: Mauricio Alves (Obra Nova) Ronaldo José (Remidos no Senhor) e Gustavo Lucena (Pio X). A todos os 60 jovens que responderam aos questionários, muito grato sou pela contribuição a essa pesquisa.

Por fim, vem em meu coração a mesma reflexão do inspirador pastor Martin Luther King. “Talvez eu não tenha conseguido fazer o melhor, mas lutei para que o melhor fosse feito. Não sou o que eu deveria ser, não sou o que eu irei ser, mas graças a Deus, eu não sou o que eu era”.

Paz e bem!

RESUMO

Analisa as estratégias de disseminação e uso da informação religiosa por meio das tecnologias de informação e comunicação (TIC) pelas comunidades católicas: Pio X, Remidos no Senhor e Obra Nova da cidade de Campina Grande – Paraíba. De natureza quantitativa e tipo descritiva, o nosso estudo adotou como ferramenta de coleta de dados, a entrevista semiestruturada no diálogo com os líderes religiosos das agremiações referidas e o questionário misto na interlocução com os jovens partícipes das comunidades. Para a análise dos dados, optamos por adotar a técnica de categorização da Análise de Conteúdo (AC). No desenvolvimento da pesquisa, refletimos sobre os conceitos de midiatização que reconfigura as noções de espaço e tempo dos fenômenos sociais, em especial o campo da informação. Os resultados apreendidos evidenciam uma presença forte por parte das entidades católicas Pio X e Obra Nova no ciberespaço, especialmente em sites e redes sociais, enquanto que a Remidos no Senhor investe de forma mais personalizada. Em todas as citadas, o objetivo central é ressoar às ações da comunidade e agregar novos membros. Os jovens inquiridos na investigação relataram estar conectados às novas plataformas de interação e destacaram que um das motivações para o uso das TIC, é estar atentos às temáticas que envolvem as comunidades que participam, reiterando o ser religioso, com reafirmações de posturas que se coadunam numa plena militância virtual.

Palavras-chave: Informação religiosa. TIC. Juventude. Disseminação, acesso e uso.

ABSTRACT

Analyzes the dissemination strategies and use of religious information by means of information and communication technologies (ICT) by Catholics: Pio X, Remidos no Senhor e Obra Nova by Campina Grande - Paraíba. Of quantitative and qualitative nature and descriptive, our study adopted as a data collection tool, the semi-structured interview in dialogue with the religious leaders of these associations and the joint questionnaire in the dialogue with the young participants of the communities. For data analysis, we chose to adopt the categorization technique of Content Analysis (CA). The development of research, reflect on the media coverage of concepts that reconfigures the notions of space and time of social phenomena, in particular the field of information. The results show a strong presence seized by the Catholic entities Pio X and Obra Nova in cyberspace, especially on websites and social networks, while the Remidos no Senhor invests more personalized. In all of the above, the main objective is to give resonance to community actions and add new members. The young respondents in the research reported to be connected to the new interaction platforms and stressed that one of the motivations for the use of ICT is to be attentive to issues involving the communities participating, reiterating be religious, with restatements of positions that fit in full virtual militancy.

Keywords: Religious Information. ICT. Youth. Dissemination, access and use.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagen 1- Twitter e Instagram da Obra Nova	54
Imagen 2- Site da comunidade Obra Nova	55
Imagen 3- Site da comunidade Obra Nova	56
Imagen 4- Site da comunidade Remidos no Senhor	57
Imagen 5- Facebook da Comunidade Remidos no Senhor	57
Imagen 6- Twitter da comunidade Pio X	58
Imagen 7- Site da comunidade Pio X	58
Imagen 8- Site da comunidade Pio X	59
Imagen 9- Banner da comunidade Pio X	59

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

QUADROS

Quadro 1- Participação das comunidades nas redes sociais.....	53
Quadro 2- Resumo dos conteúdos mais disseminados pelas comunidades	60
Quadro 3- total de membros da comunidade	64
Quadro 4- Expressões mais citadas pelos jovens integrantes das comunidades	79

GRÁFICOS

Obra Nova- Perfil socioeconômico

Gráfico 01 - Sexo	64
Gráfico 02 - Cor da pele	64
Gráfico 03 - Renda	65
Gráfico 04 - Idade	65
Gráfico 05 - Estado civil	66
Gráfico 06 - Escolaridade	66

Remidos no Senhor- Perfil socioeconômico

Gráfico 07 - Sexo	67
Gráfico 08 - Cor da pele	67
Gráfico 09 - Renda	68
Gráfico 10 - Idade	68
Gráfico 11 - Estado civil	68
Gráfico 12 - Escolaridade	69

Pio X- Perfil socioeconômico

Gráfico 13 - Sexo	70
Gráfico 14 - Cor da pele	70

Gráfico 15 - Renda	70
Gráfico 16 - Idade	71
Gráfico 17 - Escolaridade	71

Disseminação e uso de informação religiosa por meio das TIC pelos membros da comunidade Obra Nova

Gráfico 18 - Conectividade às TIC	72
Gráfico 19 - Busca por informações	73
Gráfico 20 - Informações difundidas pela comunidade via TIC	73
Gráfico 21 - Compartilhamento de informações	74

Disseminação e uso de informação religiosa por meio das TIC pelos membros da comunidade Remidos no Senhor

Gráfico 22 - Busca por informações	75
Gráfico 23 - Informações difundidas pela comunidade via TIC	75
Gráfico 24 - Compartilhamento de informações	76

Disseminação e uso de informação religiosa por meio das TIC pelos membros da Comunidade Pio X

Gráfico 25 - Conectividade às TIC	77
Gráfico 26 - Informações difundidas pela comunidade via TIC	77

Perfil socioeconômico dos membros das três comunidades católicas pesquisadas

Gráfico 27- Sexo	79
Gráfico 28 - Cor da pele	80
Gráfico 29 - Renda	80
Gráfico 30 - Idade	80
Gráfico 31 - Estado civil	81

Gráfico 32 - Escolaridade 81

Disseminação e uso de informação religiosa por meio das TIC pelos membros das três comunidades católicas pesquisadas

Gráfico 33 - Conectividade às TIC 82

Gráfico 34 - Busca por informações 82

Gráfico 35 - Informações difundidas pela comunidade via TIC 83

Gráfico 36 - Compartilhamento de informações 83

LISTA DE SIGLAS

TIC - Tecnologia de Informação e Comunicação

CNBB - Conferência Nacional dos Bispos do Brasil

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

PUC - Pontifícia Universidade Católica

RCC - Renovação Carismática Católica

AC - Análise de conteúdo

CI - Ciência da Informação

SUMÁRIO

1. Introdução	17
2. Metodologia	23
2.1. Natureza da pesquisa	24
2.2. Campo empírico e sujeitos	25
2.2.1 A Comunidade Obra Nova.....	26
2.2.2 A Comunidade Remidos no Senhor.....	27
2.2.3 A Comunidade Pio X.....	28
2.3 Instrumentos e técnicas de coleta de dados	28
2.4. Método de análise de dados.....	29
3. Disseminação da Informação no contexto de midiatização da sociedade	31
3.1 O fenômeno da midiatização na contemporaneidade	32
3.2 As tecnologias de informação e comunicação	37
4. O conceito de Informação e a informação de natureza religiosa	41
5. Discussões sobre comunidade, juventude e religiosidade juvenil	46
6. A disseminação e uso da informação religiosa nas comunidades	52
6.1.1 Tecnologias de informação e comunicação utilizadas no processo de disseminação da informação religiosa pelas comunidades	52
6.1.2 Conteúdos de informação religiosa presentes nas estratégias de disseminação por meio das tecnologias de informação e comunicação	54
6.1.3 Dificuldades e / ou obstáculos na disseminação de conteúdos de informação religiosa	61
6.2 Impactos da disseminação da informação religiosa por meio das tecnologias de informação e comunicação nos jovens fiéis das comunidades estudadas	63
6.2.1 Perfil socioeconômico dos membros da comunidade Obra Nova	64
6.2.2 Perfil socioeconômico dos membros da comunidade Remidos no Senhor	67

6.2.3 Perfil socioeconômico dos membros da comunidade Pio X	69
6.2.4 Disseminação e uso de informação religiosa por meio das TIC pelos membros da comunidade Obra Nova	72
6.2.5 Disseminação e uso de informação religiosa por meio das TIC pelos membros da comunidade Remidos no Senhor	74
6.2.6 Disseminação e uso de informação religiosa por meio das TIC pelos membros da comunidade Pio X	76
7. Considerações finais	85

1 INTRODUÇÃO

“O Santo Padre Francisco a todos os fiéis presentes e àqueles que recebem sua bênção, por meio do rádio, da televisão e das novas tecnologias da comunicação, concede a indulgência plenária na forma estabelecida pela Igreja”¹.

Um dos mais evidentes sintomas contemporâneo é a necessidade de estar em permanente conexão. Tal fato é consequência da própria natureza humana, caracterizada pelo anseio constante de *atuar, intervir e anunciar*. Essas questões têm como desdobramentos, a formação de entrelaçamentos sociais, tendo em vista que a ação do indivíduo em determinado ambiente cria uma cadeia de reações compostas por novos significados e apropriações.

Nesse sentido, um aspecto importante nas relações que se constituem na coletividade, é o surgimento de novas noções de pertencimento e as reconfigurações das práticas de sociabilidade, frutos da evolução da comunicação que nos últimos anos tem redefinido o tempo e espaço, fomentando uma nova dinâmica global de informações e deslocando os nexos de identidade.

Desse modo, destaque-se o papel das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) no processo que abarca o advento das redes digitais, cuja estrutura possibilita que conteúdos sejam disseminados a uma velocidade nunca antes vista (CASTELLS, 1999). Na essência desse complexo sistema que deslocou o sujeito passivo para ator preponderante na negociação de sentidos, está à internet, a mais *instantânea e integradora* dos canais de informação.

No contexto da Ciência da Informação, uma área que estuda as atividades de geração, coleta, organização, armazenamento, recuperação, interpretação, transmissão, transformação e utilização da informação, acreditamos na pertinência da discussão que abrange a midiatização e seu fundamento em novas materialidades, novas linguagens, sensibilidades, saberes, escrituras que demarcam a relação de vários campos com a mídia. Na nova ambientes midiatizada, as informações circulam com maior densidade, alcançando o maior número de usuários, consequentemente, adquirindo maior percepção.

Na ótica de Fausto Neto (2008) percebe-se a midiatização como uma ambientes social que marca a passagem da linearidade dos fenômenos sociais para a etapa das descontinuidades e rupturas que cedem espaço aos fragmentos, às noções de

¹Anúncio introdutório da Bênção ‘Urbi et Orbi’, para a Cidade de Roma e ao mundo, realizada pelo Cardeal Protodiácono Tauran, por ocasião da eleição do novo Papa, em 13 de março de 2013.

heterogeneidade. Um ambiente que é influenciado pela lógica midiática e seus processos e configura-se como uma “cultura midiática que se converte na referência sobre a qual a estrutura sócio-técnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade” (FAUSTO NETO, 2008, p.93).

Na sociedade midiatisada, a mídia opera mudanças criando: dispositivos de representação do real e produção de realidades a partir de negociação de sentidos que fomenta “um jogo de conotações que possibilita a polissemia de ações entre \sujeitos sociais, que indagam, respondem, e interagem nas práticas cotidianas do espaço social” (PINHEIRO; NASCIMENTO, 2002, p.146).

Nas últimas três décadas, a mídia transformou-se num espaço em que diversas vertentes buscaram visibilidade, seja na compra de horários em rádios ou televisão, como na aquisição de emissoras de TV. Os evangélicos obtiveram êxito nessas referidas empreitadas, e viram o número de adeptos crescerem substancialmente. Essa participação estende-se em diversas outras esferas midiáticas, como na música (gospel) e na divulgação de grandes concentrações.

A reação católica veio com os showmissas de Padre Marcelo e no investimento em canais com programação 100% religiosa, como a Canção Nova. Celebrações em praças públicas começaram a ser incentivadas como forma de demonstrar a força e a solidez institucional. A ascensão de sacerdotes como Padre Fábio de Melo e Padre Reginaldo Manzoti, demarcou a ofensiva em outros campos, como na literatura e na internet.

Para além do ramo cristão, a doutrina espírita é regularmente reverberada no cinema, nas obras de Zíbia Gasparatto e na teledramaturgia global. Enfatiza-se a abertura da programação de emissoras laicas, às apresentações dos músicos religiosos, uma incessante aposta que traz significativa repercussão e bons índices de audiência.

Atrelado a tal situação e concatenados ao amplo universo que abrange *o sagrado midiatisado*, nos debruçamos nessa jornada investigativa, sobre a Igreja Católica e suas comunidades carismáticas: “*PIO X*”, “*Remidos no Senhor*” e “*Obra Nova*”. O conceito de comunidades católicas surge no Brasil na década de 80, oriundo da Renovação Carismática Católica (RCC) que avançou pelas paróquias de todo o país no mesmo período. As também chamadas “comunidades novas” é constituída por leigos² consagrados e clérigos que adotam uma nova proposta de evangelização inteiramente atenta aos princípios doutrinais e as exigências do Concílio Vaticano II (1962-1965) que remodelou a ação da Igreja no mundo.

² Na Igreja Católica, o leigo é aquele que não recebeu o sacramento da ordem, que confere o grau de sacerdote.

Cada agremiação referida, no âmbito das ciências sociais, pode ser entendida como um grupo de pessoas que compartilham experiências, trocam informações e são continuamente formadas por líderes religiosos (DAYRELL, 2002), segue filosofias parecidas, como a convivência comunitária, a missão contínua, círculos bíblicos, festivais artísticos e direcionamento espiritual.

Assim, a reafirmação dos valores que condicionam o comportamento do grupo e sua reprodução por meio de ferramentas comunicacionais é uma tentativa valorativa de *resgate, resistência e presença*. Quando atores sociais utilizam-se de dispositivos de informação para expandir o conteúdo que se divulga no templo, numa verdadeira “diáspora” (BRASHER, 2004) instaura-se um vasto campo de intervenções que reconstrói o vínculo religioso, agora potencializado pela *produção- relação – recepção – ressonância* capitaneado pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC).

Nessa perspectiva, o nosso objetivo geral foi analisar as estratégias de disseminação e uso da informação religiosa por meio das tecnologias de informação e comunicação (TIC) pelas comunidades católicas: PIO X, Remidos no Senhor e Obra Nova da cidade de Campina Grande - Paraíba. Nossos objetivos específicos foram:

- Identificar as tecnologias de informação e comunicação utilizadas no processo de disseminação da informação religiosa pelas comunidades;
- Classificar os conteúdos de informação religiosa presentes nas estratégias de disseminação por meio das tecnologias de informação e comunicação;
- Descrever as dificuldades e / ou obstáculos na disseminação de conteúdos de informação religiosa;
- Apreender os impactos da disseminação da informação religiosa por meio das tecnologias de informação e comunicação nos jovens fiéis das comunidades estudadas.

A nossa dissertação emergiu da tentativa de se propor um diálogo interdisciplinar para o campo da Ciência da Informação, uma vez que se originou no âmbito dos estudos comunicacionais. Representa, na verdade, um dos desdobramentos das discussões empreendidas pelo grupo *Comunicação, cultura e desenvolvimento*³, do qual participei e as interlocuções realizadas pela nossa linha de pesquisa *Mídia e estudos culturais* do curso de Comunicação Social da UEPB, responsável pela análise dos processos midiáticos na

³Grupo coordenado pelo professor Luiz Custódio da Silva. Doutor em ciências da comunicação. Curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). custodiolcj@gmail.com.

convergência com os cenários atuais do pluralismo religioso no país. Especificamente, deriva dos projetos de pesquisas (PIBIC/CNPq) intitulados “*Em nome de uma fé plural: a diversidade religiosa do programa Sagrado da Rede Globo*” (2011/2012) e “*Tramas da religiosidade na ficção: a teledramaturgia e seus cruzamentos de sentidos*” (2012/2013), que atuei como bolsista⁴.

À luz dos trabalhos empreendidos na graduação, trouxemos para o campo da CI, especificamente para a linha de pesquisa “*Memória, organização, acesso e uso da informação*⁵” do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI), o debate acerca dos encadeamentos midiáticos via disseminação e uso de informação religiosa por intermédio das TIC por comunidades católicas de Campina Grande – Paraíba, segunda mais importante cidade do estado da Paraíba e um dos mais dinâmicos centros industriais do Nordeste. De acordo com os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o município soma 405.072 habitantes.

O nosso trabalho também integra às discussões promovidas pelo *Grupo de Estudo e Pesquisa em Sociologia e Informação* (GEPSI), também associado ao PPGCI e coordenado pelo Prof. Dr. Edvaldo Carvalho Alves, que tem como uma de suas preocupações a dinâmica informacional no universo religioso.

Na Base de dados referencial de artigos de periódicos da Ciência da Informação (BRAPCI), o termo “religião” aparece apenas em 04 publicações em revistas eletrônicas e o vocábulo “católico” em 02 outras pesquisas que fazem a interface com outras áreas das ciências sociais, “tecnologias de informação e comunicação (TIC) apresentam-se em mais de 30 trabalhos, enquanto que o conceito informação religiosa é inexistente no banco de dados.

A partir desse quadro científico e reconhecendo o papel das TIC como vitrine para a mobilização colaborativa e o efetivo compartilhamento virtual, partimos do entendimento de que as denominações religiosas têm se inserido nesse ambiente de forma acentuada, devido ao seu valor de não linearidade e os seus múltiplos pólos de emissão, diferente dos meios de informação tradicionais que catapultaram o fenômeno da midiatização religiosa pelo país, como debatido inicialmente.

⁴ Projetos de pesquisa orientados pela professora Robéria Nádia Araújo Nascimento. Doutora em Educação. Curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). rnadia@terra.com.br.

⁵ De acordo o PPGCI, a referida linha de pesquisa envolve questões teóricas, conceituais, reflexivas e metodológicas voltadas à produção, apropriação, democratização, representação, usos e impactos da informação, e à proteção das memórias, do patrimônio cultural e identitário, associadas ou não às tecnologias de suporte.

Um sintoma visível dessas alterações acarretadas pela tecnologia, é a transição entre o *catolicismo de massas*, voltado para um aspecto tradicional que envolve devoções populares e memórias coletivas, como festas patronais, procissões e recitações do terço, para um *catolicismo midiático*, que segundo Carranza (2011), tenta convergir celebrações mais alegóricas com um incentivo ao surgimento de padres cantores, bem como a exaustiva penetração nos meios de comunicação como forma de criar graus de espiritualidade mais eficazes e duradouros.

As comunidades elencadas nessa pesquisa atentaram-se para as mudanças que envolvem a difusão de conteúdo religioso, principalmente como estratégia de enlaçamento juvenil, como também às modificações no mapa religioso atual no Brasil, caracterizada pelas transformações sociais⁶, pelo surgimento de novas identidades (HALL, 2004) e pelas reinterpretações da experiência de fé católica.

Assim sendo, com o desafio cotidiano de reverter o abandono de seus quadros e aproximar-se dos fiéis, as entidades carismáticas pesquisadas, PIO X, Remidos no Senhor e Obra Nova, buscam desenvolver ações capazes de realimentar as expectativas dos adeptos, sobretudo, a juventude. Contudo, sejam quais forem às transformações ocorridas entre as diversas denominações religiosas, há um aspecto que se mantém intacto em todas as expressões de fé que buscam trabalhar pelo bem estar coletivo: promover alterações comportamentais de caráter ético, mesmo que vá de encontro às sedutoras alocuções que difundem a necessidade de libertar-se das amarras das convenções sociais.

Há sem dúvida, um esvaziamento do sentido religioso tal como era conhecido até aqui, mas nada garante que novas formas de compreensão e prática da religião não possam surgir e se firmar. A religião acompanha as sociedades em mudanças modificando-se concomitantemente e adaptando-se às necessidades onde quer que estejam. (MARTINO, 2005, pp. 50-51).

Dessa forma, a penetração dos citados grupos no ciberespaço é para seus líderes, um método de ação que pode suscitar três questões importantes: a propagação em larga escala, a natureza participativa e a teia de pertencimento que origina no sujeito impulsionado pelo agenciamento religioso, um incontestável mobilizador virtual.

⁶ Nos últimos anos, houve significativas transformações na vida dos brasileiros, segundo o Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O número de pessoas que moram na zona urbana saltou para 84% da população, enquanto que 16% ainda vivem na zona rural. Apesar do aumento da oferta de emprego e da renda, muitos não conseguem trabalho em cidades e acabam por viver em zonas carentes de infra-estrutura, como favelas. Nessas zonas periféricas, há uma presença permanente de igrejas evangélicas pentecostais que somando uma linguagem cativante e de promessas de prosperidade, fincam raízes estáveis nessas áreas. Além disso, a nova logística habitacional, a própria mobilidade urbana e o efervescente ritmo de vida das metrópoles dificultam o estabelecimento de ligações paroquiais e da própria dinâmica missionária.

Isto posto, a partir das TIC utilizadas pelas comunidades verificadas e levando em consideração a presença imperativa da mídia, que segundo Thompson (2012, p.25), “se envolve ativamente na construção do mundo social”, examinamos a recepção dos jovens partícipes a esse novo regime de intercâmbio simbólico, decorrente das inter-relações que transcende o espaço físico e se consolida obliquamente no virtual.

Por fim, com a intenção de apresentar de forma resumida o desenvolvimento das próximas etapas do texto, destacamos sua estrutura assim como as abordagens discutidas em cada seção.

Na **Metodologia**, apresentamos os procedimentos adotados, o tipo de pesquisa elaborada, o campo empírico e os sujeitos pesquisados, os instrumentos para a coleta de dados e a técnica de categorização usada para a análise.

Em **A Disseminação da Informação no contexto de midiatização da sociedade**, discutimos a nova dinâmica informacional na era da convergência de mídias e como essa ambientes provoca reconfigurações espaço/tempo dos fenômenos sociais. Os rearranjos nas práticas de sociabilidade do sujeito na complexa modernidade e os conceitos que as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) abarcam.

Na seção **O Conceito de informação e a informação de natureza religiosa**, procedemos com um debate sobre a definição da informação no campo interdisciplinar da Ciência da Informação, bem como um diálogo acerca da concepção de religião, com o objetivo de criar um conceito de informação religiosa.

Em **Discussões sobre comunidade e religiosidade juvenil**, propomos algumas reflexões sobre a essência do termo comunidade e aprofundamos o entendimento sobre juventude (s), assim como a visão da Igreja Católica na relação com os jovens.

Na seção **A disseminação e uso da informação religiosa nas comunidades**, evidenciamos os resultados colhidos nas entrevistas com os líderes religiosos e com os estudantes das três comunidades católicas investigadas.

Nas **Considerações finais**, produzimos um resumo das idéias discutidas no percurso investigativo (Discussões acerca da resolução do problema apresentado como elemento norteador; síntese dos procedimentos metodológicos adotados; desdobramentos).

2 METODOLOGIA

Com o intuito de perscrutar as técnicas de disseminação e uso da informação religiosa por intermédio das TIC pelas comunidades católicas “Obra Nova”, “Remidos no Senhor” e “Pio X” é fundamental traçar um itinerário metodológico que seja adequado ao universo a ser explorado. Nesse horizonte, ressalte-se a compreensão de Minayo (2010, p.14) que entende a metodologia como “o caminho do pensamento e a prática exercida da abordagem da realidade”. Ainda segundo a autora, tal jornada protagonizada pelo pesquisador inclui simultaneamente três enfoques, “o método, as técnicas e sua experiência pessoal”.

As revisões de literatura produzida bem como as aferições realizadas em eventos importantes dos respectivos objetos de estudo, as comunidades católicas, fornecem bases para a confecção de alguns levantamentos teóricos e estatísticos. Esses passos preliminares são naturais quando se pretende montar hipóteses que poderão ser ratificadas ou negadas na trajetória final da pesquisa.

Assim, para bem apreender determinado fenômeno, exige-se a elaboração de um instrumento criterioso, sistemático e racional que consigam aclarar determinado objeto. Para isso, é preciso ir além do arcabouço teórico e envolver nesse horizonte, outras formas de ação, como o trabalho prático de observação da realidade. Na base dessa trilha exploratória, está a subjetividade o pesquisador, que na acepção de Weber (2001), é quase indissociável da temática a ser estudada, pois o mesmo está inserido em um conjunto social diverso.

Na realização da pesquisa científica, conforme Pires (2008, p.60) “o pesquisador seleciona fatos, escolhe ou define conceitos, interpreta resultados, etc.; em suma, ele constrói, de sua parte, seu objeto tecnicamente e teoricamente”. Assim, é preciso levar em consideração durante seu trajeto, todos os elementos que compõem o campus analítico, para que as inferências que serão provocadas correspondam ao máximo à representação da realidade.

Com isso, compreendemos que o conhecimento científico corresponde às diversas escolhas que são feitas pelo pesquisador, entre elas o senso comum que, não conseguimos apartar das nossas escolhas para representação de um contexto. Pois, a construção científica da realidade pressupõe necessariamente uma deformação da realidade, o que não significa, automaticamente, uma deformação da verdade (PIRES, 2008).

A utilização de métodos como forma de analisar fatos é a operação mais segura em meios às eventualidades do campo científico. Para isso, é necessário que o pesquisador estabeleça critérios a partir do inicial recorte do objeto que ele busca apreender. Some-se a isso a captação de técnicas e instrumentos que serão utilizados com o intuito de alcançar os

objetivos. Deve-se também levar em conta que a pesquisa é sempre um estudo em construção, suscetível às mudanças próprias de um cenário social, Domingues (2005) alarga tais assimilações.

Além do sujeito, todo método pressupõe o objeto e deve ser visto como o caminho que nos conduz a ele em vista de conhecê-lo. E mais: além de um conjunto de passos, procedimentos e etapas, todo método pressupõe a formulação de problemas, a introdução de recortes e a seleção de aspectos atinentes ao objeto a ser conhecido, podendo o foco e o parâmetro serem mais ou menos amplos, a depender da perspectiva e do ponto de vista do observador ou do sujeito. (DOMINGUES, 2005, p. 20)

Assim, subentende-se que as técnicas de percepção de um fenômeno conduzem o estudo. Envolto desse aspecto que atua na construção do saber na ciência, estão a empiria, as deduções e as mudanças naturais no percurso investigativo.

2.1 NATUREZA DA PESQUISA

A nossa proposta de pesquisa é de natureza quantqualitativa por estar situada em duas frentes: o quantitativo, embasado na execução de um questionário misto com os jovens integrantes das comunidades pesquisadas, buscando aferir seu perfil socioeconômico e as formas de disseminação e uso de informação religiosa por intermédio das TIC. Os dados coletados foram expressos por meio da estatística descritiva. Na etapa qualitativa, realizamos três entrevistas semi-abertas, o que nos oportunizou perceber os códigos, idéias, sentimentos e valores que extrapolam as mensagens assimiladas no diálogo proposto.

Nesse sentido, o debate gerado em torno dos métodos de investigação (quantitativo e qualitativo) é observado por Minayo; Sanches (2003), os autores discorrem sobre as utilizações, percebendo de maneira geral que a primeira tem como campo os indicadores e tendências observáveis, já a segunda atua sobre a complexidade dos fenômenos.

Dessa maneira, não há contradição na ótica metodológica entre ambas, apesar da natureza distinta. O uso da pesquisa qualitativa envolve a multiplicidade das perspectivas e de seus agentes, ela faz a pensar as necessidades específicas dos meios socioculturais. Permitindo, de certa maneira reconceituar as problemáticas sociais, a partir das induções a respeito dos hábitos e representações Minayo; Sanches (2003). A quantitativa tem como meta “trazer à luz, dados, indicadores e tendências observáveis Minayo; Sanches” (2003), estabelecidos por técnicas estatísticas na coleta de dados. Essa ferramenta também propicia uma mensuração do objeto determinado.

Considerando que na nossa modalidade de pesquisa o foco não é apenas a quantificação, mas a apreciação dos fenômenos e a conferência de conceitos, a presente investigação é de natureza descritiva, assim compartilhamos com a reflexão de Sampieri, Collado e Lucio (2006, p.100), que aponta como objetivo do pesquisador “descrever situações, acontecimentos e feitos, isto é, dizer como se manifesta determinado fenômeno”.

2.2 CAMPO EMPÍRICO E SUJEITOS DA PESQUISA

O trabalho de campo é uma das mais importantes etapas da pesquisa, pois possibilita uma visão profunda da realidade que originou uma problemática a ser respondida e também, suscita uma interação com os atores integrantes do contexto escolhido para a investigação.

Por esse ângulo, torna-se fundamental ao pesquisador, uma abertura à dinâmica composição conceitual, tendo em vista as especificidades do objeto de estudo. “O pesquisador precisa não ficar preso às surpresas que encontrar e nem tenso por não obter resposta imediata às suas indagações” (MINAYO, 2004, p.62). A autora entende que o campo, na pesquisa qualitativa, como o recorte espacial que diz respeito à abrangência, em termos empíricos, das cessões hipotéticas correspondente ao objeto da investigação.

Ao mesmo tempo em que o trabalho de campo é passível às alterações em seu itinerário, ele não pode acontecer sem pressupostos teóricos que são naturais em um processo de análise que não é imparcial. “(...) o campo da pesquisa social não é transparente e tanto o pesquisador como os seus interlocutores observados interferem no conhecimento da realidade” (MINAYO, 2004, p.63).

Nesse sentido, temos como campo empírico, as três comunidades católicas da cidade de Campina Grande, Paraíba: ‘Obra Nova’, ‘Remidos no Senhor’ e ‘Pio X’. Como sujeitos da pesquisa, delimitamos uma liderança de cada agremiação, responsável pela utilização de ferramentas de tecnologia de informação e comunicação (TIC) na difusão de informação religiosa. Buscamos compreender, a partir de uma entrevista semiestruturada, quais conteúdos religiosos são selecionados e disseminados através das TIC; as dificuldades enfrentadas nessa iniciativa e as motivações que orientaram a comunidade pertencente, a adotar tal artifício.

Cada comunidade designou o responsável para a realização das entrevistas, os incumbidos foram os seguintes: Maurício Alves Lucena (Formado em Comunicação Social pela UEPB, dirigente de mídias da comunidade e diretor do setor juventude da Obra Nova); Ronaldo José de Sousa (Mestre em Sociologia Rural pela UFCG, autor das obras: “Carisma e instituição: relações de poder na Renovação Carismática do Brasil” e “Comunidade e

sociedade em rede”, Formador da Remidos no Senhor) e Gustavo Lucena (Filho do fundador e atual moderador geral da comunidade, PIO X). Os três representantes autorizaram a divulgação de seu nome na pesquisa.

Com o objetivo de captar como as informações religiosas disseminadas são recebidas pelos partícipes da comunidade, foram também argüidos, 20 jovens de cada grupo católico pesquisado, totalizando 60 pessoas. Consideramos a amostra suficiente por duas razões: a representatividade e o caráter quantitativo da pesquisa, que não leva apenas em consideração os indicadores numéricos. Com o intuito de conhecer mais a dinâmica de cada comunidade, destacamos suas principais características enumeradas em seus códigos ou diretrizes internas.

2.2.1 A COMUNIDADE OBRA NOVA

Comunidade de leigos consagrados, fundada em fevereiro de 1991 em Campina Grande-PB, que atua no campo da evangelização, doando a vida a serviço da Igreja. O carisma é ser Cordeiro Imolado, doando a vida sem medida a serviço da Igreja e na Evangelização da humanidade. Busca-se com o carisma, ser uma resposta ao mundo que por tantos motivos perdeu o sentido do que é doar-se. A missão é Consolar o Coração de Jesus, que quer dizer: doar-se em serviço aos mais necessitados, desolados e esquecidos, desenvolvendo a prática do apostolado.

Nesta comunidade, formada por homens e mulheres, casais e celibatários, procura-se viver o chamado tendo como modelo a Trindade Santa, por isso, dentro de uma única Obra vive-se na diversidade das formas de vida. A comunidade Obra Nova é formada pela comunidade de vida, comunidade de aliança e aliança residencial. A comunidade de vida é formada por pessoas que deixaram suas casas para se dedicarem integralmente a serviço da evangelização, pelo resgate e salvação integral do homem. A comunidade de aliança é formada por irmãos que não residem nas casas comunitárias, mas assume de forma consciente tal missão de consolar o Coração de Jesus, evangelizando em seus ambientes de trabalho, de estudo e de lazer, testemunhando o Cristo perante todos aqueles com quem convive.

A comunidade de aliança residencial é uma experiência nova dentro da comunidade, é “um novo dentro do novo”. São irmãos que moram em casas comunitárias, porém continuam em seus empregos e de forma intensa vivem o chamado de ser Obra Nova. O movimento se sustenta por benfeiteiros, através de doações mensais, pelos retiros, shows de evangelização, e

encontros de formação promovidos pela comunidade. Têm-se ainda uma livraria onde se vende artigos religiosos e materiais produzidos pelos próprios membros.

2.2.2 A COMUNIDADE REMIDOS NO SENHOR

É uma comunidade de vida e aliança fundada em 19 de Janeiro de 1991, na cidade de Pombal – Paraíba – Brasil. Atualmente, a sua sede está na cidade de Campina Grande – PB. O carisma da Comunidade Remidos no Senhor foi suscitado pelo Espírito num tempo em que as pessoas vivem com indiferença e até com desprezo em relação a Deus. Um tempo difícil, rutilado por grandes descobertas, fantásticas invenções, mas também por tenebrosas desigualdades. Esse é o campo de atuação da Comunidade, onde ela apresenta os valores do Evangelho, o real prazer e o autêntico sentido da vida, pois só em Deus o ser humano pode saciar sua necessidade de felicidade. A missão da Comunidade é anunciar Jesus como salvador e levar as pessoas a crescerem no conhecimento de Deus e na posse da salvação pessoal, para que, a partir de então, vivam a vida nova revelada no Evangelho e outorgada na cruz.

A Comunidade Remidos no Senhor é chamada a construir a vida nova pela força operante do Espírito. Para tanto, se serve de vários instrumentos. Os trabalhos são bastante variados e constituem meios para a concretização do verdadeiro fim que é testemunhar Jesus Cristo. Para ingressar na Comunidade Remidos no Senhor é necessário conhecer o seu modo de vida, fazendo a experiência do “vinde e vede” (cf. Jo 1,39). O processo vocacional dura dois anos e inclui um período de convivência. A formação inicial se processa em duas etapas subsequentes: postulantado e discipulado. Essas etapas são concluídas normalmente entre três e quatro anos. Após isso, realiza-se a consagração temporária, renovada anualmente por seis vezes, ocasião em que o membro começa a se preparar para a consagração definitiva.

2.2.3 A COMUNIDADE PIO X

A Fraternidade Viver em Cristo (FVC), é forma canônica da Comunidade de São Pio X, é uma associação privada de fiéis no âmbito da Diocese de Campina Grande regida pelo Direito Universal da Igreja, pelos seus Estatutos Gerais legitimamente aprovados pelo Bispo Diocesano. Podem ser membros da Fraternidade Viver em Cristo todos os fiéis que professam a fé católica, apostólica, romana; devidamente admitidos conforme este direito particular. (Art. 6.^º do EGFVC) Os membros devem cultivar a santidade em seus vários estados de vida,

guiados pelo Espírito de Deus, obedecendo a voz do Pai e adorando-o em espírito e em verdade, a exemplo de Cristo, pobre e humilde de coração, que exorta: “sede perfeitos, como vosso Pai celeste é Perfeito” (Mt 5,48). A Fraternidade Viver em Cristo tem como baluarte o papa São Pio X, de cujo lema é Restaurar todas as coisas em Cristo, de modo que, seus membros, mediante o apostolado de ensinar e formar o povo de Deus, e imbuídos de um singular ardor missionário, têm como maior objetivo: Restaurar homens e mulheres, para que possam ser testemunhas de Cristo na sociedade.

A Associação Carismática Católica São Pio X é uma entidade privada de direito civil fundada em 16 de novembro de 1998, com Registro Civil sob n.º 19941, Livro A-05 no Cartório de Registro da cidade de Campina Grande. Tem como objetivo a manutenção e representação civil da ação assistencial, educacional e filantrópica da Comunidade de São Pio X. Além de ser a entidade responsável pela realização do Crescer – O Encontro da Família Católica. assistencial, educacional e filantrópica da Comunidade de São Pio X. Além de ser a entidade responsável pela realização do Crescer – O Encontro da Família Católica.

2.3 INSTRUMENTOS E TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

Tendo como parâmetro a informação como mediadora do conhecimento (BARRETO, 2002), a pesquisa buscou aproximar-se das impressões dos receptores, considerando que a amostra, 20 membros de cada comunidade é suficiente para um retrato mais específico do campo observado. Conquanto, é importante assumir que o tamanho da amostra implicou em diferentes dimensões de leitura de projeções, estatísticas e exatidão, considerando-se os seguintes percentuais (Obra Nova- 40 membros- 50% pesquisados/ Remidos no Senhor – 66 membros- 30,30% respondentes/ Pio X- 103 membros- 19,41% argüidos).

Com a finalidade de alcançar as condutas dos jovens que utilizam as Tecnologias de informação e comunicação (TIC) como meio de acesso aos assuntos dos aludidos grupos religiosos, a técnica adotada foi o *questionário misto*, que nesse trabalho, soma perguntas fechadas (principalmente as voltadas para a formação demográfica) e questões abertas que procura expandir as opiniões. De acordo com Richardson (1999), geralmente os questionários cumprem pelo menos duas funções: descrever as características e medir determinadas variáveis de um grupo social.

Esse método deve primar por duas dimensões: a *concisão* que enquadra as perguntas de forma sucinta e a *privacidade* que permite ao entrevistado, uma maior liberdade para a elaboração das respostas, evitando assim prováveis tensões, como ratificam Marconi, Lakatos

(2010, p.86) “Questionário é um instrumento de coleta construída por uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador”.

Partindo-se desse entendimento, essa pesquisa de natureza descritiva e de base quantitativa, fora realizada nas sedes das três comunidades católicas da cidade de Campina Grande, Paraíba, ‘Obra Nova’, ‘Remidos no Senhor’ e ‘Pio X’.

A aplicação dos questionários mistos ocorreu nos momentos de maior aglomeração nas entidades. Visitamos a Obra Nova em um sábado, onde ocorre tradicionalmente o evento “Cristo Jovem”, no período da noite. A ida a Remidos no Senhor aconteceu no evento “Levanta-te”, no domingo pela manhã. Na Pio X, estivemos em seu Centro de formação em uma terça-feira à noite, momento que ocorre o direcionamento com os membros.

Com os líderes das 03 agremiações pesquisadas, 01 representante para cada uma delas, foi efetuada uma entrevista semiaberta, por ser adequada para a abordagem quantitativa que propomos. “Os dados não são apenas colhidos, mas também resultado da interpretação e reconstrução do pesquisador, em diálogo inteligente e crítico com a realidade” (DUARTE, 2005, p.62-63). Os encontros ocorreram nas respectivas sedes e tiveram uma duração média de 01 hora.

A entrevista possibilitou captar as intenções implícitas das mensagens, porém deve se atentar para as possíveis distorções que prejudicam a essência do que foi transmitido. Para Duarte (2005, p.68) “a amostra em entrevistas em profundidade não tem significado visual, ligando à capacidade que as fontes possuem para informar de modo relevante”.

Ainda segundo Duarte (2005), a modalidade de entrevista adotada, semi-aberta, parte do roteiro base, mas considera o exercício dialógico do processo de interlocução. Assim, a perspectiva relacional e interpretativa perpassa qualquer intenção de pesquisa científica, visto que nenhum objeto é dado, mas é construído pelos observadores, numa trajetória que atravessa todas as etapas, desde a formulação da problemática até os procedimentos de análise de dados, momento que se respalda no arcabouço teórico.

2.4 MÉTODO DE ANÁLISE DE DADOS:

Para análise dos dados lançamos mão da técnica de categorização do método da Análise de Conteúdo (AC). Segundo Bardin (2011), a definição de AC surge no final dos anos 40-50, com Berelson, auxiliado por Lazarsfeld, afirmando que se trata de uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação (BARDIN, 2011).

Destaque-se também, a intenção da Análise de conteúdo em sua sistemática de deduções, hipóteses e os indicadores descritivos e dedutivos, ou seja, aquilo que se pode absorver de imediato e os pressupostos que se interligam nas entrelinhas.

A inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não). (...) Se a descrição (a enumeração das características do texto, resumida após tratamento) é a primeira etapa necessária e se a interpretação (a significação concedida a estas características) é a última fase, a inferência é o procedimento intermediário que vem permitir a passagem explícita e controlada de uma à outra. (BARDIN, 1977, p.42).

A Análise de conteúdo (AC) como conjunto de técnicas se vale da comunicação como ponto de partida, “é apropriada para medir a legibilidade de um texto ou comunicação e, analisar as questões relacionadas com atitudes, interesses e valores culturais de um grupo” (BATISTA; CUNHA, 2007, p.181). Ela sempre parte da mensagem e tem por finalidade a produção de inferências sobre as informações coletadas.

Nesse contexto, para o campo da Ciência da Informação, o método mostra-se oportuno, pois o ato de inferir significa realizar uma operação lógica, pela qual se admite uma proposição dos temas em virtude de sua ligação com outras proposições já aceitas como verdadeiras (DUARTE; BARROS, 2011).

Producir inferências sobre o texto objetivo é, desse modo, a razão de ser da Análise de Conteúdo; fato que confere ao método relevância teórica, permitindo a comparação entre informações descritivas, conforme mencionamos nos objetivos específicos deste projeto. Utilizamos as técnicas de categorização com a finalidade de melhor sistematizar e organizar as tecnologias de difusão de conteúdo religioso e as informações que são propagadas nessas plataformas.

Tendo como aporte teórico, a revisão de literatura elaborada, foram descritos e elegidos os resultados que permeiam as entrevistas semi-abertas com os líderes e os questionários-mistas com os jovens das comunidades católicas estudadas. Nessa lógica, apreciamos, isolamos e identificamos os dados que envolvem os seqüentes parâmetros:

Na entrevista com os líderes, classificamos:As TIC adotadas na disseminação e uso da informação religiosa; os conteúdos das mensagens distribuídas e os desafios nessas investidas midiáticas por parte dos responsáveis.No questionário com os jovens, objetivamos compreender o seu perfil socioeconômico e sua acolhida ao expediente midiático religioso de transmissão de conteúdos, pautados na dimensão de utilidade e compartilhamento.

3 DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO NO CONTEXTO DE MIDIATIZAÇÃO DA SOCIEDADE

A revolução que se vivencia a partir do prolongamento das fronteiras (virtuais) provocam profundas análises sobre a relação do homem com os aparatos tecnológicos. Quais rearranjos subjetivos são provocados nessas dependência? Em que se fundamentam seus limites e pontes de colaboração? Quais perspectivas podem ser visualizadas a partir da atual convergência midiática?

É notório que a lógica da *agir infocomunicacional* também gera transformações, seja nas redimensões que são dadas a determinado suporte técnico ou nas novas condutas de socialização. Essa ocorrência faz-se presente, porque o sujeito (espectador) inverteu o processo, assim passou-se de um veículo com uma sistematização horizontal para a forma de múltiplos canais.

Nesse intuito, já não se pode ignorar as reações que são oriundas de uma *cultura de convergência*⁷, em que segundo Jenkins (2008) há o desenvolvimento de um novo arquétipo cultural, devido aos novos modos de consumo e da produção ascendente principalmente na esfera do entretenimento. Tais teses são firmadas na convergência dos meios de comunicação, na cultura participativa e na inteligência coletiva.

Para Fragoso (2005, p. 17), o cruzamento das mídias com a preponderância da ação do usuário divide-se nas seguintes etapas, “a convergência (1) dos modos de codificação; (2) dos tipos de suporte e (3) dos modos de distribuição dos produtos midiáticos”.

Em vista desses conceitos que orbitam em torno das TIC, é útil sublinhar que as atividades interativas proporcionadas pelo ciberespaço apenas abriram um novo leque de ações e não necessariamente anularam o trato com os dispositivos analógicos. O simples ato de gerenciar contas via celular, cada vez mais comum em uma sociedade mediada pela *velocidade do real*, não significa que instituições devam modificar por completo sua estrutura ou seus parâmetros, ao contrário, o que é fundamental é a reavaliação de suas funções com a intenção de atender as novas demandas.

A homogeneidade vai se perdendo à medida que as inter-relações criadas vão ganhando contornos cada vez maiores. A subjetividade também se constrói na interlocução complexa com o meio e através das imersões simbólicas. “Todo o pensamento decorre de

⁷ Termo desenvolvido pelo Professor Henry Jenkins em sua obra homônima de 2008.

nossa intermediação e trocas entre diversos elementos heterogêneos: a coletividade de objetos, natureza, homem, novas tecnologias, cultura e sociedade” (PINHO, 2008, p.07).

Essas questões permitem entender como se alinha a esfera da confluência midiática, que soube direcionar uma nova agenda macro-comunicacional, que estabelece novas composições na produção/consumo e vai muito além de uma simples fusão entre meios, já que instâncias de valores e significados replicam-se simultaneamente, como reafirma Jenkins (2008).

Fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de experiência de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando (JENKINS, 2008, p.27).

Contudo, é essencial salientar também outro olhar a respeito dessa intensa produção de conteúdos na contemporaneidade. Para isso, trazemos a provocação de Asszman (2001, p.09), que frisa “a mera disponibilização crescente da informação não basta para caracterizar a sociedade da informação”. Assim, a quantidade excessiva de dados expostos via web torna o exercício do filtro de relevância ainda mais pertinente. A ineficiência desse atributo, que faz com que as pessoas não enxerguem informação, nem tão pouco conhecimento no excesso de dados ofertados, é consequência de uma “ansiedade de informação” que segundo Wurman (1991, p.38), “é o resultado da distância cada vez maior entre o que compreendemos e o que achamos que deveríamos compreender”.

3.1 O FENÔMENO DA MIDIATIZAÇÃO NA COMPLEXA MODERNIDADE

As manifestações de alegria dos participantes dos eventos “Crescer⁸”, “Acampom⁹” e “Enchei-vos¹⁰” em pleno domingo de carnaval, difundidos pelas redes sociais, contrastam com a percepção dos que consideram o feriado como mera opção para uma curtição desenfreada ou para passeios turísticos. Em cada momento partilhado por intermédio das

⁸ Retiro religioso aberto realizado pela Comunidade Católica Pio X, durante o período de carnaval na cidade de Campina Grande. É considerado o maior evento católico da cidade.

⁹ Retiro religioso fechado realizado pela Comunidade Obra Nova, durante o período de carnaval na cidade de Lagoa Seca.

¹⁰ Retiro religioso aberto realizado pela Comunidade Remidos no Senhor, durante o período de carnaval na cidade de Campina Grande.

Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), um indicativo de oração, convite e bônus espirituais.

Os exemplos citados não causam estranheza na sociedade contemporânea. Pode ecoar contraditória a idéia de que a reafirmação da prática religiosa através de massivas concentrações vai ao encontro de uma meio social caracterizado pela difusão da razão científica, do sujeito fragmentado e da diversidade de pertenças. “Tudo concorre para a identificação da vida moderna, ao império do nano-seconde, ao culto do descartável, ao frenesi da obsolescência” (CHESNEAUX, 1989, p.23).

Muito além de entender como se constitui essa lógica de “reencantamento do mundo”¹¹, é interessante ressaltar a importância dos dispositivos de informação, como instrumento que fomenta a interconexão e o *compartilhar* de um mesmo espaço. Os eventos lembrados no início dessa discussão aludem a perspectiva de uma “telepresença a distância” (VIRILIO, 1993), já que a partir de um ponto de referência, novos ambientes são criados em que trocas simbólicas são realizadas. “Hoje se coloca, portanto, a problemática da amplitude residual da extensão do mundo, diante da superpotência dos meios de comunicação e telecomunicação” (VIRILIO, 1993, p.107).

Dessa forma, cabem ao *homem pós-moderno*, não só as benesses da globalização, mas os limites que marcam os conflitos de interesse, levando em consideração a discussão de Santos, J. F. (1986, p. 20) ao inaugurar simbolicamente a pós-modernidade com a bomba atômica despejada pelos americanos em Hiroshima, Japão, no dia 06 de agosto de 1945.

Os valores e verdades absolutas que serviam como alicerce e que formavam o status quo, que somados aos arranjos legais e doutrinais, garantiam a estabilidade e as garantias institucionalizadas, são agora relativizados. Como bem cita Santos, J. F. (1986, p.91), “a massa pós-moderna, no entanto, é consumista, classe média, flexível nas idéias e nos costumes”.

A idéia da globalização e toda a sua pujança que vislumbra a formação de uma aldeia global (MCLUHAN, 1962) que integre ideologias e vivências diferentes em uma só realidade, fomenta a concepção do *viva e compartilhe* (conceito de sociedade do espetáculo, em que o que é privado é cada vez mais publicizado) e engendra a formação de um sujeito fragmentado, já que na pluralidade, há uma tendência a destituição das raízes que o constituem.

¹¹ Max Weber, em sua obra Economia e sociedade, realiza a seguinte reflexão: o homem moderno não deixaria de ser religioso, mas perderia sua magia. Nesse sentido, ele não conviveria apenas com o mistério que circula as questões do sagrado, mas, procuraria repostas mais racionais e embasamento científico para os fatos, numa definição weberiana de “desencantamento do mundo”. O retrocesso desse fenômeno é chamado de “reencantamento do mundo”.

A sociedade pós-industrial tem como meta não só a produção de bens industriais, ela redirecionou suas posições à informação e ao consumo. Como dito anteriormente, os parâmetros e normas sociais não são mais hegemônicas, e agora, rivalizam com os novos conceitos de identidade, que conforme Hall (2004, p. 25) são resultados das “transformações associadas à modernidade libertaram o indivíduo de seus apoios estáveis nas tradições e nas estruturas”

O progresso oriundo da interdependência entre as nações, o intercâmbio cultural, as remodelações da arte e a própria consciência existencial foram redefinidos com a influência da tecnologia no cotidiano e de uma maior heterogeneidade social. Se o cidadão pós-moderno, é global e está concatenado com tudo o que acontece a sua volta (idéia de divíduo) e absorve informação (artificialmente? Conhecimento?), isso simboliza que estar envolvido nesse contexto, não significa automaticamente estar em uma casta civilizatória.

Segundo Santos, J. F. (1986, p.08), o movimento “se alastrou hoje na moda, no cinema, na música e no cotidiano programado pela tecnociência”. Nessa esfera ela é potencializada, e nada mais associativa a essa idéia do que a percepção: ser pós-moderno é estar inserido tecnologicamente.

O ambiente pós-moderno significa basicamente isso: entre nós e o mundo estão os meios tecnológicos de comunicação, ou seja, de simulação. Eles não nos informam sobre o mundo; eles o refazem a sua maneira, hiper-realizam o mundo, transformando-o num espetáculo (SANTOS, 1986, p.12).

A fim de dilatar essas reflexões sobre a modernidade, trazemos as leituras de Giddens (1991) e Lipovetsky (2007) a respeito do atual contexto. Conforme Giddens (1991), o que se experimenta no convívio das pessoas é uma espécie de *Modernidade tardia*, que conta com as seguintes peculiaridades: ruptura da tradição, o confronto ideológico e a valorização da racionalidade a partir da sistematização do pensamento.

Lipovetsky (2007) indica o fim da pós-modernidade e o início da *hipermodernidade*. De acordo com o filósofo francês, há uma “pulverização das idéias” e “desorientação institucional” ocasionados pela perda das referências tradicionais. Na multiplicidade de instâncias, há uma natural fluidez e decadência do espírito coletivo, enquanto que cresce o consumismo e o delírio por bem-estar. Esses princípios são permeados pela intensa carga de informações que são produzidas.

Sem embargo, se a transgressão, o hedonismo e a cultura do relativismo estão presentes nas relações interpessoais e nos modos de vida, ao mesmo tempo em que tal discurso ganha notoriedade e impulsiona o surgimento de pequenos grupos de pertencimento,

há também na contramão desse itinerário um ressurgimento de posturas que para muitos havia sido ignorada pela nova lógica do interior do social.

Sob essa ótica, a Igreja Católica também almeja através das ferramentas informacionais, uma ratificação de sua essência evangélica, buscando fazer um contraponto ao discurso que é inerente ao tempo presente, pós-moderno, chamado por seus líderes de ‘secular’¹².

O pós contém um *des-* um princípio esvaziador, diluidor. O pós-modernismo desenche, desfaz princípios, regras, valores, práticas, realidades. A *des-referencialização* do real e a *des-substancialização* do sujeito, motivadas pela saturação do cotidiano pelos signos, foram os primeiros exemplos. (VIRILIO, 1993, p.18)

Dessa forma, se há uma pregação pelo sexo livre e pela busca do prazer; do outro há uma insurgência a favor de valores como o matrimônio e a família; se associações pregam o empreendedorismo e a corrente neoliberal como forma de destravar o crescimento; pessoas se mobilizam a favor do protecionismo estatal e de sua indução na economia, ou seja, a pós-modernidade é também definida como uma área de conflitos.

Nessa perspectiva, a iniciativa de constituir um grau de proximidade a partir da divulgação de conteúdo religioso pelas TIC é referendada pela compreensão dos líderes religiosos, que a experiência de fé alcance o seu ápice na comunhão com os demais integrantes da mesma crença, apontada como fundamental pelo clero, “reunindo os homens em torno de seu filho, Jesus Cristo. Esta reunião é a Igreja, que é na terra o germe e o começo do Reino de Deus” (CNBB, 2003, p.43).

Por esse ângulo, a Renovação Carismática Católica (RCC), existente no Brasil há mais de trinta anos, de onde se origina as comunidades católicas investigadas, foi a organização mais eficaz da Igreja no sentido de reanimar as comunidades paroquiais a partir de uma inserção maciça nos meios de comunicação. O seu sucesso é uma resposta à necessidade de mudanças eclesiás e espirituais, considerando-se a ascensão das Igrejas Protestantes.

Para a Igreja tradicional, sobretudo a Igreja do Vaticano, que não tinha um projeto eficaz de prática religiosa à altura das necessidades populares então atendidas por outras religiões que prosperavam de modo inusitado, a RCC passou a ser vista como um braço muito operante, a arma procurada para defender e reconquistar os territórios perdidos para pentecostais, afro-brasileiros, religiões orientais, crenças de new age e outras ameaças menores. Apesar das inovações, que poderia até desfigurar o velho catolicismo, a RCC mostrou que podia trazer de volta uma população de católicos que passeava entre as várias opções do mercado religioso. Mostrou

¹²Segundo o Dicionário Aurélio, Secular é aquilo que não é religioso ou não é relativo à igreja.

que podia de novo encher as igrejas, e encher as igrejas com muito fervor e devoção (PRANDI, 1998, p.53).

Nessa seara, remetemos ao conceito de Mediação em Jacks (1999, p.48), por percebermos que o fiel tem sua condição religiosa (re) afetada, “conjunto de elementos que intervêm na estruturação, organização e reorganização da percepção da realidade em que está inserido o receptor”.

A mediação dirige o processo infocomunicacional entrelaçado na cultura e pelos transcurtos sociais, no qual participam sujeitos envoltos de particularismos ou concepções estabelecidas. Sob essa ótica, é possível depreender que o ponto de referência firmado entre duas partes a partir de uma mensagem enviada, não chega ao receptor com as intencionalidades iniciais da emissão, pois opera nesse jogo de acepções, o contexto.

À luz dessa reflexão, o fenômeno da midiatização contemporânea, ancorada na convergência dos meios, define-sede ordem técnico-discursiva e redesenha os elos sociais, convertendo-se num conjunto de meios de vinculação propícios para as diferentes estratégias enunciativas.

A midiatização afeta o campo religioso à medida que as lógicas desse processo se sobrepõem aos paradigmas religiosos tornando a propagação da fé mais um produto a ser consumido pela sociedade, tal como rege o agendamento midiático em suas tentativas de influenciar a esfera social.

Nesse novo ambiente, as práticas religiosas dependem, a cada dia, das injunções tecno-comunicacionais, reorganizando as estruturas sócio-simbólicas da cultura e promovendo uma dinâmica específica que conduz os veículos de comunicação a ceder espaços para a polifonia de diversas crenças. Trata-se de um fenômeno que delineia e opera discursos para além de preces e mensagens.

Em meio ao sincretismo e ao passo que as religiões institucionalizadas, no seu conjunto estão perdendo seguidores e, sobretudo ameaçando a hegemonia católica, avança-se a intervenção midiática no campo religioso, buscando mobilizar adeptos de diversos credos através das programações mais sedutoras que informativas, conforme prega o credo do *bios midiático* (SODRÉ, 2009). Nessa ambência, a informação integra um conjunto de significados que corroboram para a sua constância, articulando com o sujeito uma pêndula correlação, onde se aditam o capital e a técnica digital.

3.2 AS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Um das principais características da atualidade é a intensa utilização de Tecnologias de Comunicação e Informação (TIC), como forma de possibilitar um maior acesso às informações e à comunicação instantânea. “As novas tecnologias da informação, que aceleram as mudanças em nossas sociedades, forçam a humanidade a adaptar-se às novas relações no espaço e no tempo” (CEBRIAN, 1999, P.08-09).

Essa esfera, permeado por um discurso integrador, também é sinônimo de virtualidade, em que uma extensa trama codificada engendra reflexões sobre os mecanismos que são mobilizados e que viabilizam um entendimento do usuário, que em Guinchat; Menou (1994, p.482), “é o elemento fundamental de todos os sistemas de informação”.

É razoável pensar que a multiplicação de máquinas informacionais afeta e afetaria a circulação dos conhecimentos, do mesmo modo que o desenvolvimento dos meios de circulação dos homens (transportes), dos sons e, em seguida, das imagens (Mídia) o fez. (LYOTARD, 2002, p.04).

É inerente à linguagem da web 2.0, a utilização do hipertexto, que soma dois atributos que contrapõe ao estilo tradicional, que é a não linearidade e a ausência de hierarquia, já que há uma imediatez sintomática a cada nova janela aberta, ocasionando à formação de novos pólos de difusão. Essa grande rede semântica (LÉVY, 1993), estabelece um novo grau de interpretações e interlocuções virtuais.

Tecnicamente, um hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou partes de gráficos, seqüências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos. Os itens de informação não são ligados linearmente, como em uma corda com nós, mas cada um deles, ou a maioria, estende suas conexões em estrela, de modo reticular. Navegar em um hipertexto significa portanto desenhar um percurso em uma rede que pode ser tão complicada quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira. (LÉVY, 1993, p.33).

Nessa condição, convém discorrer a respeito da hipermídia, que concatena diversas plataformas digitais e permite o acesso simultâneo a textos, imagens, vídeos e sons. Ela amplia as possibilidades do hipertexto, tendo em sua essência, a interatividade.

A hipermídia é um desenvolvimento do hipertexto, designando a narrativa com alto grau de interconexão, a informação vinculada (...) pense na hipermídia como uma coletânea de mensagens elásticas que podem ser esticadas ou encolhidas de acordo com as ações do leitor. As idéias podem ser abertas ou analisadas com múltiplos níveis de detalhamento. (NEGROPONTE, 1995, p. 66).

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) também possibilitam um *alargamento signico* por meio de articulações que somam assincronia, portabilidade e mobilidade. Nesse sentido, o lugar mais representativo desse contexto marcado pela instantaneidade, é o ciberespaço. Esse âmbito é permeado pela virtualidade. Porém, o que é virtual?

Segundo Lévy (1999, p.47) é virtual toda “entidade ‘desterritorializada’, capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados, sem contudo estar ela mesma presa a um lugar ou tempo em particular”. Por muito tempo, presumiu-se que o *virtual* e a *realidade* seriam excludentes, ou seja, não poderia existir de forma simultânea. Lévy amplia essas concepções ao expor que o que não pode existir nesse extrato é a *atualidade*¹³.

À luz dessa compreensão do filósofo francês, é possível trilhar pelo debates propostos por Weissberg (1993, p.118) “significa redefinir completamente as noções de imagem, de objeto, de espaço perceptivo”. O virtual potencializa as ações do indivíduo, sendo ela capaz de redesenhar a dinâmica informativa, agora transmídia¹⁴. Porém, continua Weissberg (1993, p.119) ela é “uma dimensão do real, não votado simplesmente a substituí-lo”.

As análises dos dois autores supracitados são instigantes pelo fato de serem produções de 1993. Daí, a importância de estabelecer pontes com um teórico contemporâneo como Pierre Lévy. Tanto em Weissberg (1993) quanto também em Quéau (1993), há profundos estudos voltados especialmente para as questões da linguagem, do lugar e da imagem. Assim, pode-se perceber que muito de suas concepções coadunam-se com os atuais discursos e práticas de representação.

Essas questões imergem nas chamadas *comunidades virtuais*, como evidencia Quéau (1993, p. 95) em seus relatos, que dão luzes a toda complexidade que envolve o virtual e o intercâmbio de conteúdos que se desdobra em cada compartilhamento. Tais agrupamentos englobam um verdadeiro espaço democrático, marcada pela participação ativa e voluntária, em ritmo de expansão de uma linguagem coletiva, “que a elasticidade da internet a torna particularmente suscetível a intensificar as tendências contraditórias presentes em nosso mundo” (CASTELLS, 2003, p.11).

¹³ Segundo Pierre Lévy em sua obra “Cibercultura” (1999, p.47l), o virtual encontra-se antes da concretização efetiva ou formal (a árvore está virtualmente presente no grão (...). “Se a produção da árvore está na essência do grão, então a virtualidade da árvore é bastante real, sem que seja, ainda, atua”.

¹⁴ Canal comunicativo que se desenvolve em diversas ferramentas informacionais, gerando uma convergência narrativa (JENKINS, 2008).

Discutir esse tema não se resume estabelecer uma divisão entre *apocalípticos* e *integrados*, Segundo Pierre Lévy em sua obra “o que é o virtual” (1997), haveria duas espécies de analistas desse novo contexto da cibercultura: os apocalípticos (que temem uma desrealização geral) e os integrados (que vêem nas últimas mudanças, uma panacéia para os males do mundo).

Essa reflexão desencadeia rupturas e quebra velhos paradigmas, mas introduzir perguntas norteadoras nesse estágio de alteração do imaginário. Qual o papel do sujeito nessas experiências que reposicionam o tempo/espacoe coletivo? Essa nova dinâmica multidirecional, tem como característica, a interação maciça de todos os agentes integrantes da rede, que passam por uma perspectiva passiva para ativa, como bem lembra Weissberg (2004, p.123), “fazer de cada ator tanto um receptor quanto um emissor”.

A dialógica nômade, marcada pelas conexões descentralizadas e reproduzíveis, torna o ambiente digital um campo vasto para se instituir uma reprodução de informações religiosas. A compreensão original é que o acesso e a instantaneidade contribuem para a criação de um ‘laço virtual’, marcado por experiências em comum, pelos vínculos sociais e pelas expectativas de vida semelhantes.

As mudanças que se vivenciam nas variadas gamas de comunicação e do acesso instantâneo a várias plataformas suscitam profundas análises sobre as imediatas ressignificações provocadas no acesso à rede, seja nos seus limites ou nas teias de colaboração catapultadas pelo sistema.

Dessa forma, não se podem ignorar as reações que são oriundas da convergência midiática, que sob a égide do ciberespaço, é envolvida numa ausência de ‘fixação’. Para Weissberg (2004, p.121), “a rede não dissolveria, portanto, a noção de lugar, mas a retrabalharia, misturando unipresença física e pluripresença mediatizada”.

Ainda sobre as considerações feitas em seu artigo, “Paradoxos da Teleinformática”, Weissberg (2004, p.116) chama a atenção para o desenrolar cultural ocasionado pela formação de um novo panorama cultural (aqui se incluem aspectos relacionais, ideológicos e de comportamento) suscitado pelas tecnologias. O teórico fomenta a seguinte discussão: “1. As redes: um desaparecimento dos vínculos territoriais?; 2. Internet: o desvanecimento dos intermediários no espaço público? 3. O regime temporal das teletecnologias: aceleração e retardamento”.

A informação não gera automaticamente o conhecimento. Na sociedade contemporânea, a percepção é uníssona: todos são diariamente bombardeados por notícias e informes. Barreto (2005, p.121) destaca “que o conhecimento é produzido a partir de análises,

de interpretação de dados, o que pressupõe a reflexão”. A hermenêutica pós-moderna também se fundamenta nos princípios da conexão, o que geram cada vez mais indivíduos deslocados e com as suas pertenças cada vez mais diluídas pela rapidez dos acontecimentos, que suprimem os estágios que outrora eram pré-definidos até o século XX.

4 O CONCEITO DE INFORMAÇÃO E A INFORMAÇÃO DE NATUREZA RELIGIOSA

No nosso entendimento, a informação, enquanto elemento valorativo, busca por significação. Ela se mantém estática até ser decodificada, após isso ocorre um processo de circulação e apropriação, decorrentes da influência dos fatores externos ao individuo e também de sua compreensão de mundo. Assim, nesse fluxo informacional, percebe-se a inter-relação entre o contexto e a subjetividade, caracterizada por instâncias representativas sociais e culturais.

Rodrigues (1999, p.27) discorre sobre a informação enquanto fator de imprevisibilidade e como via de mão única, pois “pertence à esfera da transmissão, entre um destinador e um ou mais destinatários, de dados, de acontecimentos ou de conhecimentos”. A transversalidade dos dados dificulta o controle, segundo o autor.

Conduzidos por essa reflexão, é importante sublinhar o critério de seleção, que pode ser sistematizada na prevalência do acesso sobre a qualidade. Circundado nesse aspecto, surge à concepção de que a mensuração do dado nem sempre se desdobra em utilidade. Smit (2009, p.59) vai além ao descrever o direcionamento operacionalizado nos eixos de transferência, (pautada por conceitos sociológicos e psicológicos) e o acesso (conduzido pela tecnologia, linguagem e organização). Configurados nessa direção, estão os pressupostos que se inserem em um determinado *canal de intenções* e que articula estímulos e semantizações.

Não obstante, o dado ‘predisposto à interpretação’, capturado em uma combinação de análise, fruição e ação garante todas as prerrogativas à sua usabilidade. Araújo (1992, p.46) enfatiza o chamado “caráter duplo da informação”, “matéria prima e produto, porque ela é utilizada em todos os momentos do processo de produção e disseminação do conhecimento”.

Essa visão defendida pela autora reafirma a perspectiva de Barreto (2013, p.134) que visualiza a informação a partir de uma “estrutura significante com competência e ação para gerar conhecimento”. Esse conceito exige novos olhares e compreensão quando nos deparamos com a evidente potencialidade dos espaços eletrônicos em tempos de realinhamento espacial e cronológico.

Na era da sociedade em rede (CASTELLS, 2005), os debates que perpassam o campo científico, centralizam-se não somente nas questões que envolvem o estoque, o suporte, o registro, a seleção, a organização e a distribuição de conteúdos. Há o entendimento de que com a mudança no regime de comunicação, antes delimitado a uma linearidade enunciativa,

(demarcada por pontos de referência e linguagem hierarquizada), há agora uma espécie de reprodução e automação que reelaboram os mecanismos de apreensão da mensagem.

Barreto (2013, p.137)ressalta a agregação de diversos entes da dinâmica informacional em um mesmo espaço, “estoque, transferência e convívio com os receptores”. Uma peculiaridade cada vez mais presente e que se desenvolve com maior densidade e rapidez no ciberespaço.

Na base desse cruzamento de sentidos que se acumulam e se amplificam num ritmo exponencial, estão os atributos da simultaneidade e da colaboração em redes. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) abarcam essas demandas e as conduzem a partir das mediações.

A articulação desses procedimentos está ancorada no conceito de TIC, que na visão de Coelho (1986), embora diferentes, são interligados a partir dos seguintes domínios: “(a) armazenamento e pesquisa de informação realizados pelo computador; (b) o controle e automatização de máquinas, ferramentas e processos, incluindo, em particular, a robótica; e (c) a comunicação, nomeadamente a transmissão e circulação da informação”.

As especificidades do sistema, com sua vasta gama de ligações hipertextuais e afetações sensoriais auxiliam na construção de sentidos. O protagonismo do emissor proporciona realidades técnico-simbólicas que altera a maneira de como a informação é processada, levando em conta as transformações ocorridas na computação que visou atender às necessidades do usuário. Nesse intuito, se antes visto como um simples agente, limitado a captar o que lhe era exposto, hoje ele o usuário é o produtor, é o que difunde, o que escolhe e segmenta o que lhe parece apropriado. Na web, ele é o que interage, talvez essa seja a mais apropriada das definições na atual esfera midiática.

Os modos de se *captar/traduzir/elucidar* a informação deriva também de sua condição, como bem lembra Le Coadic (2004, p.04), ao sedimentá-la em “conhecimento inscrito (registrado), em forma escrita (impressa ou digital), oral ou audiovisual, em um suporte”. Ainda segundo Le Coadic, o que também deve ser posto como artifício para apreensão, é a arquitetura do artefato, como bem levantado nas discussões anteriores, as TIC reformulam o status da disseminação e uso conteudístico.

Com o objetivo de conceber uma tessitura conceitual ainda mais abrangente e justaposta, é salutar que voltemos ao cerne da Ciência da Informação e instauremos considerações sobre seu campo interdisciplinar nas Ciências Sociais. É o que se denomina entre os cientistas da área como ‘expansão das fronteiras’, devido a definição polissêmica da informação. Convém aludir-se a Saracevic (1999) e sua metáfora sócio-geográfica a pretexto

da constituição da CI, ao compará-la como o mapa da Austrália. Segundo a autora, o campo é recheado em seus limítrofes e disperso em seu interior.

Diferentes perspectivas teóricas contribuem para verdadeiras bifurcações em seu estatuto epistemológico, já que o objeto de estudo é bastante vasto. “a informação é um fenômeno tão amplo que abrange todos os aspectos da vida em sociedade, pode ser abordado por diversas óticas, seja a comunicacional, a filosófica, a semiológica, a sociológica, a pragmática e outras” (OLIVEIRA, 2005, p. 19-20).

Na comunicação, a informação é associado a um fato ou notícia; na filosofia, pode ser apreendida como base para a busca da sabedoria; enquanto que na sociologia, ela tem papel preponderante na investigação dos fenômenos em determinados grupos. Todas essas demandas exemplificadas promovem o que González de Gómez (2001, p.05) concebe como um “pluralismo metodológico” da CI.

Acerca disso, Rawski (1973, p.11) direciona as suas atenções ao que denomina de “conhecimento compartilhado em direção a um problema comum”, assim as múltiplas abordagens que se somam ao trâmite científico, são percebidas como uma forma de intercâmbio, mais eficiente de chegar-se a solução de determinada problemática inquirida. Pombo (2003) enxerga esse assunto como um ‘continuum’, que em sua ótica parte dos seguintes ângulos mais ou menos equivalentes: coordenação (pluridisciplinaridade), passa pela combinação (interdisciplinaridade) e chega à fusão (transdisciplinaridade).

Em suma, a pluridisciplinaridade recruta várias disciplinas na avaliação de determinado objeto, ela ocorre concatenadamente visando um fim específico, porém envolvido em uma série de contribuições de outras searas científicas. No que diz respeito a interdisciplinaridade, Saracevic (1996, p.47), parte da premissa de que “problemas complexos são tratados de várias formas em muitos campos”.

Apesar disso, tal preceito não invalida, frise-se, a indispensável consolidação epistemológica. A transdisciplinaridade percorre entre e por intermédio das disciplinas. Ela busca ir além do que é formulado, sem se descompor ao seu objetivo.

À luz dos levantamentos expostos, chegamos ao seguinte conclusão sobre 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.

Diante de tais evidências e em consonância com o papel desempenhado pelas TIC, a disseminação de informação por sistemas eletrônicos produz fluxos de competência (produto informacional que atenda às demandas do usuário) que quando bem definido, organizado e representado, gera conhecimento e inteligência, como bem raciocinam Tarapanoff, Araujo Junior e Cormier (2000, p. 91), “a informação dispersa não constitui inteligência”.

Nesse ponto de vista, é relevante trazer considerações sobre a religião, cujo enfoque informacional através das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), é o instrumento de análise desse trabalho.

Para Alves (2005) o pensamento humano almeja respostas à vida cotidiana e vê nos símbolos e nas práticas ritualísticas que evocam o sagrado, uma forma de estabelecer um diálogo com as divindades. “A religião nos apresenta como certo tipo de fala, um discurso, uma rede de símbolos (ALVES, 2005, p. 24). Na origem dessa busca incessante está a necessidade de dar um sentido à existência, o que origina também a probabilidade de experimentar diferentes rituais, tendo em conta que o sobrenatural, aquilo que não pode ser explicado racionalmente, atrai a atenção, “o sagrado se instaura graças ao poder do invisível” (ALVES, 2005, p.26).

Inserindo tal discussão no contexto brasileiro, as leituras e investigações até então realizadas apontam um processo de pluralização religiosa, provocado pela sedimentação, superposição, acumulação e reelaboração de tradições religiosas as mais diversas, como as de origem portuguesa, indígena, africana e, tempos depois, europeia e asiática. Como consequência, observamos no momento contemporâneo a quebra do monopólio simbólico mantido até então pelo catolicismo, aliada à incidência de matrizes protestantes que avançam Brasil afora (GUERRIERO, 2003).

Sob esse horizonte, fazer com que o discurso de caráter religioso transcenda os púlpitos e chegue a outras audiências tem sido uma tática motivada por setores da Igreja Católica. Desse modo, traçamos um quadro que raciocina a respeito da informação de matriz religiosa, tendo como parâmetro a acepção construída por Santos (2014).

A informação registrada em suporte (tradicional ou digital), que tem seu significado apreendido por sujeitos que compõem o grupo religioso que comunga de uma linguagem própria, que pode produzir conhecimento a respeito das tradições, normas e confissões de fé típica da instituição que a gera ou apenas a dissemina em seus canais de comunicação (SANTOS, 2014, p. 50)

À vista disso, 04 aspectos do conceito acima merecem determinadas considerações. Inicialmente a *forma de registro*. As recepções à informação religiosa comunicada nos

diferentes veículos reúnem públicos diferenciados, gerando modos de apreensão de significados distintos. O programa religioso do rádio atende às necessidades de uma dona de casa que precisa cuidar do seu lar, porém não se olvida de vivificar sua pertença doutrinal, atentando-se para os direcionamentos do líder; a televisão com seus artifícios de imagens e cenarização consegue capturar um foco maior dos membros; o jornal informativo entregue na igreja, no ônibus ou às ruas, viabilizam uma repercussão fragmentada e de pouco fôlego, enquanto que a internet por intermédio da interatividade desencadeia uma participação de maior longo prazo e respostas imediatas.

O segundo ponto é a *linguagem própria*, fruto de um elo com uma coletividade que partilha saberes, valores e protocolos. É esse sentimento de vinculação que concebe o entendimento de seu *conteúdo*, terceiro aspecto. Saliente-se a indispensabilidade quanto ao entendimento do arcabouço institucional, suporte para a caracterização da chamada fidelidade religiosa. Por último, o item *lançamento* das informações, seus métodos e meios, é razão preponderante pra garantir o êxito funcional da denominação religiosa, a consistência do vínculo dos fiéis já estabelecidos e o arrebanhamento de novos componentes.

5 DISCUSSÕES SOBRE COMUNIDADE, JUVENTUDE E RELIGIOSIDADE JUVENIL

A informação religiosa circulante via TIC, no âmbito dos grupos católicos registrados, merece ser processada e descrita sob dois ângulos conceituais que as fundamentam e são indissociáveis nas relações estabelecidas no mundo contemporâneo, apesar de suas transitoriedades e assimetrias: *juventude e comunidade*.

O termo juventude é tão complexo que a sua expressão no singular não abarca a sua totalidade. Para além de uma definição etária, entre 15 e 29 anos, segundo a Política Nacional de Juventude, envolve-se nesse espectro “os diferentes interesses e formas de inserção na comunidade (situação socioeconômica, oportunidades, capital cultural, etc” (PAIS, 1997, p.46). As *identidades juvenis* delineiam-se em linguagens, estilos e aspirações que muitas vezes chocam-se com os parâmetros e condutas ordenadas.

Segundo Novaes (2007) a juventude é marcada por ambivalências, tendo em vista as diferentes experiências que se assume nessa fase, que vai desde a obediência à família até a tão sonhada liberdade. Ao mesmo tempo, um novo tipo de inter-relação social vai se formando tendo em vista a gama de expectativas que atua nas escolhas dos jovens, sobretudo seus horizontes profissional e pessoal.

Pais (1993) ressalta que na trajetória individual de cada jovem, algumas variantes interferem nas diversas maneiras de “estar e sentir o mundo”, como a mídia e os parâmetros sociais. Ao longo do tempo, ambas foram ressignificadas e não mais evocam de forma homogênea a instauração de hábitos e costumes, resquícios de uma geração ainda influenciada pelas mobilizações de Maio de 68 na França, cujo objetivo maior foi além da busca por direitos estudantis (em suma, o foco era a transgressão, uma revolução existencial).

Em meio à máxima “consuma e integre-se” da nova ordem econômica, os jovens aparecem como os principais alvos da indústria de entretenimento, o que ocasionam em consequentes desajustes sociais, já que uma parcela significativa não preenche os requisitos para a entrada no nicho mercadológico. Tais matérias são reconhecidas nas discussões internas propugnadas pelos líderes católicos.

A igreja reconhece as dificuldades que os jovens enfrentam em relação às seqüelas 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)

Se por um lado a exclusão de certos ajuntamentos origina uma incessante cobiça por espaço, há também quem forme novas micro-realidades a partir de interesses em comum. A constituição de grupos de pertencimento não é apenas decorrente da estratificação das classes sociais, mas ela é um importante condutor quando se ordenam as afinidades culturais. Aglomerados que se sustenta pelas semelhanças musicais, pelo gosto literário ou pelo mesmo credo é ao mesmo tempo uma maneira de perceber-se integralizado.

Eis um dilema pós-moderno inerente à classe juvenil: *estar incluído* não é necessariamente *estar integrado*. Desse modo é comum que aqueles que não se sentem representados, desejem conceber canais de expressão interposto por laços afetivos, criando assim o que Maffesoli (1989) denomina como “tribos”.

As alianças associativas geradas nesse processo podem ser consideradas um vetor de contracorrente ao isolamento nas grandes cidades, ao capitalismo desenfreado que fomenta duras disputas e à fragmentação do sujeito imerso em múltiplos assentamentos. Entretanto, uma marca intrínseca a essas experiências, sublinhada por Maffesoli como “neotribalização”, é o seu caráter nômade e efêmero. Reverter essa dinâmica, instituindo nós efetivos e duradouros com os jovens, suscita uma perene atenção da Igreja Católica.

O Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apontou que 63,4% dos jovens entre 15 e 24 anos se declaravam católicos, o que dá uma média de 21,8 milhões de pessoas entre os 123,3 milhões de brasileiros que se apresentaram como pertencente ao catolicismo. O percentual de evangélicos soma 21,8%, espíritas 1,6%, umbanda e candomblé 0,30%, outras 2,8% e sem religião 10,1%.

Na contramão desses números, há um consenso que o número de praticantes do catolicismo chega a um terço. A religiosidade é um traço marcante na vida da juventude brasileira, apesar de considerarem bastante importante a crença em Deus, muitos preferem vivenciá-la sem a necessidade de externá-la em templos, como mostrou uma pesquisa liderada pelo teólogo Jorge Claudio Ribeiro, da Pontifícia Universidade Católica (PUC), de São Paulo, com 520 universitários de 17 a 25 anos, publicada na obra “*Religiosidade jovem*”, cuja síntese foi revelada pela revista Istoé.

Tal situação abordada evidencia uma tendência de adoção de uma *fé à la carte*, marcada por escolhas que se alternam entre doutrinas e hábitos diferenciados em seu conjunto simbólico, mas que oportuniza uma *adesão* e não de fato uma *conversão*, como descreve Libanio (2001, p 07), “muitas crenças e pouca libertação”.

A *religião self*, aquela que se coaduna com aos interesses inerentes à subjetividade do fiel, ressalte-se, é uma peculiaridade na constituição das grandes metrópoles, repleta de

paradoxos em seu elo com o divino, que disputa em cada valioso metro quadrado, a atenção com as catedrais de entretenimento e as novas agregações religiosas que se multiplicam.

A presença massiva da religião na cidade, uma aparente contradição, mostra bem como se constitui, hoje, o leque de possibilidades de sentido: a cidade não precisa mais de deus, mas para aqueles que a própria cidade deserta e desampa, deuses de todo tipo e rito podem ser fartamente encontrados. A cada culto se agrupa outro culto, até que se extravasem todas as formas de combinação capazes de responder à criatividade (...) que a cidade, em todas as esferas, incentiva, premia e dela se alimenta (PRANDI, 1996, p.28).

Até a década de 90, a tradição religiosa dos pais motivava os jovens ao acompanharem em cultos ou celebrações. O emblema da ‘família que reza unida’ sempre foi destacado pela Igreja Católica como ponto primordial na solidificação de um lar saudável e fraterno. Com as transformações do campo religioso brasileiro, percebeu-se que era preciso recompor o discurso e as ações pastorais.

Essas questões reafirmam o desafio da formação do jovem em um arcabouço moral-cristão, portanto, comprehende-se a ação pastoral cada vez mais preponderante no clero, como cita o Documento da CNBB para a evangelização da juventude:

A rapidez das mudanças, os atrativos de diferentes níveis e a agitação do cotidiano desafiam a vivência de uma verdadeira espiritualidade. Muitos jovens não vivem num contexto cristão, numa família cristã, não foram iniciados na fé (CNBB, 2007, p.82).

Atrair os jovens a uma experiência de fé, embasados na obediência doutrinal e nos ensinamentos cristãos é uma tarefa árdua, até porque muitos deles não se sentem à vontade com regras, ao saber que tais ensinamentos significam abraçar a castidade e renunciar a certos prazeres efêmeros, tão estimulados no contexto da modernidade, naturalmente avessa a convenções. Raciocina Bergson (1999, p.17), “A religião é um fenômeno de assincronia, um fenômeno, no qual hoje, também muitos dos que são religiosos só se atrevem a fazer um uso festivo, ao invés de um autêntico e radical”.

Além dos conflitos catequéticos, o ritual secular e as posições conservadoras podem contribuir para criar conflitos entre os jovens com os preceitos católicos. Argumenta Suess (2003) que os discursos religiosos do tempo presente são fugazes, pertencendo a uma oralidade que não cobra proximidade. “Então, para que a juventude escape do caráter volátil que perpassa a religiosidade torna-se preciso enfatizar o *kairós* histórico dos falantes” (SUESS, 2003, p. 37). Na nossa interpretação, isso significa respeitar seus modos de pensar, abrir-se para seus pontos de vista, exercitar a arte de escuta de suas vozes para perscrutar seus desejos, seus pontos de fuga, suas frustrações.

O hedonismo e a cultura do relativismo são incentivados nas relações interpessoais e nos modos de vida, como é bem ressaltado a seguir: “mudanças no cenário, velocidade e volume da informação, a rapidez com que a tecnologia mudou o cotidiano, novos códigos e comportamentos” (CNBB, 2007, p. 12). Porém, ao mesmo tempo em que tais expressões ganham notoriedade e impulsiona o surgimento de pequenos grupos de interesses afins, há também no lado oposto desse itinerário um ressurgimento de posturas que para muitos havia sido ignorada pela nova lógica do interior do social.

Acerca dessas mudanças, é pertinente trazer o conceito de “desafeição religiosa” fixado por Ribeiro de Oliveira (2012). Para o autor, há um evidente distanciamento dos fiéis, especialmente os jovens, com o caráter institucional da fé, o que produz desfiliações e rupturas com as possíveis referências estabelecidas pelos pais. Isso não significa uma propensão à descrença, mas sim uma vinculação com o sagrado de forma mais individualizada¹⁵.

A centralidade na família é a maior de todas as metas da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), contudo uma atenção mais específica aos jovens tem sido cada vez mais acentuada. O caráter devocional, característico dos adultos, como a oração do terço, novenas e procissões são agora reincorporados pela cultura juvenil de outras formas como em velas virtuais, cristotecas, adorações e festivais.

Para ir mais adiante, é preciso também não apenas preencher as necessidades espirituais, mas também criar instrumentos para uma formação religiosa em meio às dúvidas que são pertinentes ao jovem cristão, que vive na encruzilhada entre o sagrado e o profano, o agir santificado e a tentação do mal, ao mesmo tempo em que questiona acerca da sexualidade e o livre arbítrio.

A Renovação Carismática Católica, a quem o então Papa João Paulo II definiu como a “primavera da igreja” fez surgir comunidades religiosas cujos propósitos seguem a cartilha da Santa Sé, desde a doutrina conservadora até a valorização do líder. Essas fundações que contam em sua maioria com leigos, valorizam a oração e o compromisso evangélico do anúncio profético.

A força desses movimentos expressou-se em 2014, no III Congresso Mundial dos Movimentos Eclesiais e das Novas Comunidades, ocorrido entre os dias 20 e 22 de novembro, em Roma, Itália. Representantes de mais de 100 entidades de 40 países fizeram-se presente.

¹⁵ Segundo os dados do Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o número de pessoas que se “declararam sem religião” somam 15 milhões, cerca de 8% da população. Em 2000, esse número eram quase 7,3%, totalizando 12 milhões.

Nas audiências realizadas, o Papa Francisco realçou o papel missionário desses grupos. O primeiro encontro sucedeu em 1998 com o Papa João Paulo II e o segundo em 2006 com o então Papa Bento XVI, ambos na Praça São Pedro.

As destacadas agremiações começam a surgir na França na década de 1970 na França e nos Estados Unidos, chegando ao Brasil uma década depois. Apesar de não existir dados oficiais, estima-se que exista mais de 500 comunidades católicas pelo Brasil, segundo levantamento da também comunidade Pantokrator¹⁶.

As comunidades de maior ressonância no país são: a “Canção Nova”, fundada em 1978 com sede em Cachoeira Paulista, São Paulo, conta hoje com um sistema de comunicação que incluem TV, rádio, gravadora e editora. A comunidade “Shalom”, criada em 1982 em Fortaleza e hoje se estende por dezenas de países, além de realizar festivais grandiosos como o Halleluya. A “Obra de Maria” também merece atenção pelo fato de possuir casas de missão em vários estados do Brasil e em mais de 16 países. As peregrinações religiosas lideradas são outro ponto de evidência nas hostes católicas.

Com vistas a compreender a dimensão coletiva desse fenômeno religioso, é preciso voltar ao conceito de comunidade, para isso remetemos a Bauman (2001) e suas reflexões. Para o sociólogo polonês, as características heterogêneas que perpassam o sentido do coletivo, que é implícito na noção de comunidade, avançaram para a percepção de indivíduo, o que gera novas combinações estéticas.

Bauman (2001) sublinha que os acordos viabilizados entre os agentes de uma comunidade para manter sua organicidade, ao mesmo tempo em que, destaca a volatilidade dos grupos e a inexistência de traumas quando do desligamento dos membros. Frutos da chamada “modernidade líquida”, que segundo o autor, “nada conserva a sua forma por muito tempo”. Há a valorização do temporário em detrimento ao que é permanente.

Outro debate levantado por Bauman (2001) se baseia na impossibilidade do coletivo em somar “segurança e liberdade”, para o teórico, é a maior das consequências da vivência em comunidade, porém torna seus agentes co-responsáveis pela preservação dos demais

A segurança e a liberdade são dois valores igualmente preciosos e desejados que podem ser bem ou mal equilibrados, mas nunca inteiramente ajustados e sem atrito. De qualquer modo, nenhuma receita foi inventada até hoje para esse ajuste. O problema é que a receita a partir da qual as “comunidades realmente existentes” foram feitas torna a contradição entre segurança e liberdade mais visível e mais difícil de consertar (BAUMAN, 2005, p.10).

¹⁶ Comunidade Católica Pantokrator, que em grego significa ‘Todo poderoso’ ou ‘Onipotente’ tem sede em Campinas, São Paulo. <http://pantokrator.org.br/po/>

A partir desses enfoques sobre juventude e comunidade, que traçamos os resultados das pesquisas empreendidas nas comunidades católicas “Obra Nova”, “Pio X” e “Remidos no Senhor”. Os dados são referentes às entrevistas feitas com um líder de cada entidade e aos questionários aplicados com os respectivos participantes.

6 A DISSEMINAÇÃO E USO DA INFORMAÇÃO RELIGIOSA NAS COMUNIDADES

Como evidenciamos na metodologia, com o intuito de atender ao objetivo geral: *analisar as estratégias de disseminação e uso da informação religiosa por meio das tecnologias de informação e comunicação (TIC) pelas comunidades católicas: PIO X, Remidos no Senhor e Obra Nova de Campina Grande – Paraíba*, optamos por utilizar a técnica de categorização (classificação das unidades de informação) presente na Análise de Conteúdo. As fases descritas foram operacionalizadas na produção das entrevistas semi-abertas com os líderes, nos questionários mistos com os jovens partícipes das comunidades “Obra Nova”, “Remidos no Senhor” e “Pio X” e nas induções efetuadas dos dados colhidos.

As entrevistas com um líder de cada agremiação foram realizadas nas respectivas sedes, o ambiente escolhido levou em consideração a comodidade e a disponibilidade dos mesmos. O levantamento com os jovens também levou em conta esses fatores, bem como os eventos que contavam com uma participação maciça dos membros, propiciando um meio mais propício para a execução dos questionários.

Para melhor sistematização e clareza dos elementos verificados, optamos por dividir as próximas etapas da seguinte forma: A seção 6.1 envolveu o trabalho com os líderes e a 6.2 traz os resultados do estudo com os jovens.

6.1 TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO UTILIZADAS NO PROCESSO DE DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO RELIGIOSA PELAS COMUNIDADES;

Com o propósito de atender ao primeiro objetivo específico, fora questionado aos representantes: **Quais Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) utilizadas pela comunidade na disseminação de informações?**

Maurício Alves Lucena, responsável pelo setor da juventude da comunidade Obra Nova, destacou o uso de:

“*Web Site, Web Rádio, Redes Sociais (Facebook, Flickr, Twitter, etc)*”.

Ronaldo José de Sousa, representante da comunidade “Remidos no Senhor”, reconheceu que apesar de ser um estudioso da mídia, a entidade não realiza uma constante investida nos meios de comunicação, devido a questões técnicas e a outras missões prioritárias.

“Esse meio é complexo e existe uma competitividade nele. Prezamos pela qualidade na difusão. Temos uma rádio na cidade de Pombal, chamada Bom Sucesso. O nosso site não tem grande infra-estrutura, mas usamos facebook e emails”.

Chamou-nos atenção o fato de a direção da comunidade primar por envio de mensagens via celulares, o que concebe na opinião de Ronaldo José, uma atuação mais “personalizada” e “barata”.

“Enviamos leituras bíblicas, convites, palavras motivacionais. Esse recurso consegue chegar de maneira mais pessoal e efetiva”.

O líder da “Pio X”, Gustavo Lucena, frisou o ciberespaço como área central para a propagação de conteúdo religioso acerca da agremiação. Dentre as três comunidades investigadas, a Associação PIO X é a que mais produz conteúdo religioso.

“Atualmente utilizamos como principal ambiente de comunicação, a internet. Através dela utilizamos várias tecnologias, desde as redes sociais, onde temos perfis em várias redes até a transmissão em áudio e vídeo de nossos eventos de evangelização. Atualmente estamos implantando dois estúdios, um de áudio e outro de vídeo, onde iremos ampliar as nossas atividades de comunicação com maior qualidade. Mas ainda, dentro das redes sociais, estamos desenvolvendo um sistema de software para melhor disseminarmos a comunicação pelo WhatsApp”.

O quadro abaixo ilustra a atuação das mencionadas entidades nas redes sociais e corrobora no tocante à compreensão do seu uso e potencial ressonância, que se visualiza nos números constatados anteriormente.

Quadro 1- Participação das comunidades nas redes sociais

REDES SOCIAIS	OBRA NOVA	REMIDOS NO SENHOR	PIO X
TWITTER	Total	Total	Total
Postagens	129	Não usa	13, 8 mil
Seguindo	45	-	1.430
Seguidores	215	-	1.933
Fotos e vídeos compartilhados	12	-	1437
FACEBOOK			
Publicação de imagens	84	62	4060
Curtidas	5633	625	10210
INSTAGRAM			
Postagens	127	-	436
Seguidores	971	-	4040
Segundo	216	-	110

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Visivelmente, a Comunidade Pio X é a que mais lança dados nas redes sociais, atingindo um alto número de publicações, seguidores e compartilhamento. Deduz-se que um dos motivos que leva a entidade a reunir multidões em seus eventos, é o reforço da divulgação pelo ciberespaço. A Obra Nova soma um quantitativo considerável de postagens e repercussão, além de uma razoável assiduidade na internet. A Remidos no Senhor utiliza somente o facebook como rede social, ignorando assim o Twitter e o Instagram. Como antecipado pelo líder entrevistado, tal quesito não é uma das prioridades da citada agremiação.

6.1.2 CONTEÚDOS DE INFORMAÇÃO RELIGIOSA PRESENTES NAS ESTRATÉGIAS DE DISSEMINAÇÃO POR MEIO DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Com o intuito de responder ao segundo objetivo específico, foi indagado aos três entrevistados: **Quais conteúdos religiosos são selecionados e divulgados através das TIC? Por que esses conteúdos e não outros?**

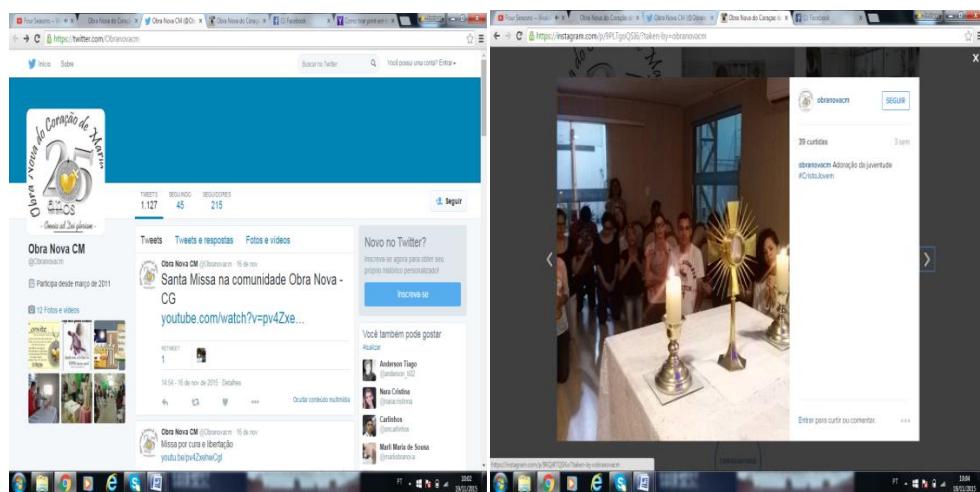
Maurício Alves Lucena, Obra Nova, pontuou os seguintes elementos:

“Notícias da Igreja Universal e particular; notícias da comunidade Obra Nova do Coração de Maria; Formações doutrinárias e humanas; artigos sobre temáticas diversas; Crítica de filmes, livros, músicas, entre outros”.

Sobre a razão de divulgar esses conteúdos, Maurício respondeu:

“Pelo motivo de ansiarmos a evangelização e a formação do público a ser alcançado. O enfoque de nossa mensagem que o anúncio Kerigmático”.

Imagen 1- Twitter e Instagram da Obra Nova



Fonte: Obra Nova, 2015

As imagens acima mostram o Twitter oficial com um link para a transmissão das missas às segundas feiras, às 19h. O intuito é fazer com que a celebração seja acompanhada por aqueles não puderam estar presentes fisicamente na sede. Além disso, nessa plataforma, a “assembléia virtual” assiste a cada instante respondendo às invocações litúrgicas por meio de postagens em tempo real.

A foto do Instagram apresenta um grupo de jovens orando diante do Santíssimo Sacramento, posto em primeiro plano, com o seguinte título ‘Adoração da juventude’. Com as mãos elevadas ao céu e os olhos fechados, há uma clara sinalização de uma transmissão de ‘paz interior’ dos que ali estão.

Imagen 2-Site da comunidade Obra Nova



Fonte: Obra Nova, 2015.

A imagem de cima exibe o site da Obra Nova. Em destaque, na parte de cima do lado direito, os canais de interatividade: facebook, twitter, instagram e youtube. Uma junção de notícias da comunidade e da Igreja Católico no mundo são retratadas na página inicial. A foto de um jovem e seu testemunho aparece em destaque. O informativo online traz informações sobre o dia a dia dos agentes da entidade e suas ações pastorais.

Imagen 3 - Site da comunidade Obra Nova



Fonte: Obra Nova, 2015.

Mais abaixo do portal, as colunas ‘santo do dia’ e ‘testemunhos’ chamam a atenção, bem como a difusão dos eventos da comunidade. Do lado direito, “Aconselhamento Obra Nova” imprime um dos mais notáveis trabalhos da entidade. “Faça seu pedido de oração” redireciona o internauta a uma outra página, onde será possível escrever uma prece. Ressalte-se a mensagem ‘*Pedi e vos será dado*’ (*Lc11,9*) que busca suscitar a chamada ‘esperança cristã’ aos interessados. Os vídeos com as transmissões empreendidas são arquivadas e hospedadas no portal.

O respondente da comunidade Remidos no Senhor, Ronaldo José de Sousa, elencou dois tipos de informação que são selecionados e divulgados através das TIC,

“*Mensagens bíblicas e notícias dos encontros*”.

Ambas são transmitidas por notificações via celular, como já frisado. Na opinião de Ronaldo José, a motivação para essas escolhas, dá-se pela seguinte razão:

“*Muitos já usam as redes sociais, daí a necessidade de ser diferente*” e completou “*No nosso site, tem informações sobre nós, tem opções de busca, até com verbetes. Temos a obra em Campina Grande, Pombal, Lagoa Seca, bairro das Malvinas e duas missões na Diocese da Bahia*”.

Além disso, o referido líder elaborou uma pertinente discussão sobre o processo de midiatização religiosa, que em sua opinião merece reconsiderações.

“*Acredito que a mídia não é um veículo evangelizador. Na minha visão, quem acessa a um canal já tem uma predisposição religiosa. Eu vi na Canção Nova, 90% era católico praticante. Eu não atingo pessoas com o site. Por isso que nos empenhamos em outras frentes, por exemplo. Eu te dou um exemplo do restaurante. Há um missionário aqui que tem a missão de recepcionar as pessoas, falar sobre assuntos normais, criar um clima de confiança, gerando assim um ambiente de ação evangelizadora face a face.*

“Agora, claro que a mídia não é inútil, ela dá visibilidade pública. o resultado da evangelização é proporcional ao ambiente”.

Imagen 4- Site da comunidade Remidos no Senhor



Fonte: Remidos no Senhor, 2015.

No site da Remidos no Senhor, percebe-se uma lacuna de atualização, na parte focalizada a cima, há apenas uma reportagem na sessão “artigos” do lado direito. No item “vídeos”, há somente a divulgação de um evento religioso, o que corrobora com a reflexão do líder entrevistado. Desde o dia 20 de novembro de 2015, o endereço está fora do ar

Imagen 5:Facebook da Comunidade Remidos no Senhor



Fonte: Remidos no Senhor, 2015.

No facebook, a rede social é empregada para difundir acontecimentos importantes, desde retiros até festas patronais. Não há textos religiosos ou expressões de efeito para canalizar as atenções de quem não conhece o trabalho da entidade, apenas um meticoloso exercício artístico nos banners compartilhado.

O representante da PIO X, Gustavo Lucena, explanou que por intermédio das TIC, o grupo promove uma formação humana e doutrinária realçou que a opção por esses conteúdos baseia-se na missão da comunidade e nas necessidades apresentadas pela juventude.

Imagen 6:Twitter da comunidade Pio X



Fonte: Pio X, 2015.

Na figura 1, o twitter estabelece uma ponte com o instagram e o site. Na mensagem, há a seguinte notícia hoje tem #grupodeoração, o uso da hashtag, com a intenção de indexar uma discussão e gerar uma teia de compartilhamento.

Imagen 7- Site da comunidade Pio X



Fonte: Pio X, 2015.

Na imagem acima temos um panorama do sistema de navegação do portal oficial. Ficam nítidas as notícias da comunidade junto com informações da Igreja Católica em todo o mundo, além disso, no lado de cima, aparecem os canais de interatividade, como o facebook, instagram, youtube e twitter e o google plus. A média de produção de conteúdos nessas plataformas são de 03 a 06 compartilhamentos por dia.

Imagen 8:- Site da comunidade Pio X



Fonte: Pio X, 2015.

Na imagem aparecem as pregações feitas nos eventos da comunidade, bem como entrevistas. Além do canto esquerdo, ficar visível o que é compartilhado nas redes sociais. A ilustração do lado direito com os dizeres “Jesus é solidário com os nossos sofrimentos” é uma símula da liturgia diária.

Uma novidade adotada nesse segundo semestre pela Pio X e que amplia sua inserção nos dispositivos tecnológicos é o WhatsApp, aplicativo que permite a troca de mensagens de forma instantânea. O intento da comunidade é enviar informações sobre os eventos e conteúdos de fé.

Imagen 9-Banner da comunidade Pio X



Fonte: Pio X, 2015.

Para os dirigentes, a relatada ferramenta tem oferecido bons resultados por proporcionar um método ainda mais ágil no contato com os integrantes ou a quem se interessar. Com a divisão do gerenciamento do dispositivo, a reprodução dos recados e/ou notícias é muito mais heterogênea e descentralizada.

Producimos abaixo uma síntese das informações que mais são disseminadas pelas comunidades. Ao total, elencamos os treze conteúdos¹⁷ que mais se replicam entre as mesmas.

Quadro 2- Resumo dos conteúdos mais disseminados pelas comunidades

CONTEÚDOS	OBRA NOVA	REMIDOS NO SENHOR	PIO X
Celebrações	X	X	X
Orações	X	X	X
Mensagens do Papa	X	X	X
Testemunhos de jovens	X	X	X
Eventos	X	X	X
Catequese	X	X	X
Textos e reflexões bíblicas	X	X	X
Artigos católicos	X	X	X
Dicas de livros religiosos	X	-	X
Sugestões de Filmes	X	-	X
Notícias da Igreja no mundo	X	-	X
Notícias da Diocese	x	-	X
Temas contemporâneos	-	-	X

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Como é observado, a Pio X é a que possui uma maior diversidade de dados expostos nas TIC, seguida da Obra Nova que não indicou muito interesse em exibir temáticas contemporâneas, como as notícias que envolvem economia, política, educação, entre outros.

Como já repetidamente reiterada por seu líder, a Remidos no Senhor é a que menos pluraliza seus assuntos, por não apostar tanto nas TIC. Celebrações, orações, mensagens do Papa, testemunhos de jovens, eventos, catequese, textos e reflexões bíblicas e os artigos católicos estão presentes em todos os três grupos e revelam duas coisas:

A primeira é a conveniência de divulgar os acontecimentos que ocorrem na entidade e por isso manter o jovem atento às novidades que cercam à comunidade vinculada. Segundo, a necessidade de manter uma formação religiosa a partir da divulgação de textos que servem como uma espécie de base doutrinal e aprendizado contínuo.

¹⁷ A letra X indica que a comunidade pesquisada dissemina o conteúdo, enquanto que o traço denota a sua inexistência na disseminação por intermédio das TIC.

6.1.3 DIFICULDADES E / OU OBSTÁCULOS NA DISSEMINAÇÃO DE CONTEÚDOS DE INFORMAÇÃO RELIGIOSA

Em convergência com o terceiro objetivo específico, foram perguntados aos três entrevistados: **Quais as dificuldades/obstáculos enfrentados para disseminar a informação por meio das TIC? e Que motivos foram os que orientaram a comunidade para o uso das TIC como instrumento de disseminação da informação religiosa?**

Maurício Alves Lucena, Obra Nova, salientou os seguintes aspectos:

“Nosso maior desafio é a demanda de produção que a instantaneidade das TIC exige, apesar disso, a nossa motivação para o seu está no alcance que estas possibilidades”.

Ronaldo José de Sousa, Remidos no Senhor, considerou a imediata questão:

“Temos o problema prático, da debilidade técnica, mas se eu tivesse estrutura, estaríamos nas mídias. A repercussão no JPB de um evento que estávamos organizando foi imenso. É melhor se inserir nos programas seculares do que em programas religiosos. A Record entendeu isso. Com relação a segunda pergunta, acredito que seja melhor investir em veículos seculares. A inserção na Televisão é muito grande. Atraem mais pessoas, a maioria já tem uma predisposição religiosa, não é que seja inútil, já que pode ser um doador, um fiel ativo. A coisa que funciona é o face a face”.

Gustavo Lucena, PIO X, pontuou tais enfoques:

“Atualmente a maior dificuldade é no quesito financeiro, pois o investimento para que se tenha uma informação comunicada com qualidade e uma beleza plástica atrativa requer investimento e profissionais qualificados e habilitados. Quanto às razões para o uso das TIC, a cada dia mais, a informação religiosa, entendendo aqui a transmissão dos valores evangélicos e cristão, necessita estar atualizada com os novos meios e tecnologias, com a possibilidade de não ser mais “ouvido”. Por haver a necessidade de continuarmos sendo ouvidos e cada vez com maior alcance é que se motiva avançar ainda mais no uso das TIC”.

Todos os líderes reconheceram que é complexo o desafio de difundir conteúdo via TIC, devido a fatores econômicos e de estrutura produtiva. Ronaldo José de Souza, da Remidos no Senhor, foi o único a sobrelevar o papel do meio de comunicação secular, por entender a amplitude da audiência. Para os entrevistados da Obra Nova e Pio X, a capacidade que as TIC têm de atingir a segmentos distantes (físico e espiritualmente) respaldam a introdução das comunidades nesse canal.

A partir dos diálogos com os líderes, compreendemos que a informação religiosa se baseia em enunciações no âmbito do sagrado disseminado por meio das TIC pelas

comunidades se operacionaliza e imbrica-se sob duas formas: *atração e permanência*. Ambas estão presentes nas estratégias das comunidades estudadas e seus efeitos advêm da leitura/associação que o receptor possui com a entidade.

A técnica da *atração* imprime-se mediante a elaboração de significações provocadas e estimuladas por recursos imagéticos que suscitam um misto de emoção e empatia, ocasionando um mecanismo de interpretação que *altera, divide e reduz* a informação. Nessa circunstância, ocorrem recomposições no saber já estocado, como aprofunda Barreto, A. de A. (2013) sobre a geração de conhecimento.

A geração de conhecimento pode ser pensada como uma reconstrução das estruturas mentais do indivíduo realizadas através de suas condições cognitivas, ou seja, é uma modificação em seu estoque mental de saber acumulado, resultante de uma interação com um conteúdo. Essa reconstrução pode alterar o estado de conhecimento do indivíduo, ou porque aumenta seu estoque de saber acumulado, ou porque sedimenta saber já estocado. (BARRETO, 2013, P.136)

A alteração acontece porque se subentende que sujeito tem cristalizado em sua consciência, princípios do arcabouço religioso que se enraíza na cultura. que para Geertz (2006), é a “síntese do ethos de um povo”. Após uma alteração inicial que causa desarranjo, modificação e oscilação, a informação apreendida é dividida como forma de organização, como que ordenadas em unidades, pudesse obter uma melhor apreciação daquilo que foi captado. A redução é fruto do exercício de síntese, intencionalmente realizado como artifício a obtenção de um resultado da interpretação do dado. É uma tentativa de extrair a essência da informação, devido a superficialidade do estoque acumulado até antes de seu contato.

Os modos de estratégia de permanência são tecidos a partir de uma relação já estabelecida com o usuário partícipe de uma vivência de fé. Assim, a circulação informacional é manuseada e projetada com a reiteração do *ser religioso*, pautado por padrões de experiência incorporados em discursos e ritualizações, que *superam, atualizam e ampliam* a informação. Nessa ótica, o conhecimento ao aditar novos saberes, ele aperfeiçoa-se, como indica Jorente (2012).

Os órgãos mediadores da percepção das informações (visão, audição, tato, paladar e olfato) registram-nas de forma única, exclusiva e individualizada na construção das representações que passam pelos filtros da bagagem cognitiva e das perturbações internas. Sobre elas serão montados esquemas e quadros de imagens constantemente renovados pela adição de novas experiências, sedimentando de forma dinâmica o conhecimento (JORENTE, 2012, p.35).

A superação é acionada com a meta de suplantar um depósito informacional que o sujeito já possua. Com a adição de novos conceitos e acepções, há uma consequente atualização, já que se congregam novos dados a essa etapa. Com o incremento de novos elementos, o conteúdo é ampliado. Dessa maneira, reafirma-se a imagem do *ser religioso*, que vai criar permanentes ramificações de propagação de informação religiosa

O arquétipo do *ser religioso* fundamenta-se nos hábitos instaurados no vínculo com o sagrado no coletivo. Aquilo que se tem como verdade, deve ser permanentemente rememorizado e colocado à disposição, para como bem apregoa Jorente (2012), ser suscetível a “filtragem e conformação”. As TIC impulsionam o surgimento do *ciberfiel*, que não apenas segue determinado seguimento religioso, como também gerencia uma cadeia de operações que almeja expandir conteúdo de cunho doutrinário multimidiaticamente (imagens, vídeos, infografias).

A difusão de conteúdo religioso pelas TIC é uma evidência da acentuação do caráter privado da religiosidade. Alicerçado nessa observação, o estágio de informação religiosa de atração orienta-se pela anulação do genérico, para centrar-se na individual, com discursividades que rebatem o caráter desinstitucional, realça o valor da experiência em comunidade e aspira à formação. O fiel virtual pode transfigurar-se em um freqüentador do templo, como bem sintetiza Carranza (2011, p.221).

No esquema de permanência, o elo com o divino, materializado na participação de uma agremiação religiosa já é estabilizado. Assim, o que interessa é o seu aprofundamento, sua reverberação em outros espaços, seu florescimento em novas camadas. Por isso, o compartilhamento virtual, não é só um exercício de ressonância subjetiva, mas também de plena militância.

6.2 IMPACTOS DA DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO RELIGIOSA POR MEIO DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NOS JOVENS FIÉIS DAS COMUNIDADES ESTUDADAS

Buscando corresponder ao quarto objetivo específico, “*apreender os impactos da disseminação da informação religiosa por meio das tecnologias de informação e comunicação nos jovens fiéis das comunidades estudadas*”, realizamos um questionário misto com 60 jovens, sendo 20 de cada comunidade católica pesquisada. A parcela é bastante significativa quando levamos em consideração os dados totais que nos foram repassados pelas entidades.

Quadro 3- Total de membros da comunidade

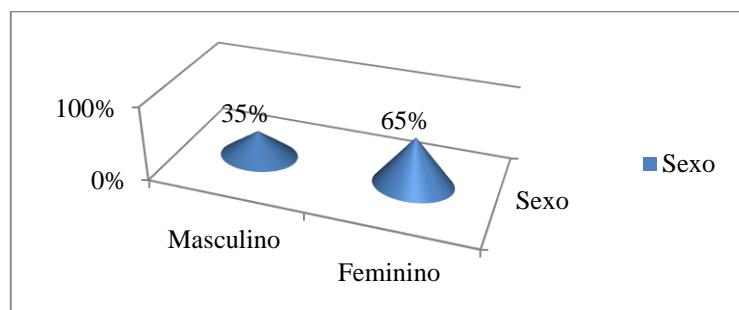
COMUNIDADE	TOTAL DE MEMBROS	MEMBROS PESQUISADOS
Remidos no Senhor	66 membros	30,30%
Pio X	103 membros	19,41%
Obra Nova	40 membros	50%

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Os questionários aplicados, divididos em 02 partes, versavam em relação aos seguintes questionamentos: **Perfil socioeconômico e a disseminação e uso de conteúdo religioso por meio das TIC.**

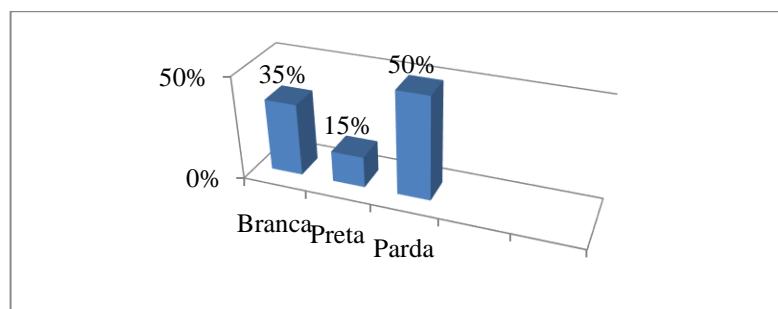
6.2.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS MEMBROS DA COMUNIDADE OBRA NOVA

Foram aplicados questionários com 20 membros, totalizando cerca de 50% de um total de 40 integrantes. Segue os resultados da primeira parte, o perfil socioeconômico: Dos que participaram, 35% são do sexo masculino, enquanto que 65% são do sexo feminino.

Gráfico 01- Sexo

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

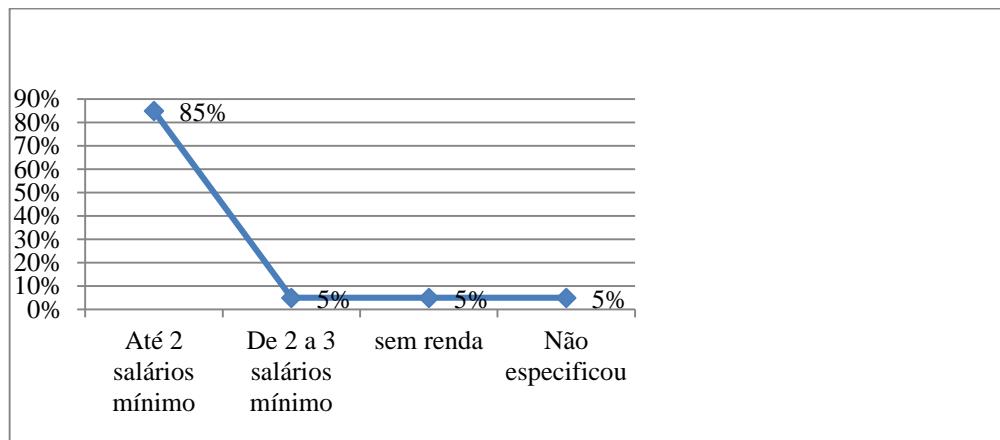
Sobre a cor da pele, 35% declararam-se de cor branca, 15% preta e 50% de cor parda. Nenhum dos entrevistados se disse amarelo ou indígena.

Gráfico 02 – Cor da pele

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

A respeito da renda, 85% expressaram ganhar até 2 salários-mínimos, 5% de 2 a 3 salários mínimo, 5% sem renda e somam 5% os que não especificou somam. Nenhum declarou possuir renda de 3 a 4 salários mínimo, de 4 a 5 salários mínimo e mais de 05 salários mínimo.

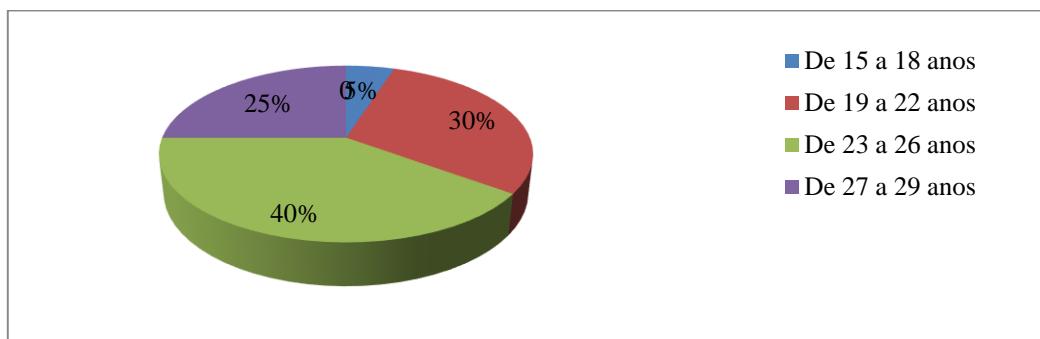
Gráfico 03 - Renda



Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

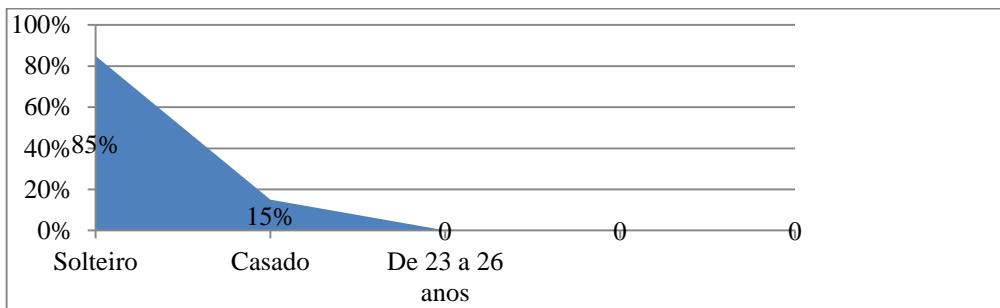
Sobre a idade, 5% relataram possuir de 15 a 18 anos; 30% de 19 a 22 anos; 40% de 23 a 26 anos, 25% de 27 a 29 anos.

Gráfico 04- Idade



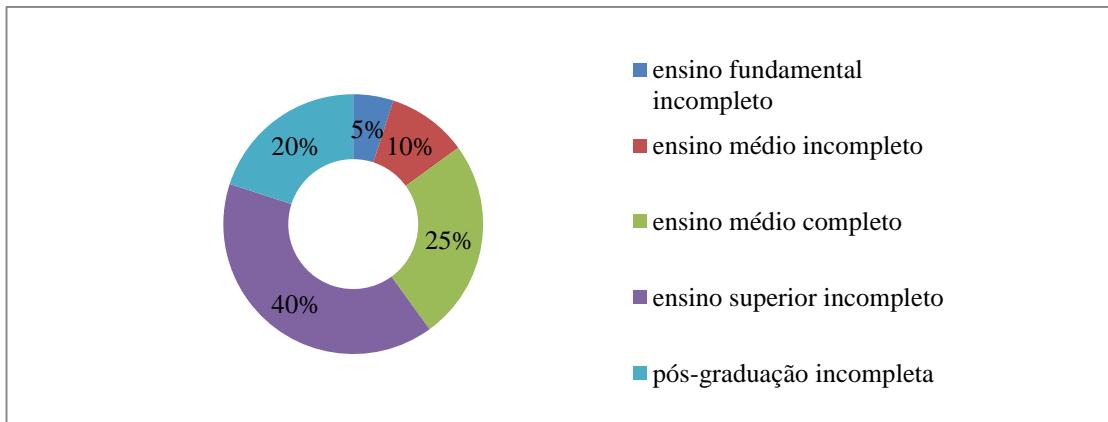
Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Questionados sobre o estado civil, 85% manifestaram estar solteiro, enquanto que 15% anunciaram ser casado. Ninguém se apresentou como viúvo ou divorciado.

Gráfico 05- Estado civil

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

No quesito escolaridade, 5% relataram possuir o Ensino fundamental incompleto, 10% Ensino médio incompleto, 25% Ensino médio completo, 40% Ensino superior incompleto, 20% Pós-graduação incompleta. Ninguém indicou as seguintes opções: possuir apenas o ensino fundamental completo, ensino superior completo e pós-graduação completa.

Gráfico 06- Escolaridade

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

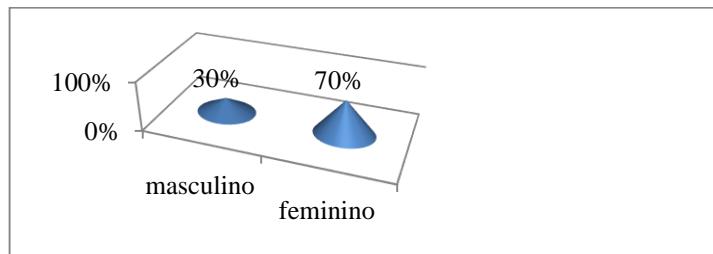
Os componentes foram interpelados a respeito da data de início do vínculo criado na comunidade, 08 pessoas responderam, destas uma pessoa declarou que iniciou a participação em 2010, 3 no ano de 2012, 1 em 2013, 1 em 2014 e 2 em 2015.

Pelo que foi colhida, a maioria de seus participantes é do sexo feminino, quanto a cor da pele, são preponderantemente pardos, das entidades pesquisadas, foi a única que se constatou ter negros. A renda média mensal é de até 02 salários mínimos. A faixa etária é de 19 a 22 anos e possui perfil universitário. Grande parte dos integrantes é solteiro, porém há alguns que se declararam casados. O início do vínculo religioso deu-se nos últimos 05 anos.

6.2.2 PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS MEMBROS DA COMUNIDADE REMIDOS NO SENHOR

Na sede da comunidade Remidos no Senhor, levantamos uma pesquisa com 20 membros de um total de 66 integrantes, o que totalizam 30,30%. A parte 1 do questionário buscou captar o perfil demográfico. 30% dos que responderam são do sexo masculino e 70% do sexo feminino.

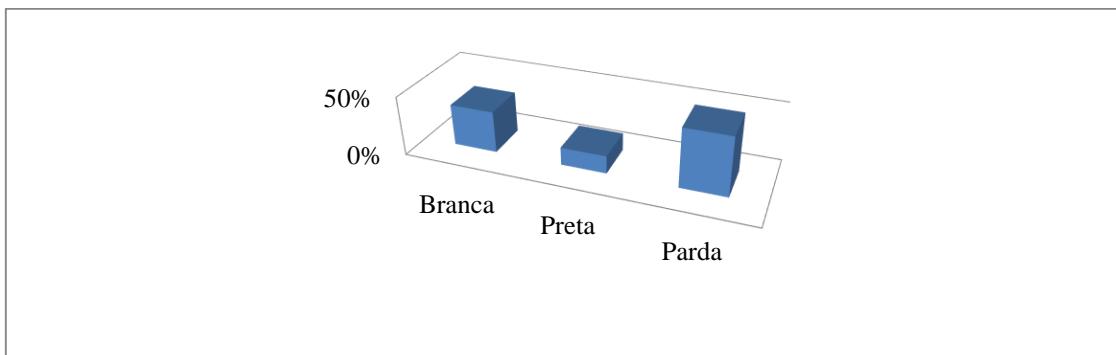
Gráfico 07- Sexo



Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

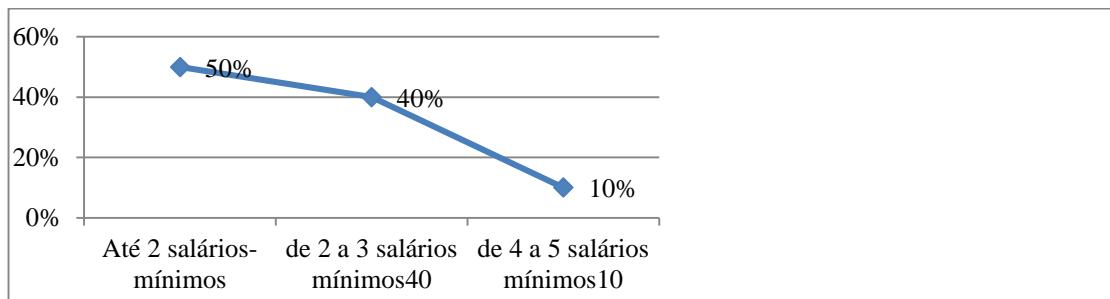
Com relação a cor da pele, 30% se disseram branco, 50% pardo e 20% não preencheram as alternativas. Nenhum se apresentou como preto, amarelo ou indígena.

Gráfico 08- Cor da pele



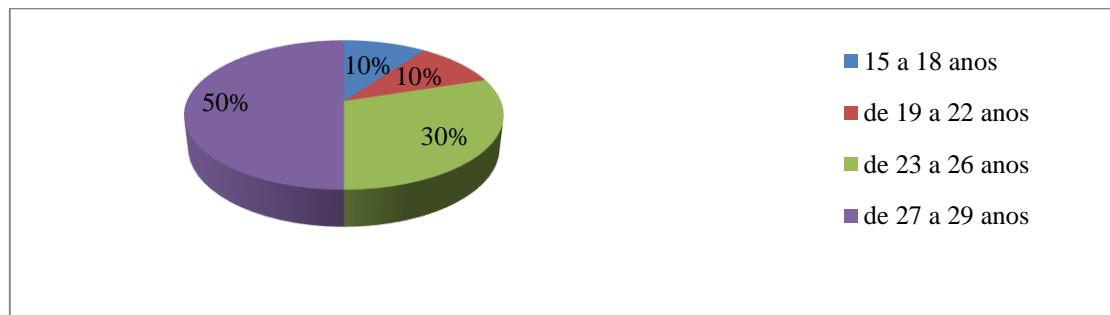
Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Referente à renda, 50% exprimiram possuir até 2 salários-mínimos, 40% de 2 a 3 salários mínimo, 10% de 4 a 5 salários mínimo. Nenhum declarou dispor de 3 a 4 salários mínimo ou mais de 5 salários mínimo.

Gráfico 09- Renda

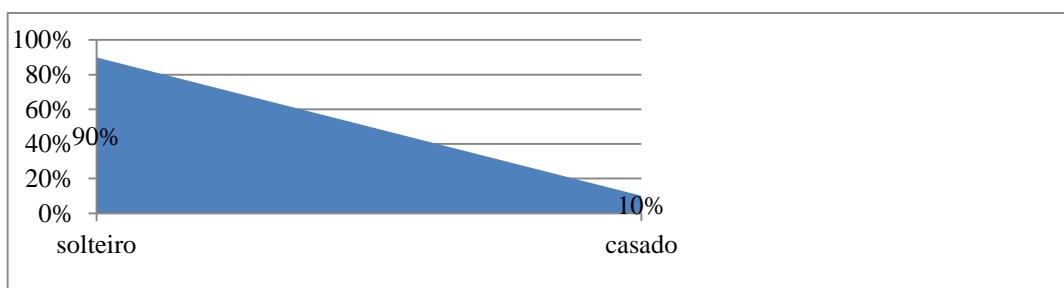
Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

No quesito idade, 10% sinalizaram ter de 15 a 18 anos, 10% de 19 a 22 anos, 30% de 23 a 26 anos e 50% de 27 a 29 anos.

Gráfico 10 - Idade

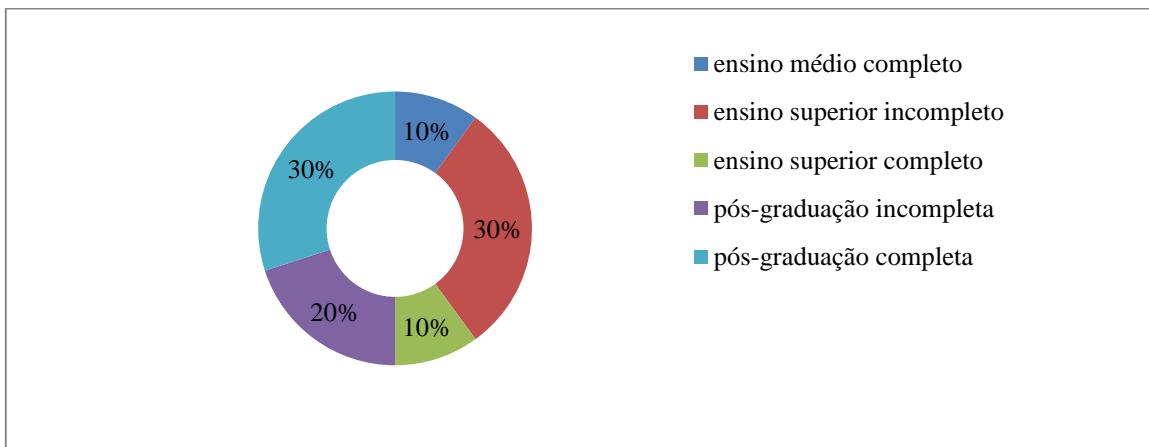
Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

A respeito do Estado civil: 90% anunciaram estar solteiros e 10% estão casados. Nenhuma pessoa respondeu ser divorciado ou viúvo.

Gráfico 11 - Estado civil

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Sobre a escolaridade, 10% comunicaram possuir o ensino médio completo, 30% ensino superior incompleto, 10% ensino superior completo, 20% pós-graduação incompleta e 30% pós-graduação completa. Nenhum demonstrou estar com ensino fundamental incompleto, ter apenas o ensino fundamental completo e ou o ensino médio incompleto

Gráfico 12- Escolaridade

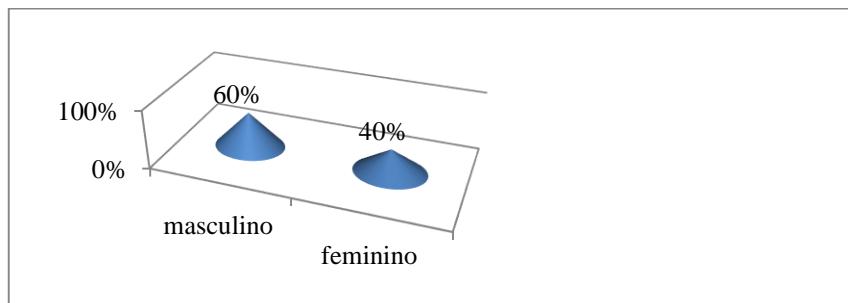
Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

A pretexto do início da participação na comunidade, os anos variam entre 1999, 2004, 2008, 2010 e 2013. Com uma prevalência de mulheres, pardos e com metade de seus componentes com renda que vão de 2 a 5 salários mínimo, a mencionada associação é a que também conta com o núcleo mais velho, entre 27 e 29 anos. Preponderam-se solteiros, porém há um pequeno número de casados. 90% são universitários ou graduados. Seus associados são os mais longevos, as datas de início de participação variam de 1999 a 2010.

Certificamos que os jovens da Remidos no Senhor apresentam o vínculo mais duradouro, deduzimos que tal iniciação no grupo tenha ocorrido a partir de um elo dos pais e familiares, levando em consideração os diferentes carismas trabalhados pela comunidade. Assim, não se pode ignorar a força da tradição religiosa e do empenho dos líderes em reintroduzir os jovens em novas zonas de evangelização.

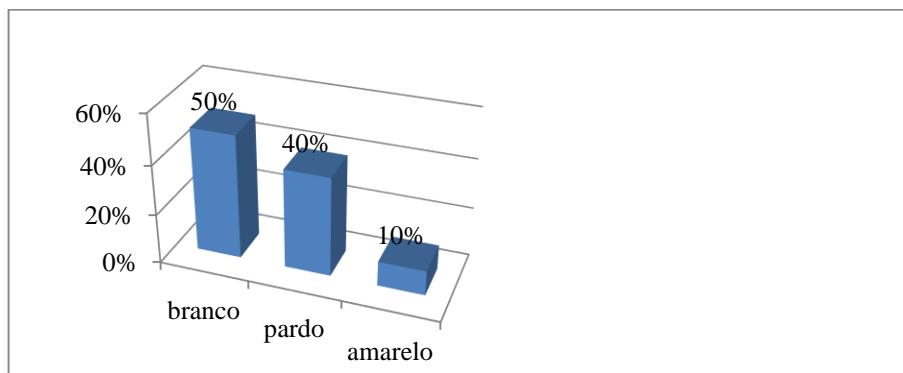
6.2.3 PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS MEMBROS DA COMUNIDADE PIO X

Na comunidade Pio X, 20 pessoas receberam os questionários de um total de 103 membros, o que dá a participação de 19,41%. Os resultados aferidos foram: 60% são do sexo masculino, 40% do sexo feminino.

Gráfico 13- Sexo

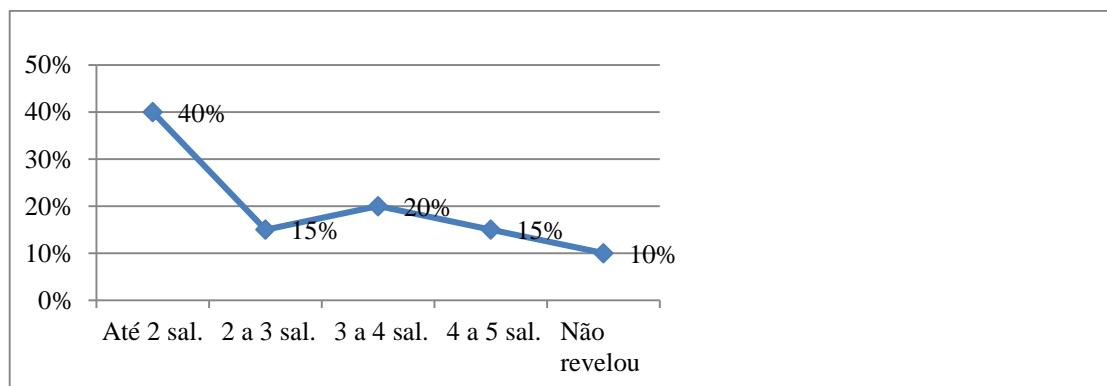
Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Destes, 50% disseram ser branco, 40% pardo e 10% amarelo. Nenhum componente apresentou-se como preto ou indígena.

Gráfico 14 - Cor da pele

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

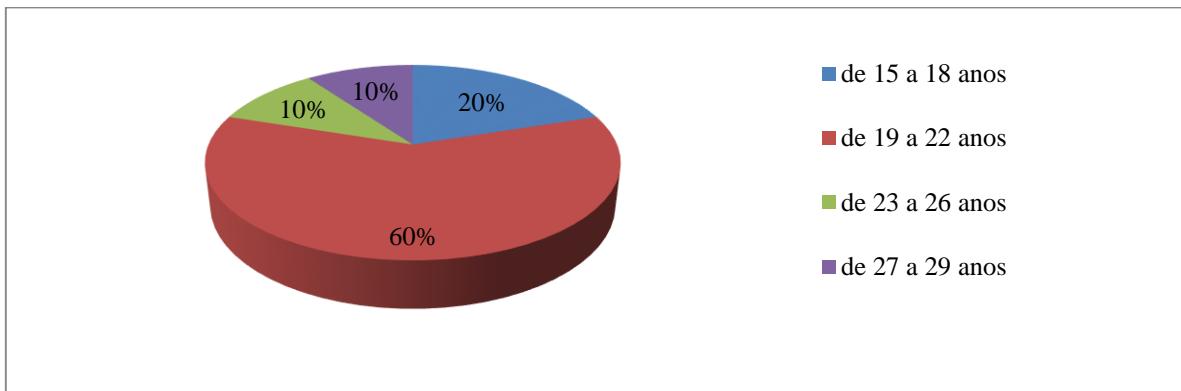
Sobre o assunto econômico, averiguamos a renda: 40% denotaram ganhar até 2 salários mínimos; 15% de 2 a 3 salários mínimo; 20% de 3 a 4 salários mínimo e 15% de 4 a 5 salários mínimo; 10% não revelou a renda.

Gráfico 15 - Renda

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Com a intenção de mapear a faixa etária, foi pesquisada as idades dos jovens. 20% manifestaram ter de 15 a 18 anos; 60% de 19 a 22 anos; 10% de 23 a 26 anos e 10% de 27 a 29 anos.

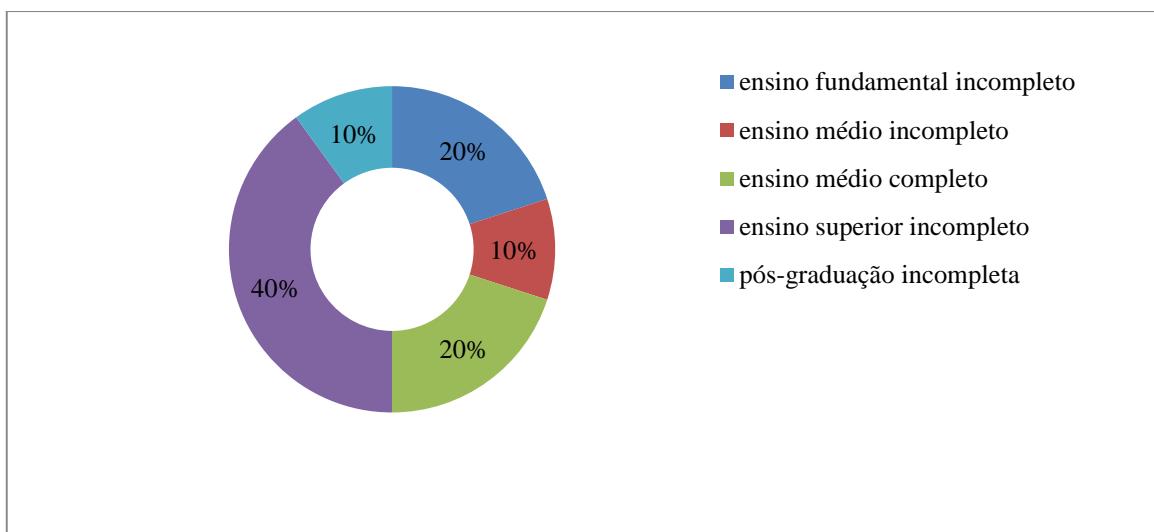
Gráfico 16-Idade



Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Com relação ao estado civil, 100% declararam estar solteiros. Inquiridos acerca da Escolaridade, 20% narraram ter o ensino fundamental incompleto; 10% ensino médio incompleto; 20% ensino médio completo; 40% ensino superior incompleto; 10% pós-graduação incompleta. Nenhum dos jovens afirmou estar cursando o ensino fundamental, o ensino médio, ter apenas o curso superior ou concluído a pós-graduação.

Gráfico 17- Escolaridade



Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

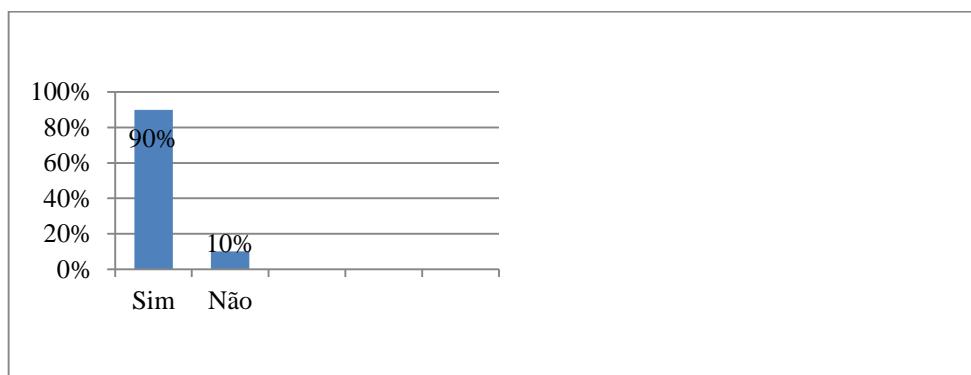
O início do vínculo com a comunidade foi demarcado pelos participantes entre os anos de 2011, 2012, 2013 e 2014. A PIO X conta com um predomínio masculino, branco e com

perfil econômico bem dividido, a instituição conta com uma faixa etária majoritária de 19 a 22 anos, 100% estão solteiros e com grau de escolaridade que se divide entre metade no ensino superior ou já graduada e a outra parte entre os que estão no ensino fundamental ou médio. Os vínculos remontam 2011 a 2014.

6.2.4 DISSEMINAÇÃO E USO DE INFORMAÇÃO RELIGIOSA POR MEIO DAS TIC PELOS MEMBROS DA COMUNIDADE OBRA NOVA

O segundo momento do questionário envolveu o seguinte aspecto: *disseminação e uso de informação religiosa por meio das TIC*. A primeira questão indagou se o jovem considera-se conectado às novas plataformas de comunicação e informação? 90% responderam que sim, 10% que não.

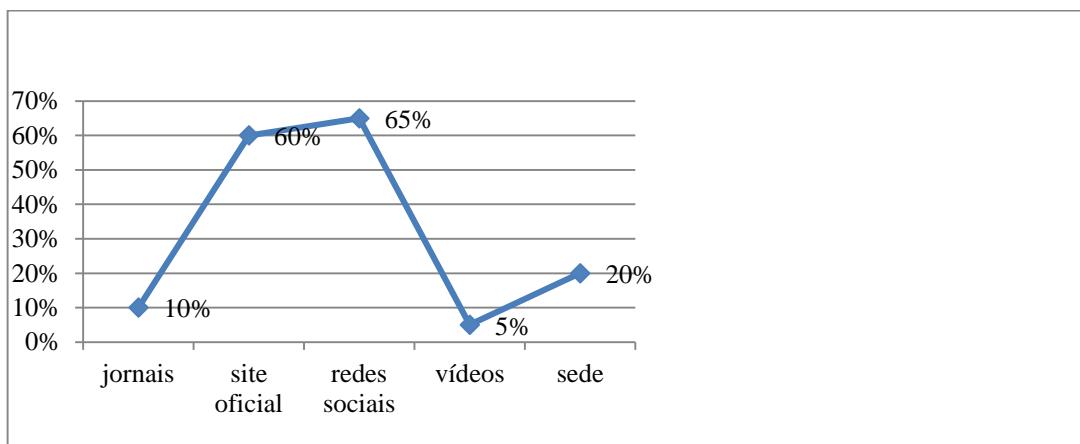
Gráfico 18 – Conectividade às TIC



Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Os que responderam *Não* alegaram a questão do tempo e os afazeres do dia a dia. Entre os que disseram *Sim*, 4 pontuaram a necessidade de estar antenado com os fatos do dia a dia, 5 frisaram as notícias religiosas.

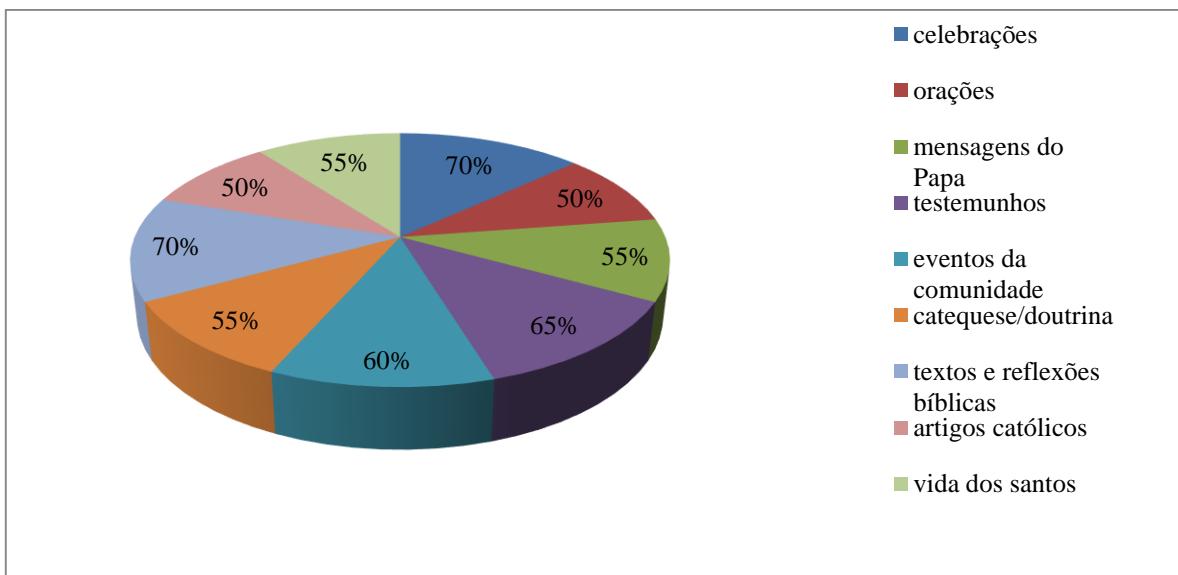
Inquiridos sobre onde costuma buscar informações sobre a comunidade? 10% pontuaram os jornais informativos, 60% no site oficial, 65% nas redes sociais, 5% disseram vídeos. 20% pontuaram que buscam informações na própria comunidade. Nenhum destacou rádio web ou TV web. Essa opção permitia marcar mais de uma assertiva.

Gráfico 19 – Busca por informações

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Como desdobramento dessa pergunta, foi perguntado aos jovens como utilizam as TIC no dia a dia? foram destacados: o contato constante com a comunidade e a necessidade de sanar dúvidas acerca da religião. Mais de 40% destacaram o caráter evangelizador.

Quais informações difundidas pela comunidade por intermédio das TIC suscitam a sua atenção? Foi a próxima sondagem feita e que possibilitava mais de uma opção a ser preenchida. 70% focalizaram as celebrações, 50% orações, 55% mensagens do Papa, 65% testemunhos, 60% eventos da comunidade, 55% catequese/doutrina, 70% textos e reflexões bíblicas, 50% artigos católicos, 55% vida dos santos.

Gráfico 20- Informações difundidas pela comunidade via TIC

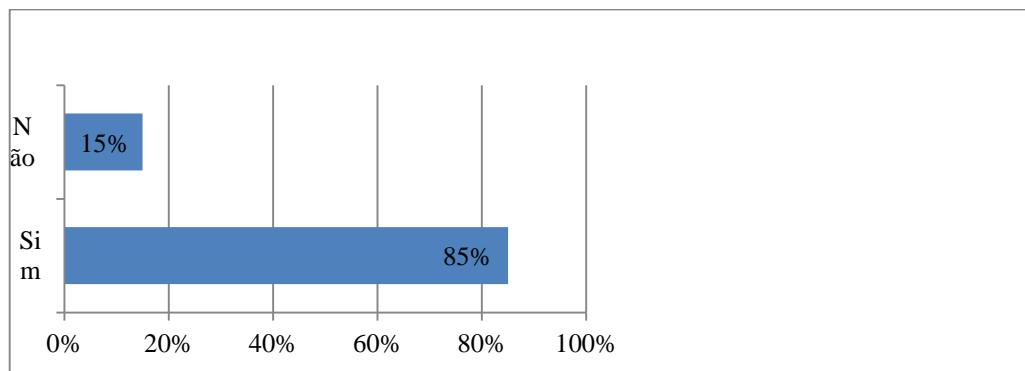
Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Sobre o porquê desses conteúdos? As principais respostas foram: “*porque eles edificam e evangelizam*”; “*a necessidade e a reiteração do estar em comunidade*”; “*fundamental na*

missão”; “expandir a vivência comunitária”; “o bom católico tem que estar com a igreja”; “importantes para o crescimento pessoal enquanto cristão”.

A última questão quis saber sobre o compartilhamento das informações que se têm acesso? 85% responderam que compartilhavam, enquanto que 15% disseram que não.

Gráfico 21- Compartilhamento de informações



Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Os que alegaram *Não*, afirmaram que a falta de tempo o impedem de compartilhar. Para 60%, distribuir as informações é uma forma de evangelizar, outros 25% realçaram a necessidade de trazer amigos para conhecer a comunidade.

Na Obra Nova, 90% são conectados às TIC, enquanto que os outros 10% alegaram razões de trabalho por não acessar constantemente à rede. Mais da metade estão sintonizados às redes sociais, porém ninguém declarou ouvir a rádioweb da comunidade. 70% acompanham as celebrações e lêem textos bíblicos, outros 65% destacam os testemunhos. 85% compartilham o que têm acesso.

Dentre as três comunidades, a Obra Nova obteve, por mais que por pequena margem de diferença, o menor número de pessoas conectadas às TIC e também o que menos compartilha o conteúdo que adere, apesar, frise-se, de seu alto percentual. Chamou-nos a atenção o fato de nenhum dos participantes do questionário ter assinalado que ouve os podcast preparados pela equipe de comunicação e que são disponibilizados no site. Contudo, a estratégia de transmitir pela internet, as missas e louvores mostram-se eficazes.

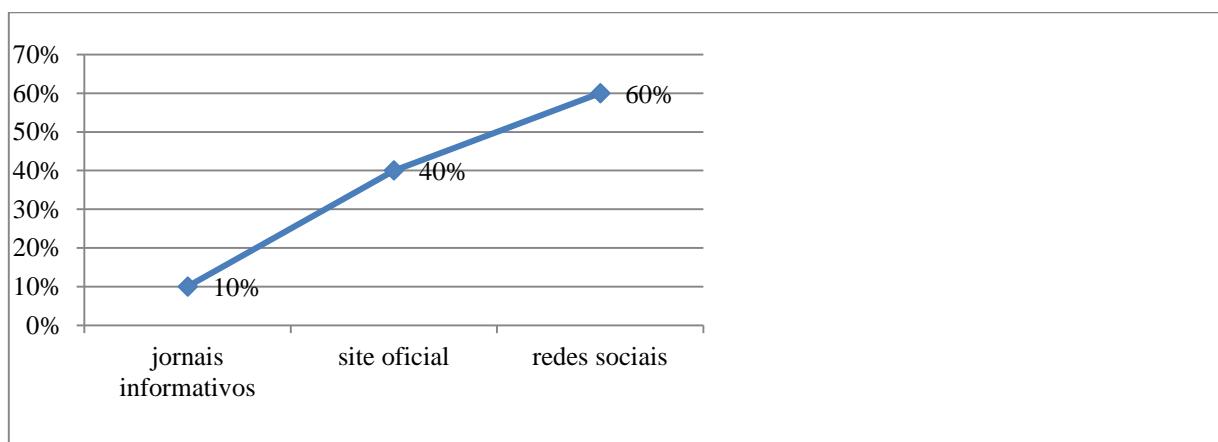
6.2.5 DISSEMINAÇÃO E USO DE INFORMAÇÃO RELIGIOSA POR MEIO DAS TIC PELOS MEMBROS DA COMUNIDADE REMIDOS NO SENHOR

Em um segundo instante, perquirimos se o jovem considera-se conectado às novas plataformas de comunicação informação? 100% disseram que sim.

As razões apresentadas foram: a influência das tecnologias: “*antenado com os novos meios de comunicação*”; “*necessidade de atualizações para exames, concursos e provas*”; “*ferramenta meio de trabalho*” e “*busca por sites religiosos*”.

A próxima pergunta dava margem a mais de uma opção: Onde você costuma buscar informações sobre a comunidade? 10% acentuaram os jornais informativos, 40% o site oficial e 60% redes sociais. Não houve marcações para os itens vídeo, rádio web e TV web. Com relação aos objetivos da procura por conteúdo, todos garantiram pesquisar sobre a entidade.

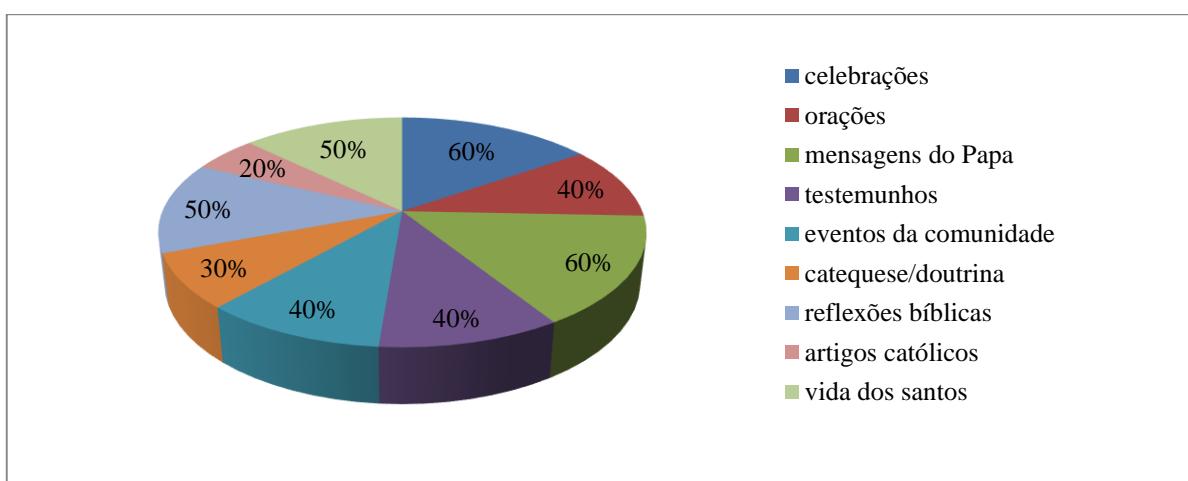
Gráfico 22 - Busca por informações



Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

O item subseqüente quis saber: quais informações difundidas pela comunidade por intermédio das TIC suscitam a atenção dos jovens? 60% enfatizaram as celebrações, 40% orações, 60% mensagens do Papa, 40% testemunhos, 40% eventos da comunidade, 30% catequese/doutrina, 50% reflexões bíblicas, 20% artigos católicos e 50% vida dos santos.

Gráfico 23 - Informações difundidas pela comunidade via TIC

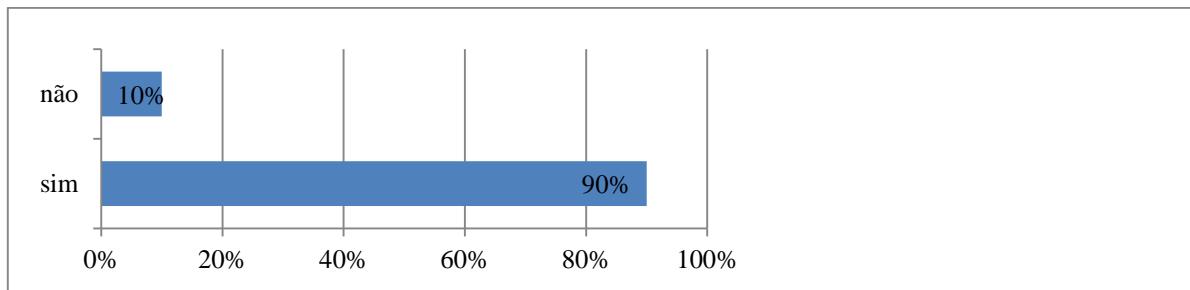


Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Sobre o motivo da escolha dos conteúdos mencionados acima, frisem-se os relatos: “*ampliar a experiência de comunidade*”; “*inteirar-se dos assuntos da Igreja Católica*”; “*solidificar a fé*”; “*saber do que acontece na comunidade*”.

A última indagação teve como finalidade compreender se os jovens costumam compartilhar as informações que tem acesso? 90% pontilharam que sim, 10% responderam que não.

Gráfico 24- Compartilhamento de informações



Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

As motivações mais nomeadas para o compartilhamento de informações foram: *a evangelização; importância de levar as pessoas para Jesus; propagar a comunidade; buscar a conversão e a salvação dos outros*.

Na Remidos no Senhor, 100% se dizem conectado às TIC, destes menos da metade acessa o site oficial, entretanto, a maioria afirmaram ligar-se nas redes sociais. As mensagens do Papa e as celebrações são os itens que mais chamam a atenção, em detrimento dos artigos que são postados. 90% compartilham o que vêem.

As limitações técnicas ratificadas pelo representante entrevistado quanto ao uso das TIC, são perceptíveis nos índices de visualização no site, apesar de todos os que responderam retratarem-se como plenamente conectados e dispostos, grande parte, a multiplicar o conteúdo que apreende.

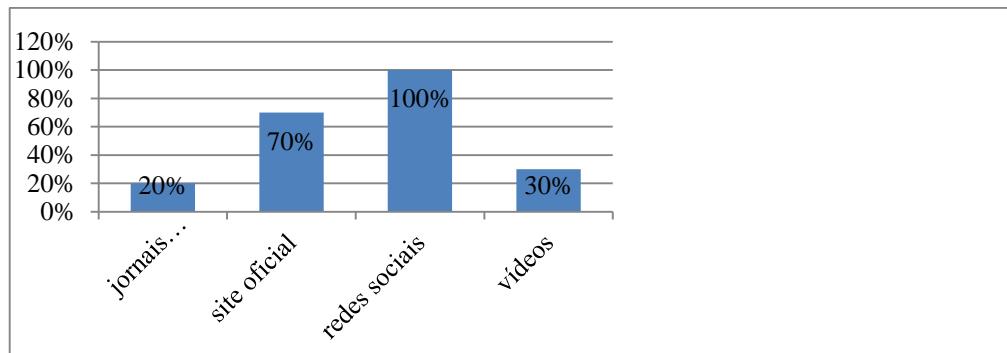
6.2.6 DISSEMINAÇÃO E USO DE INFORMAÇÃO RELIGIOSA POR MEIO DAS TIC PELOS MEMBROS DA COMUNIDADE PIO X

A outra etapa do questionário, centralizada na disseminação e uso de informação, apurou se o jovem considerava-se conectado às novas plataformas de comunicação e informação? 100% acentuaram que sim.

As principais justificativas para a unânime conexão às TIC são essas: “*necessidade do mundo de hoje*”; “*notícia em tempo real*”; “*facilita a comunicação*”; “*acompanhar as mudanças*”; “*de olho nos acontecimentos da comunidade*”.

A pretexto do meio de comunicação em que os jovens freqüentemente buscam informações sobre a comunidade? 20% marcaram os jornais informativos; 70% site oficial; 100% redes sociais; 30% vídeos. Nenhum pontuou a rádio web e a TV web.

Gráfico 25- Busca por informações

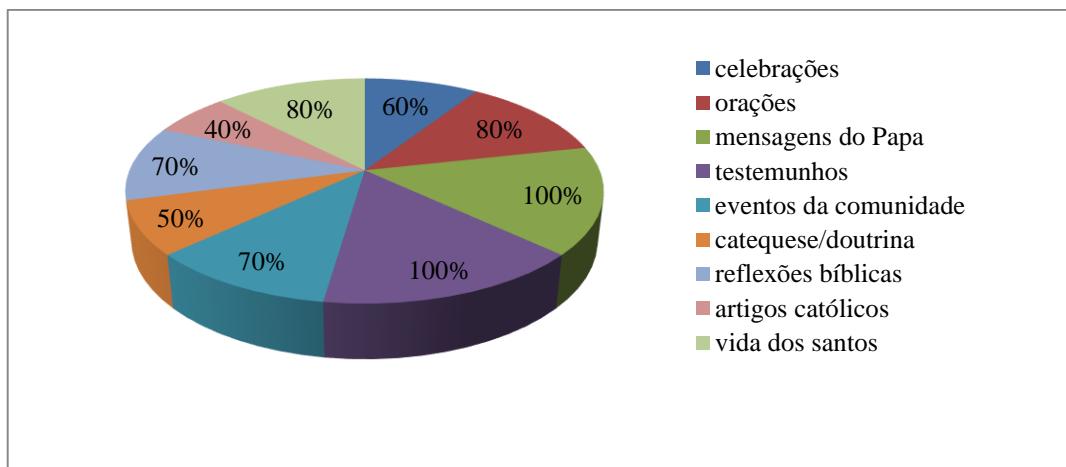


Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Os argumentos dos jovens na forma de manusear esses espaços informacionais são esses: “*verificar as ações da comunidade*”; “*postar e compartilhar*”; “*para melhor conhecer a fé*”; “*evangelizar*” e “*ficar por dentro dos eventos da comunidade*”.

Quais informações difundidas pela comunidade por intermédio das TIC suscitam a sua atenção? Foi a próxima pergunta realizada. 60% evidenciaram as celebrações; 80% orações; 100% mensagens do Papa; 100% testemunhos; 70% eventos da comunidade; 50% catequese/doutrina; 70% textos e reflexões bíblicas; 40% artigos católicos; 80% vida dos santos.

Gráfico 26- Informações difundidas pela comunidade via TIC



Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

As causas pela preferência dos conteúdos acima foram assim descritos: “*sustentáculo na vida da fé*”; “*fortalecer a vida religiosa*”; “*vida dos santos são exemplos*”; “*Deus quer nos falar*”; “*demonstrar o agir das pessoas*”; “*crescimento espiritual*”; “*ama a santa igreja*”; “*testemunhos são importantes*” e “*servem de base*”.

100% dos participantes reconheceram que compartilham as informações que têm acesso. Os estímulos elencados para o compartilhamento de informações são: “*propagar a boa nova*”; “*evangelizar faz parte da vida do cristão*”; “*edificar a vida dos outros*”; “*Levar a palavra de Deus*” e “*evangelizar*”.

Na Pio X, Todos se dizem conectados e com penetração nas redes sociais, o portal oficial soma 70% de incursões. Os conteúdos mais vistos são as mensagens do Papa e os testemunhos, 100% partilham em outros canais interativos as informações consumidas.

Como a maior produtora de conteúdos dentre as comunidades pesquisadas, a Pio X também contabiliza os mais altos índices de acompanhamento de suas informações por intermédio das TIC e de ressonância a outras plataformas, com o unânime compartilhamento de seus usuários. No nosso entendimento, a grande recepção aos ensinamentos do Papa está diretamente associado ao seu carisma. A intensa procura por conhecer testemunhos faz jus a uma das mais notáveis características da congregação, que são as palestras proferidas por pregadores renomados, o que exibe um mecanismo de atração operoso.

Com o objetivo de aprofundar-nos a respeito do uso e disseminação das TIC pelos jovens componentes das comunidades pesquisadas, elaboramos um resumo dos argumentos mais citados por eles na etapa aberta dos questionários. Com base no quadro comparativo produzido, realçamos dois pontos: a importância da inserção virtual nas temáticas que cercam a entidade, o que integra desde uma formação católica até os eventos que se realizam e a necessidade de evangelizar, o que se desdobra em uma difusão da comunidade e no comprometimento com a causa que é vinculada.

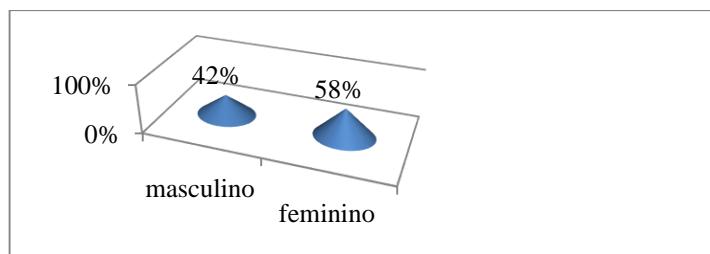
Quadro 4- Expressões mais citadas pelos jovens integrantes das comunidades

RAZÕES PARA ESTAR CONECTADO ÀS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TIC)	CAUSAS PARA A SELEÇÃO DOS ESPAÇOS INFORMACIONAIS QUE DIVULGAM INFORMAÇÕES DA COMUNIDADE	MOTIVAÇÕES NA ESCOLHA DOS CONTEÚDOS DISSEMINADOS PELA COMUNIDADE	ESTÍMULOS ELENCADOS PARA COMPARTILHAR AS INFORMAÇÕES DE NATUREZA RELIGIOSA QUE TÊM ACESSO
Busca por notícias	Verificar as ações da comunidade	Fortalecimento da vivência religiosa	A formação comunitária motiva o compartilhamento
Necessidade para o trabalho e estudos	Compartilhar o conteúdo que têm acesso	Ampliar a experiência em comunidade	Propagar a comunidade
Facilitar a comunicação	Evangelizar o próximo	Evangelizar o próximo	Evangelizar o próximo
Estar inteirado com os assuntos da religião e da comunidade	Solidificar a fé pessoal	Estar inteirado dos assuntos da Igreja Católica	Trazer amigos à comunidade

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

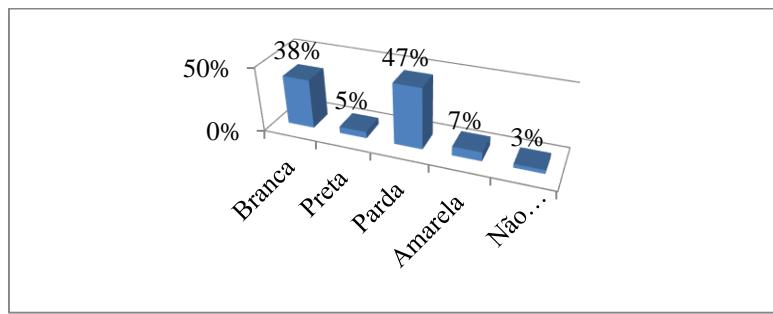
Com vistas a uma leitura mais ampla do estudo realizado, trazemos os dados colhidos na pesquisa com jovens das três comunidades estudadas, o que permite um panorama geral acerca do perfil socioeconômico e da disseminação e uso das Tecnologias de informação e comunicação (TIC) por parte dos 60 participantes do questionário.

Do total de participantes, 58% são do sexo feminino, enquanto que 42% são do sexo masculino.

Gráfico 27- Sexo

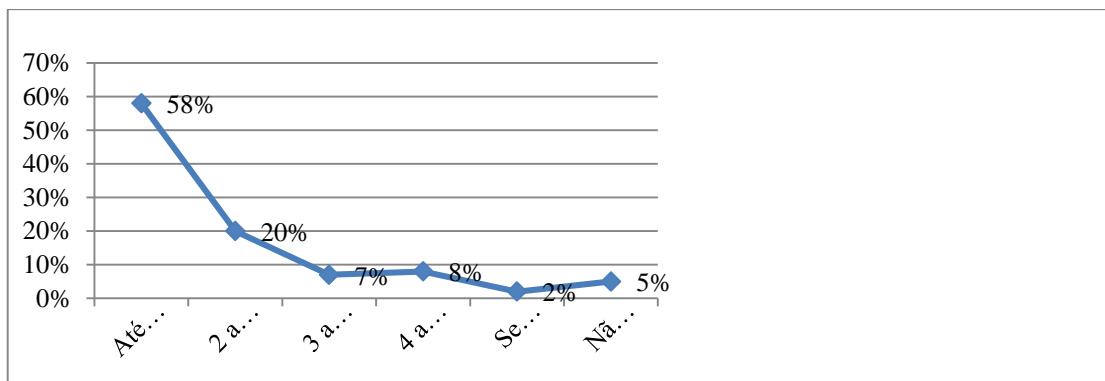
Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Sobre a cor da pele, 38% declararam-se de cor branca, 05% preta e 47% de cor parda, 7% amarela e 3% não declararam a cor da pele. Nenhum dos entrevistados se disse indígena.

Gráfico 28- Cor da pele

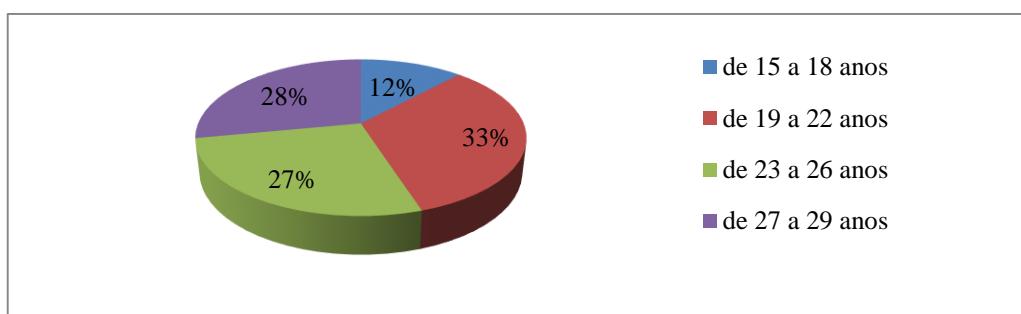
Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Sobre a renda, 58% expressaram ganhar até 2 salários-mínimos, 20% de 2 a 3 salários mínimo, 07% de 3 a 4 salários, 08% de 04 a 05 salários-mínimos, 02% sem renda e somam 5% os que não especificaram.

Gráfico 29 - Renda

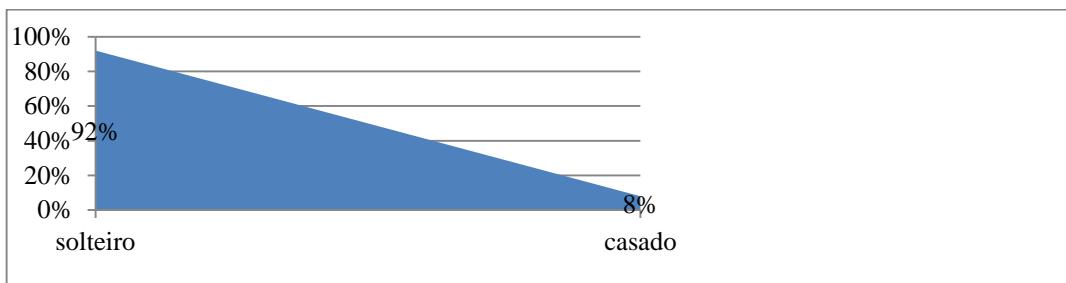
Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

A respeito da idade, 12% relataram possuir de 15 a 18 anos; 33% de 19 a 22 anos; 27% de 23 a 26 anos, 28% de 27 a 29 anos.

Gráfico 30-Idade

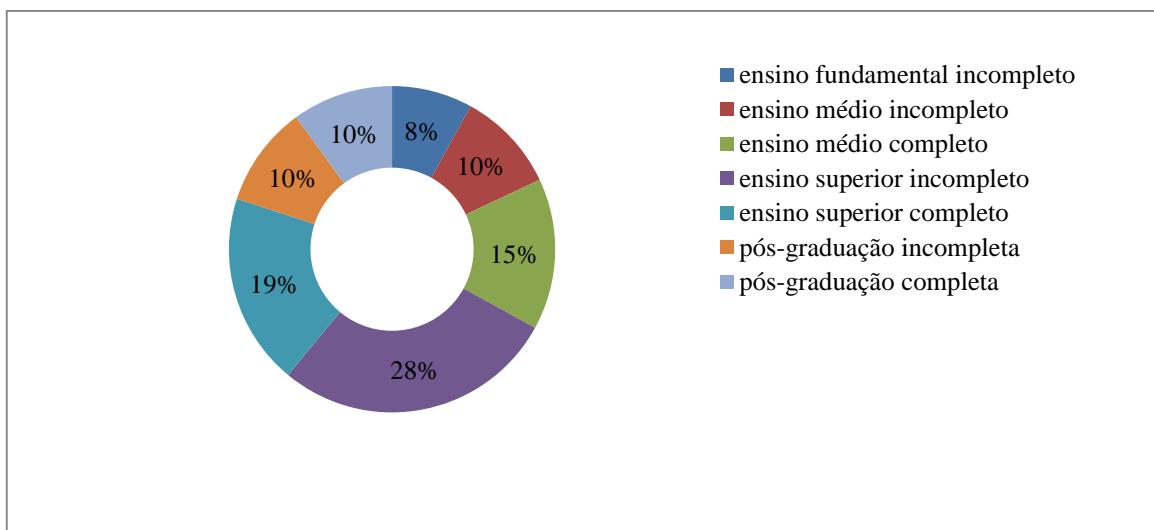
Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Indagados sobre o estado civil, 92% manifestaram estar solteiro, enquanto que 08% anunciaram ser casado. Ninguém se apresentou como viúvo ou divorciado.

Gráfico 31 - Estado civil

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

No item escolaridade, 08% relataram possuir o Ensino fundamental incompleto, 10% Ensino médio incompleto, 15% Ensino médio completo, 28% Ensino superior incompleto, 19% Ensino superior completo, 10% Pós-graduação incompleta e 10% Pós-graduação completa.

Gráfico 32-Escolaridade

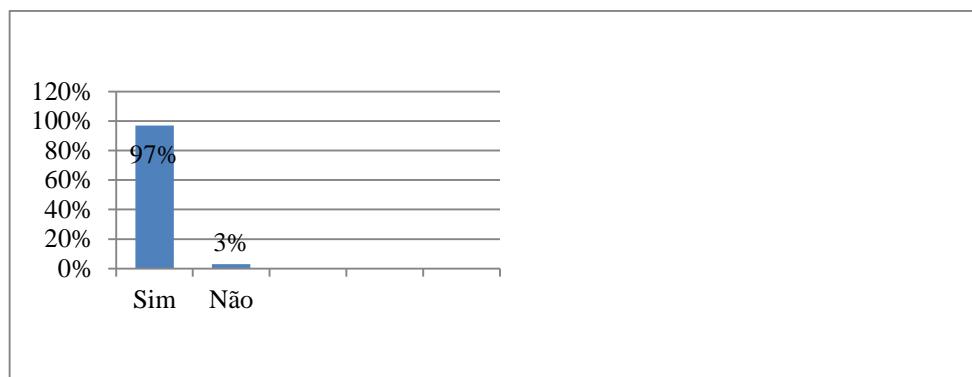
Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Os dados gerais suscitam algumas leituras. A maioria de participantes do sexo feminino vai de encontro com os dados do IBGE que apresentam 64,04% de jovens católicos do sexo masculino e 62,78% do sexo feminino. Com relação a cor da pele os resultados colhidos nas comunidades são quase equiparados a média nacional: 48,8% dos católicos se declaram brancos, 43,0%, pardos, 6,8%, pretos, 1,0%, amarelos e 0,3%, indígenas. O quesito idade parece bem estratificado, enquanto que a esmagadora cifra de solteiros chama a atenção. É bem verdade que há um direcionamento muito contundente quanto às questões afetivas, a discussão em torno de relacionamentos sempre motiva muitos questionamentos dos partícipes

das agremiações. De cada 10 jovens, 07 são ou já foram universitários, reflexos das investidas que ocorrem no espaço acadêmico das instituições de ensino superior de Campina Grande.

O segundo momento do questionário com os 60 jovens, envolveu o seguinte aspecto: *Disseminação e uso de informação religiosa por meio das TIC*. A primeira questão indagou se o jovem considera-se conectado às novas plataformas de comunicação e informação? 97% responderam que sim, 03% que não.

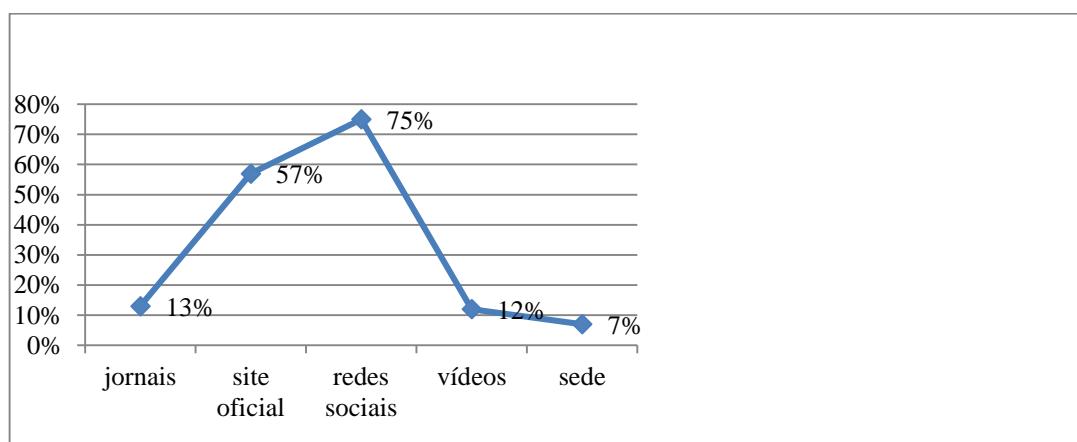
Gráfico 33 – Conectividade às TIC



Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Inquiridos sobre onde costuma buscar informações sobre a comunidade? 15% pontuaram os jornais informativos, 57% no site oficial, 75% nas redes sociais, 12% disseram vídeos e 07% pontuaram que buscam informações na própria comunidade. Nenhum destacou rádio web ou TV web. Essa opção permitia marcar mais de uma assertiva.

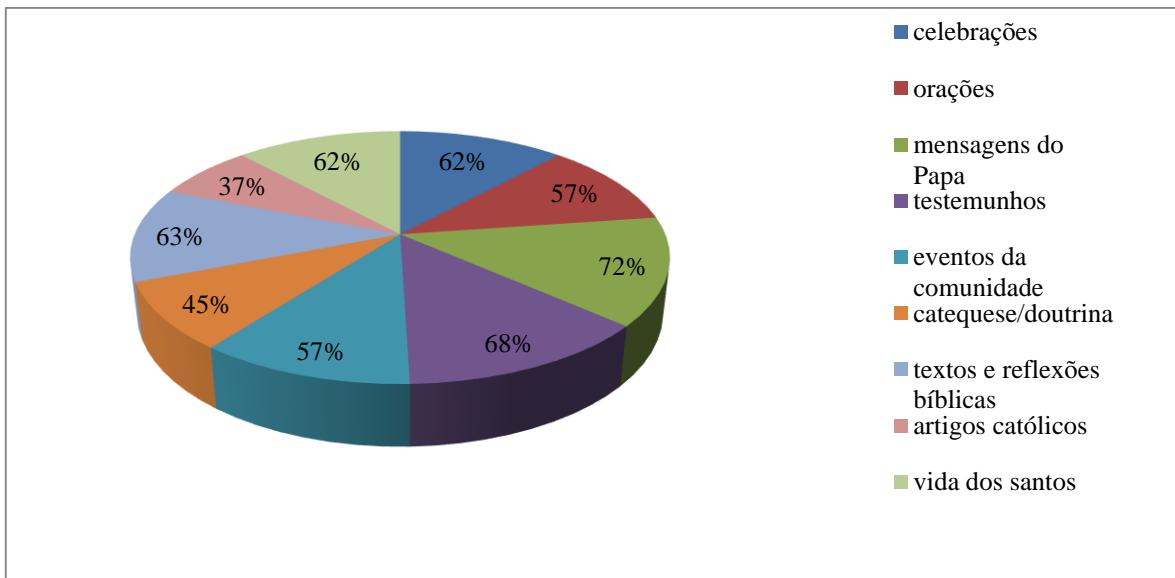
Gráfico 34 – Busca por informações



Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Quais informações difundidas pela comunidade por intermédio das TIC suscitam a sua atenção? Foi a próxima sondagem feita e que possibilitava mais de uma opção a ser preenchida. 62% focalizaram as celebrações, 57% orações, 72% mensagens do Papa, 68% testemunhos, 57% eventos da comunidade, 45% catequese/doutrina, 63% textos e reflexões bíblicas, 37% artigos católicos, 62% vida dos santos.

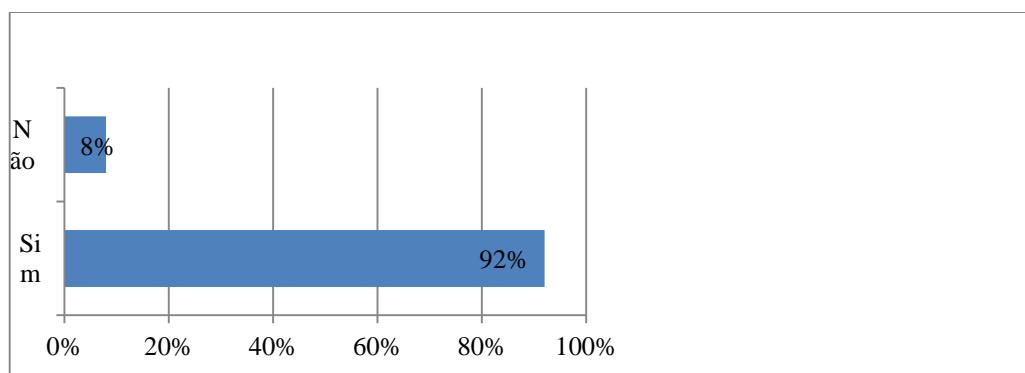
Gráfico 35- Informações difundidas pela comunidade via TIC



Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

A última questão quis saber sobre o compartilhamento das informações que se têm acesso? 92% responderam que compartilhavam, enquanto que 8% disseram que não.

Gráfico 36- Compartilhamento de informações



Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Pelos elementos captados, é perceptível a densidade das redes sociais na busca de informações por parte dos jovens. Enquanto que os jornais produzidos pelas entidades arregimentam uma atenção pouco expressiva, sinal evidente do novo rearranjo social

proporcionado pelo ciberespaço. As informações difundidas são bem aceitas e conseguem arregimentar uma atenção dos que acessas conteúdo religioso via TIC.

Nessa perspectiva, tendo em vista que a linguagem midiática cristaliza sentimentos e a explora eficazmente, capitalizando atenções a partir das suas enunciações, constatamos que as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) com sua estrutura *distributiva* e *hipertextual*, são oportunas esferas para as manifestações religiosas. Tal ferramenta imprime um grau de visibilidade necessária, por possibilitar um acesso instantâneo e uma intervenção mais consistente em plataformas e na disseminação de conteúdos. É mais uma evidência de como essas redes permeia o imaginário.

Essa variação tempo/espaço transforma não só as relações, mas também articula uma lógica de inteligência coletiva, fruto de um sistema que agora privilegia uma comunicação multidirecional, não mais pautada em uma mensagem vertical sem a participação do usuário. Agora, o internauta é também produtor de sentidos, aspecto central da internet 2.0¹⁸.

No ciberespaço, onde os ritos de representação são marcados por um viés subjetivo, é possível criar um canal de trocas e agenciamentos. Se o “compartilhamento é condição da memória” (BARRETO, A. M, 2005, p. 119), então o ciberespaço guarda em sua estrutura uma grande cadeia de percepções.

¹⁸ Rede mundial de computadores mais colaborativa, pautada pelo acesso instantâneo e o compartilhamento cada vez mais gradual da informação.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o propósito de atender às metas assumidas nessa investigação, optamos inicialmente por construir uma estrutura teórica firmada nos seguintes conceitos: *informação; comunicação; tecnologia; midiatização; religiosidade; juventude; comunidade; sociabilidade; pluridisciplinaridade e modernidade*.

Esses elementos foram sistematizados a partir do objetivo geral desse estudo, que é “*analisar as estratégias de disseminação e uso da informação religiosa por meio das tecnologias de informação e comunicação (TIC) pelas comunidades católicas: Pio X, Remidos no Senhor e Obra Nova de Campina Grande*”. Desse modo, para atingir a esse fim principal, foram fixados 04 objetivos específicos, sendo os três iniciais elucidados a partir de uma entrevista com os líderes religiosos.

O primeiro objetivo procurou identificar as TIC utilizadas no processo de disseminação de informação religiosa pelas comunidades pesquisadas. Constatou-se uma forte penetração da comunidade Obra Nova em redes sociais e no lançamento de programas da entidade em vídeo e na rádioweb, destaque-se os eventos *Acampom* que ocorre no período carnavalesco e o *Cristo jovem* geralmente no mês de outubro, em sintonia com as celebrações pelo Dia Nacional da Juventude nas paróquias.

A Remidos no Senhor centraliza suas atenções nos meios de comunicação seculares, por entender a maior abrangência desses veículos. Seus eventos são divulgados com maior ênfase em espaços que são conseguidos na TV aberta. Seja nos grandes acontecimentos como o retiro *Enchei-vos* ou no encontro de cura e libertação denominado *Levanta-te*, a idéia é sempre popularizá-los por intermédio de entrevistas em jornais locais.

A Pio X é a comunidade que mais usa as TIC para divulgar suas ações, é também a que mais reúne pessoas em suas celebrações de massa, sendo o *Crescer*, evento que acontece durante o feriado de carnaval, o maior encontro católico de Campina Grande, chegando a somar cerca de 50 mil pessoas. Além desses, o *Viver em Cristo* que ocorre no segundo semestre, é também de grande expressão na cidade. Ainda há um informativo intitulado *Frutos* e um programa semanal na rádio Campina FM, denominado *Voltaí a mim*. Recentemente, a referida agremiação adotou um espaço no WhatsApp, no qual compartilha informações de eventos e orações entre os usuários.

Nos canais de interação das comunidades, há uma limitação de hiperlinks que estabeleçam uma interconexão com páginas afins e que possa redefinir ou construir centros de

ramificação, “essas zonas, conectar o texto a outros documentos, arrimá-lo a toda uma memória que forma como que o fundo sobre o qual ele se destaca e ao qual remete, são outras tantas funções do hipertexto informático”. (LÉVY, 1996, p. 37).

A webtv das comunidade “Pio X” dá uma suavização no design, e não traz um efeito destoante ao visualizar a página, o que se coaduna com o olhar de Padovani (2002), “com uma seqüência pode-se perceber o grau de linearidade e de arborescência da navegação, ou seja, até que ponto o percurso realizado se aproxima de um percurso linear e até que nível da rede semântica do hipertexto o usuário visitou”.

Os portais da Obra Nova, Pio X e Remidos no Senhor, como bem destacado em seus princípios editoriais, adota um criterioso processo avaliativo em cada post que é divulgado e submete os comentários feitos pelos internautas também a uma triagem específica, que se coadune com a essência da proposta do site. Nesse caso, há uma restrição interativa para não se perder no foco principal dos administradores: uma evangelização que perpassasse as redes e contribua com a formação religiosa do sujeito e sua integração à Igreja Católica.

As dinâmicas das relações no espaço social ao qual pertencem as instituições exigem uma redefinição continua dos comportamentos legítimos de cada participante. É necessário, portanto, que exista uma espécie de voz corrente da instituição, mas também que possa ser aplicada rapidamente. A aplicação ideal desse mecanismo é a criação de canais de comunicação institucionais, a partir dos quais as divisões geradoras de comportamento possam ser livremente divulgadas (MARTINO, 2003, p.85)

No tocante ao segundo objetivo específico, demarcado por *classificar os conteúdos de informação religiosa presentes nas estratégias de disseminação por meio das tecnologias de informação e comunicação*, percebe-se a atenção em somar notícias que envolvem o trabalho pastoral na comunidade e menções às atividades da Igreja Católica.

Na Obra Nova, há uma ação mais versátil, que reúne desde reportagens com um cunho formativo até críticas de filmes e livros que se coadunam com a moral cristã. Essas intervenções são consequências do perfil de seu público. A Remidos no Senhor adota uma postura de veicular principalmente notícias de formação religiosa, ressalte-se a resistência do líder em promover o grupo em tempo real pelas TIC, por considerá-las ineficazes no ponto de vista de arrebanhar novos membros.

Quanto a Pio X, observa-se uma ampla cobertura do que acontece na comunidade, desde cenáculos de oração até grandes cerimônias. Com atualização constante, uma vasta gama de conteúdos é lançada em seu portal oficial concatenados às redes sociais. Questões

que envolvem a doutrina católica, a temática da oração pessoal e vivência evangélica permeiam às exposições via TIC.

Com relação ao objetivo terceiro, *descrever as dificuldades e/ ou obstáculos na disseminação de conteúdos de informação religiosa*, foram relatados a questão da demanda de produção por parte da Obra Nova, dificuldades financeiras pela Pio X e a ineficiência instrumental na Remidos no Senhor. Para atingir a instantaneidade inerente ao ciberespaço é preciso de certa condição orçamentária que abarque suportes técnicos e material humano.

O último objetivo específico delimitado foi: *apreender os impactos da disseminação da informação religiosa por meio das tecnologias de informação e comunicação nos jovens fiéis das comunidades estudadas*. Após a apresentação dos dados colhidos através de questionários, é imprescindível uma leitura atenta às seus resultados mais relevantes.

O estudo com as três comunidades católicas de Campina Grande também permitiu a realização de mais algumas inferências a respeito do *perfil demográfico* dos pesquisados, assim como suas formas de *disseminação e uso de informação*. A significativa cifra de solteiros vai ao encontro das posturas assumidas pelos líderes das agremiações de adotar sermões voltados a uma relação que seja acompanhada por determinados preceptores. No campo afetivo, principalmente com os mais jovens, há uma redução da autonomia, não obstante, ela é incorporada pelos membros como uma conduta cristã subsidiada na providência divina, em que a espera pode significar no futuro, durabilidade e certeza, na contramão da efemeridade das relações amorosas que marcam também os tempos hodiernos.

Em todas as coletividades, algumas manifestações dos participantes do questionário, suscitam leituras. A primeira delas é que uma das motivações elencadas para uso das TIC está a necessidade conhecer melhor a religião e inteirar-se do que ocorre na comunidade vinculada. Exemplo de que a experiência de fé rompe com o templo físico e se desdobra em outras áreas do cotidiano.

Diante disso, entendemos outra máxima insistida pelos participadores, o dever de evangelizar. Nas exposições propugnadas pelos responsáveis da comunidade, é latente a bandeira do que já anteriormente definimos como *reiteração do ser religioso*, em sua essência, não basta ser um sócio ativo, é preciso acima de tudo, assumir a função de ser um militante, defender as teses religiosas, proceder com firmeza cristã diante das distopias morais e abraçar a causa de levar à agremiação, novos ‘irmãos’.

Usar o ciberespaço como meio de propagação de informação religiosa é também uma de suas mais notáveis facetas. O *ser religioso* é revivificado a cada publicação e ressignificado quando se cria uma nova rede de compartilhamento em larga escala, já que ela

tende a introduzir-se em outros níveis da esfera midiática, catalisando atenções e prováveis afecções. Lembra Castells (2003, P.07) que “a difusão da tecnologia amplifica infinitamente seu poder ao se apropriar de seus usuários e redefini-los”.

Isto posto, vislumbramos novos horizontes de pesquisa. A partir das apurações constatadas no universo do uso das TIC pelas comunidades católicas, inquirimo-nos sobre os outros movimentos religiosos que hoje trabalham com a divulgação das atividades da Igreja como um todo, acentue-se a Pastoral da comunicação, que se prolifera paulatinamente nas paróquias de Campina Grande com apreciável adesão. Como os dados são mapeados? Quais TIC são escolhidas? Quais meios são mais bem recepcionados?

O Setor de juventude e suas manifestações virtuais, centradas numa nova linguagem e estilo de transmitir informação religiosa que se adéquie as novas demandas dos fiéis, também tem ganhado atenção dos líderes religiosos, constituindo na mais importante e emblemática investida da Diocese na contemporaneidade. A retórica da castidade apresentada tenta reafirmar uma atitude religiosa que de fato vai de encontro com a noção do ‘carpe diem’ e do culto a obsolescência, que segundo a CNBB (2007, p.37) propicia uma juventude “individualista, consumista e politicamente desinteressada”.

No contexto plural que se percebe, as expressões de religiosidade podem produzir novos conceitos e viabilizar reinterpretações de práticas espirituais. Esse estudo expôs como a visibilidade midiática mediada pelas TIC pode contribuir na propagação de informação religiosa por intermédio de seus atributos de *mobilidade, inter-atuação e distribuição*. Às comunidades católicas examinadas, esse estudo propõe uma leitura sobre o fenômeno infocomunicacional que se introduz em compasso exponencial na sociedade e que concebe novos lócus de vivência e prováveis afiliações.

REFERÊNCIAS

V CONFERÊNCIA GERAL DO EPISCOPADO LATINO AMERICANO E DO CARIBE. **Documento de Aparecida.** Brasília: CNBB, 2007.

ALVES,Rubem. **O que é religião.** São Paulo: Loyola, 2005.

ARAÚJO, Eliany Alvarenga de. **Informação, Cidadania e Sociedade no Brasil.** Informação & Sociedade. Estudos, João Pessoa, v. 2, n.1, p. 42-49, 1992.

ASSMAN, Hugo. **A metamorfose do aprender na sociedade da informação.** CI. Inf. v. 29, n. 2, p. 7-15, maio/ago. 2000.: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v29n2/a02v29n2.pdf>. Acesso em:15 de maio de 2015.

BAPTISTA, Sofia Galvão. CUNHA, Murilo Bastos da. Estudo de usuários: visão global dos métodos de coleta de dados. **Perspectivas em Ciência da informação.** Belo Horizonte, v.12, n2, p.168-184, maio/ago.2007.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo.** Portugal: Edições 70, 1977.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** Tradução: Luís Antero Reto, Augusto. São Paulo: Lisboa, 2011.

BARRETO, Angela Maria. **Informação e conhecimento na era digital.** In: Revista IBICT. Vol I, n 1, 2006.

BARRETO, Aldo de Alburquerque. **A condição da informação. São Paulo em Perspectiva,** v.16, n.3, p.67-74, jul./set., 2002.

_____. **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 maio de 2015.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual.** Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2005.

_____. **Modernidade Líquida.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, (2001).

BERGSON, Henri. **Matéria e memória:** ensaio sobre a relação do corpo com o espírito. Tradução Paulo Neves. 2^a Edição. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BORELLI, Viviane (org.). **Mídia e religião:** Entre o mundo da fé e o do fiel. Rio de Janeiro: E-Papers, 2010.

BRAPCI. **Base de dados referencial de artigos de periódicos em Ciência da Informação.** Disponível em: <http://www.brapci.ufpr.br/>. Acesso em: 26. Fev.2016.

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

BROOKES, B. C. **The foundations of information science:** Part I. Philosophical aspects. Journal of Information Science, n.2, p.125-133, 1980.

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

CARDOSO, Rodrigo. **A fé da juventude.** Istoe, São Paulo, edição 2016. jun. 2009. Disponível em : www.istoe.com.br/conteudo/5183_A+FE+DA+JUVENTUDE. Acesso em : 22 jan. 2015

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

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

CEBRIÁN, Juan Luis. **A rede: como nossas vidas serão transformadas pelos novos meios de comunicação.** 2. ed. São Paulo: Summus, 1999.

CERIS. **Tendências do catolicismo no Brasil.** Rio de Janeiro: Ceris, 2000.

CHESNAUX, Jean. **Modernidade- mundo.** Petrópolis: Vozes, 1989.

COELHO, H.. **Tecnologias de informação.** Lisboa: D. Quixote, 1986.

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL - CNBB. **Diretrizes gerais da ação evangelizadora da igreja no Brasil2003-2006**. São Paulo: Paulinas, 2003.

_____. **Evangelização da juventude:** desafios e perspectivas pastorais. Brasília: CNBB, 2007.

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

DOMINGUES, Ivan. Em busca do método. In: _____. (org.). **Conhecimento e transdisciplinaridade**. Aspectos metodológicos. - Belo Horizonte. Editora UFMG, 2005, p. 17 – 40.

DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio (org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2005.

DUARTE, Jorge. **Entrevista em Profundidade**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

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. **Fragmentos de uma “analítica” da midiatização**. Matrizes. São Paulo, v.1, n.2, 89-105 Abril de 2008. Disponível em <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/88/136>, acessado em 16 de janeiro de 2015

_____. **Processos midiáticos e construção das novas religiosidades:** dimensões discursivas. Intertexto. Vol. 2. Nº7. Porto Alegre: UFRGS, 2001.

_____. **Midiatização e processos sociais na América Latina**. São Paulo: Paulus, 2008.

FRAGOSO, Suely. **O Espaço em Perspectiva**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2005.

GARRETT, Jesse J. **The elements of user experience: user-centered design for the web**.Berkeley: New Riders, 2003.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara koogan, 2006.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade.** São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1991.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, Maria Nélida. **Para uma reflexão epistemológica acerca da Ciência da Informação.** Perspectivas em Ciência da Informação, Belo Horizonte, v. 6, n. 1, p. 5-18, jan./jun. 2001.

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

GUINCHAT, Claire; MENOU, Michel. **Introdução geral às ciências e técnicas da informação e documentação.** Brasília: IBICT, 1994.

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

IBGE. Censo Demográfico 2000 – **Características Gerais da População.** Resultados da Amostra. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/estadosat/temas.php?sigla=to&tema=censodemog2010_relig. Acesso em 10 de maio de 2015.

JACKS, Nilda. **Comunicação, cultura e identidade:** confluências. In _____. Querência: cultura regional como mediação simbólica. Porto Alegre: Ed Universidade/ UFRGS, 1999.

JAPIASSU, Hilton; MARCONDES, Danilo. **Dicionário básico de filosofia.** 2ed. Revista. Rio de Janeiro: Zahar, 1991. 265 p.

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

JORENTE, Maria José Vicentini. **Ciência da informação: mídias e convergência de linguagens na web.** São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012. (Coleção PROPG Digital - UNESP). ISBN 9788579833304. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/109223>>. Acessado em: 02 de junho de 2015.

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

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência.** 2ª Edição. São Paulo, editora 34. 1993.

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

LIBÂNEO, J. B. **Crer num mundo de muitas crenças e pouca liberação.** São Paulo: Paulinas, Valência, ESP: 2001.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos.** São Paulo: Barcarolla, 2007.

LYOTARD, Jean François. **A condição pós-moderna.** Trad. de Ricardo Corrêa Barbosa. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002.

MARCIANO, João Luiz Pereira. **Abordagens epistemológicas à Ciência da Informação:** fenomenologia e hermenêutica. *Transinformação*, Campinas, v. 18, n. 3, p. 181-190, set./dez. 2006.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica.** 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

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

MCLUHAN, H. M. **The Gutenberg Galaxy:** The Making of Typographic Man. Toronto: University of Toronto Press, 1962.

MINAYO, M. C. de; SANCHES, O. Quantitativoqualitativo: oposição ou complementaridade? *Cad. Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, p. 239-262, 1993.

MINAYO, M. C. **Pesquisa Social:** teoria, método e criatividade. Petrópolis, Vozes, 2010.

_____. **O desafio da pesquisa social.** In: *Pesquisa Social: teoria, método e criatividade*. Ed. Vozes, Petrópolis, 2009.

NEGROPONTE, Nicholas. **A Vida Digital.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995. 231 p.

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.

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 2015.

PADOVANI, Stephania. **Avaliação Ergonômica de Sistemas de Navegação em Hipertextos Fechados**. In: MORAES, Anamaria de. Design e Avaliação de Interface. Rio de Janeiro, iUsEr, 2002.

PAIS, José Machado. **Culturas juvenis**. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1997.

PINHEIRO, E. G; NASCIMENTO, R. N. **A Informação: a força que antecipa o futuro**. Informação & Sociedade. Estudos, João Pessoa, v. 11, n.2, p. 145-158, 2002.

PINHO, Júlio Afonso Sá de. **As novas tecnologias da comunicação e informação diante da transversalidade entre natureza e cultura**. Culturas midiáticas– Ano I, n. 01 – jul./dez./2008. file:///C:/Users/junior/Downloads/11630-16658-1-PB%20(2).pdf. Acesso em: 07 de agosto de 2015.

PIRES, Álvaro P. Sobre algumas questões epistemológicas de uma metodologia geral para as ciências sociais. In: POUPART, Jean; et all. **A pesquisa qualitativa – enfoques epistemológicos e metodológicos**. Rio de Janeiro: Vozes, 2008, p. 43-94.

POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da Comunicação - O Pensamento e a prática da Comunicação Social**. Rio de Janeiro: Campus, 2003. 179 p.

POMBO, O. **Epistemologia interdisciplinar.** In: seminário internacional interdisciplinaridade, humanismo, universidade. Porto, 2003. Anais... Porto, 2003. p. 1-29. Disponível em: Acesso em: 16 de junho de 2015.

PRANDI, R. As religiões, a cidade e o mundo. In: PIERUCCI, A. F. e PRANDI, R. **A realidade social das religiões no Brasil.** São Paulo: Hucitec, 1996.

_____. **Um sopro do Espírito:** a renovação conservadora do catolicismo carismático. 2. ed. São Paulo: Fapesp, 1998.

QUÉAU, Philippe. **Imagen máquina: a era das tecnologias do virtual.** In: PARENTE, André. São Paulo: editora 34, 1993.

RAWSKI, C. Towards a theory of librarianship. Papers in honor of Jesse H. Shera. New Jersey: Scarecrow, 1973 apud GONZÁLEZ DE GÓMES, Maria Nélida. **Para uma reflexão epistemológica acerca da ciência da Informação.** Perspect. cienc. inf., Belo Horizonte, v.6, n.1, p. 5-18, jan/jun.2001.

RIBEIRO, J. C. **Religiosidade Jovem** - pesquisa entre universitários. São Paulo: Loyola, Olho d'Água, 2009.

RICHARDSON, Roberto Jarry et al. **Pesquisa Social: métodos e técnicas.** 3^a edição. São Paulo: Atlas, 1999.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Comunicação e Cultura, a experiência cultural na era da informação.** Lisboa: Editorial Presença, 1999.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Hernández; LUCIO, Pilar Baptista. **Metodologia de Pesquisa.** Tradução Fátima Conceição Murad, Melissa Kassner, Sheila Clara Dystyler, 3 ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

SANTOS, Jair Ferreira. **O que é pós-moderno.** São Paulo: Braziliense, 1986.

SANTOS, Jussara Ventura dos. Orientador: Edvaldo Carvalho Alves. **O uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) na disseminação da informação religiosa.** - João Pessoa, 2014. Dissertação (Mestrado) – UFPB/CCSA.

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. _____. *Information Science. Journal of the American Society for Information Science*, v. 50, n. 12, p. 1051-1063, 1999. Disponível em: < <http://comminfo.rutgers.edu/~tefko/JASIS1999.pdf>>. Acesso em: 12 de julho de 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.

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

SOUZA, André. **A renovação popularizadora católica.** Revista Estudos da religião, nº 04, p. 46-60, 2001.

SUESS, Paulo. Cenários e discursos: Ranallah e Jerusalém, Tikal e Roma. In: GUERRIERO, Silas. **O estudo das religiões:** desafios contemporâneos. São Paulo: Paulinas, 2003.

TARAPANOFF, Kira; ARAÚJO JUNIOR, Rogério H; CORMIER, Patrícia M. J. **Sociedade da informação e inteligência em unidades de informação.** Ci. Inf, Brasilia, v. 29, n.3, p.91-100, set/dez. 2000. <http://www.scielo.br/pdf/ci/v29n3/a09v29n3.pdf>. Acessado em: 20 de julho de 2015

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2012.

VIRILIO, Paul. **O espaço crítico.** Tradução de Paulo Roberto Pires. Rio de Janeiro: Ed.34, 1993.

WEBER, Max. **Economia e sociedade:** fundamentos da sociologia compreensiva. Vol.1. Brasília: UNB, 2001.

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

WURMAN, Richard Saul. **Ansiedade de informação.** São Paulo: Editora Cultura, 1991

APÊNDICES

APÊNDICE A

ROTEIRO PRÉVIO PARA AS ENTREVISTAS

COMUNIDADE:

ENTREVISTA COM OS LÍDERES

- 1- Quais as TIC utilizadas pela comunidade na disseminação de informações?
- 2- Quais conteúdos religiosos são selecionados e divulgados através das TIC?
 - 2.1- Por que esses conteúdos e não outras alternativas?
- 3- Quais as dificuldades/obstáculos enfrentados para disseminar a informação por meio das TIC?
- 4- Que motivos foram os que orientaram a comunidade para o uso das TIC como instrumento de disseminação da informação religiosa?

APÊNDICE B

QUESTIONÁRIO MISTO COM OS JOVENS

COMUNIDADE CATÓLICA:

1- Perfil

Sexo:

Masculino

Feminino

Cor da pele declarada:

Branca

Preta

Amarela

Parda

Indígena

Renda:

Até 1 salário mínimo

De 1 a 2 salários mínimo

De 2 a 3 salários mínimo

De 3 a 4 salários mínimo

De 4 a 5 salários mínimo

Mais de 5 salários mínimo

outro: _____

Idade:

De 15 a 18 anos

De 19 a 22 anos

De 23 a 26 anos

De 27 a 29 anos

Outro: _____

Estado civil:

Solteiro

Casado

Divorciado

viúvo

Outro _____

Comunidade participante:

Início do vínculo religioso:

Você se considera um jovem conectado às novas plataformas de comunicação e informação?

Sim

Não

Por

quê? _____

2- Onde você costuma buscar informações sobre a comunidade?

- jornais informativos
- site oficial
- redes sociais (facebook, twitter, instagram)
- vídeos
- rádio web
- TV web
- Outros: _____

Como você as utiliza no dia a dia?

3- Quais informações difundidas pela comunidade por intermédio das TIC suscitam a sua atenção?

Celebrações

orações

mensagens do Papa

Testemunhos

eventos da comunidade

Catequese/doutrina

Textos e reflexões bíblicas

Artigos católicos

Vida dos santos

Outros: _____

2.1 Por que esses conteúdos?

4- Você costuma compartilhar as informações que tem acesso?

Sim

Não

Por quê?

APÊNDICE C
TERMO DE CONSENTIMENTO
OBRA NOVA

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado(a) participante:
 Comunidade: "Obra Nova"

Sou Mestrando em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Estou realizando uma pesquisa sob supervisão do(a) professor(a) Edvaldo Cavalcante Alves, cujo objetivo é Analisa as estratégias de uso e disseminação da informação religiosa por meio das tecnologias de informática e comunicação.

Sua participação envolve a concessão de uma entrevista como representante do setor de juventude e a autorização para a realização de um trabalho com questionários que envolvem participantes da comunidade.

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

Na publicação dos resultados desta pesquisa, sua identidade será apresentada. Serão omitidas todas as informações que permitam identificar os jovens participes que responderam aos questionários.

Mesmo não tendo benefícios diretos em participar, indiretamente você estará contribuindo para a compreensão do fenômeno estudado e para a produção de conhecimento científico.

Quaisquer dúvidas relativas à pesquisa poderão ser esclarecidas pelo(s) pesquisador(es) fone (83) 987068036 - 099933923

Atenciosamente

Edvaldo Cavalcante Alves Campina Grande, PB, 26.09.2015
 Nome e assinatura do(a) pesquisador Local e data
 Matrícula:

Edvaldo Cavalcante Alves
 Nome e assinatura do(a) professor(a) supervisor(a)/orientador(a)
 Matrícula:

Consinto em participar deste estudo e declaro ter recebido uma cópia deste termo de consentimento.

Maurício Alves de Freitas Júnior Campina Grande, PB, 26.09.2015
 Nome e assinatura do participante Local e data

APÊNDICE D
TERMO DE CONSENTIMENTO
REMIDOS NO SENHOR

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	
<p>Prezado(a) participante:</p> <p>Comunidade: <u>Remidos no Senhor</u></p> <p>Sou Mestrando em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Estou realizando uma pesquisa sob supervisão do(a) professor(a) <u>Edvaldo Cavalcante Alves</u>, cujo objetivo é <u>Analizar as estratégias de uso e desenvolvimento de mídias religiosas por meio das tecnologias de Informação e Comunicação</u>.</p> <p>Sua participação envolve a concessão de uma entrevista como líder e a autorização para a realização de um trabalho com questionários que envolvem participantes da comunidade.</p> <p>A vinculação nesse estudo é voluntária e se você decidir não participar ou quiser desistir de continuar em qualquer momento, tem absoluta liberdade de fazê-lo.</p> <p>Na publicação dos resultados desta pesquisa, sua identidade será apresentada. Serão omitidas todas as informações que permitam identificar os jovens participes que responderam aos questionários.</p> <p>Mesmo não tendo benefícios diretos em participar, indiretamente você estará contribuindo para a compreensão do fenômeno estudado e para a produção de conhecimento científico.</p> <p>Quaisquer dúvidas relativas à pesquisa poderão ser esclarecidas pelo(s) pesquisador(es) fone <u>(83) 987068036 - 999936923</u></p> <p style="text-align: center;">Atenciosamente</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="flex: 1;"> <u>Emilia Ferreira Correia Lima</u> <small>Nome e assinatura do(a) pesquisador</small> </div> <div style="flex: 1;"> <u>Campanha Grande, PB, 14.10.2015.</u> <small>Local e data</small> </div> </div> <p style="text-align: center;">Matrícula:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="flex: 1;"> <u>Edvaldo Cavalcante Alves</u> <small>Nome e assinatura do(a) professor(a) supervisor(a)/orientador(a)</small> </div> <div style="flex: 1;"> <u>Campanha Grande, PB, 14.10.2015</u> <small>Local e data</small> </div> </div> <p style="text-align: center;">Matrícula:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="flex: 1;"> <u>Edvaldo Cavalcante Alves</u> <small>Nome e assinatura do participante</small> </div> <div style="flex: 1;"> <u>Campanha Grande, PB, 14.10.2015</u> <small>Local e data</small> </div> </div> <p style="text-align: center;">Consinto em participar deste estudo e declaro ter recebido uma cópia deste termo de consentimento.</p>	

APÊNDICE E
TERMO DE CONSENTIMENTO
PIO X

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado(a) participante:
 Comunidade: "Pio X"

Sou Mestrando em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Estou realizando uma pesquisa sob supervisão do(a) professor(a) Geraldo Corvalho Alves, cujo objetivo é Analizar as estratégias de uso e determinação da informação religiosa por meio dos tics pelos comunicados católicos "Pio X", "Remédios no Sabor" e "Obra Nova".

Sua participação envolve a concessão de uma entrevista como líder e a autorização para a realização de um trabalho com questionários que envolvem participantes da comunidade.

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

Na publicação dos resultados desta pesquisa, sua identidade será apresentada. Serão omitidas todas as informações que permitam identificar os jovens participes que responderam aos questionários.

Mesmo não tendo benefícios diretos em participar, indiretamente você estará contribuindo para a compreensão do fenômeno estudado e para a produção de conhecimento científico.

Quaisquer dúvidas relativas à pesquisa poderão ser esclarecidas pelo(s) pesquisador(es) fone 1831987068036 / 99993-4923

Atenciosamente

Geraldo Corvalho Alves Campina Grande, 09.10.2015.
 Nome e assinatura do(a) pesquisador Local e data
 Matrícula:

Geraldo Corvalho Alves
 Nome e assinatura do(a) professor(a) supervisor(a)/orientador(a)
 Matrícula:

Consinto em participar deste estudo e declaro ter recebido uma cópia deste termo de consentimento.

Assinatura Campina Grande, 09.10.2015.
 Nome e assinatura do participante Local e data