



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

### **Juventude, fé e mídia: análise da apropriação de conteúdo religioso entre jovens católicos<sup>1</sup>** **Youth, faith and media: analyses of the appropriation of religious content among young Catholics**

Edvaldo Carvalho Alves<sup>2</sup>

Emilson Ferreira Garcia Junior<sup>3</sup>

Roberia Nadia Araújo Nascimento<sup>4</sup>

**Palavras-chave:** juventude; comunidades; religiosidade; sagrado; ciberespaço.

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.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 8 a 12 de abril de 2018.

<sup>2</sup> Possui Graduação em Ciências Sociais pela Universidade Federal da Paraíba (2000), Mestrado em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Carlos (2002) e Doutorado em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Carlos (2007). Atualmente é Professor Associado do Departamento de Ciência da Informação - DCI/ UFPB e do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação - PPGCI/UFPB.

<sup>3</sup> Mestre em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), graduado em Comunicação Social pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) com extensão universitária na área de Ciências Sociais, Jornalismo e Publicidade pela Pontifícia Universidade Católica de Lima, Peru. Professor Substituto na área de Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) na Educação / Centro de Desenvolvimento Sustentável do Semiárido (CDSA) / Unidade Acadêmica de Educação do Campo (UAEC)/ Campus Sumé-Universidade Federal de Campina Grande (UFCG) e do Curso de Jornalismo das Faculdades Integradas de Patos (FIP). emilson.uepb@gmail.com

<sup>4</sup> Doutora em Educação pela Universidade Federal da Paraíba (2007). Mestre em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba (2001). Professora Associada do Curso de Jornalismo (UEPB).



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

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.

Atrelado a tal situação e concatenados ao amplo universo que abrange o sagrado midiático, 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 leigos consagrados e clérigos que adotam uma nova proposta de evangelização inteiramente atenta aos princípios doutrinários e as exigências do Concílio Vaticano II (1962-1965) que remodelou a ação da Igreja no mundo.

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.

Nessa perspectiva, nossa investigação é uma segunda parte da dissertação intitulada “As tecnologias de informação e comunicação como estratégia de disseminação e uso de informação religiosa pelas comunidades católicas de Campina Grande-PB” e tem como objetivo geral: Aprender os impactos dessa propagação entre os jovens partícipes das respectivas entidades.

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



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

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.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

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).

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.

Buscando corresponder ao objetivo “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 pesquisa. A parcela é bastante significativa quando levamos em consideração os dados totais que nos foram repassados pelas entidades.

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

Foram aplicados questionários com 20 membros, totalizando cerca de 50% de um total de 40 integrantes- Obra Nova. Na comunidade Obra Nova, os componente 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 colhido, 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.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

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 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.

Na comunidade Pio X, 20 pessoas receberam os questionários de um total de 103 membros, o que dá a participação de 19,41%. 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.

O segundo momento do questionário, envolveu o seguinte aspecto: uso e disseminação de conteúdo religioso por meio das TIC.

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.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

---

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.

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.

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.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

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”.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

---

### **Referências bibliográficas**

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

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

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

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

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

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