UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Lidiane Vitor Ribeiro

COMUNICAÇÃO E EVANGELIZAÇÃO DA JUVENTUDE NO “JOVENS CONECTADOS”

Passo Fundo

2015

Lidiane Vitor Ribeiro

COMUNICAÇÃO E EVANGELIZAÇÃO DA JUVENTUDE NO "JOVENS CONECTADOS"

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Drª. Sonia Regina Schena Bertol.

Passo Fundo

2015

Lidiane Vitor Ribeiro

Comunicação e evangelização da juventude no "Jovens Conectados"

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Drª. Sonia Regina Schena Bertol.

Aprovada em ___ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

_____

Profª. Drª. Sonia Regina Schena Bertol – UPF

_____

Prof. Dr. Otavio José Klein – UPF

_____

Profª. Msª. Nadja Hartmann – UPF

Agradeço primeiramente a Deus, amigo, mestre e fonte de toda a sabedoria. Aos meus pais, Getúlio e Maria, que sempre acreditaram em mim, por ser presença enriquecedora na minha vida, pelo apoio e incentivo recebido nesta trajetória. Aos meus irmãos e familiares por estarem sempre ao meu lado e serem um apoio incondicional. A Congregação das Irmãs do Divino Salvador que possibilitou a realização deste estudo, e em especial todas as Irmãs Salvatorianas que me incentivaram, auxiliaram nesta pesquisa e durante toda a minha graduação. À minha professora orientadora, Sônia Bertol por sua dedicação e colaboração neste processo de estudo. A todos os meus professores que compartilharam comigo seus conhecimentos e muito contribuíram na minha formação acadêmica. A Universidade de Passo Fundo pelo conhecimento proporcionado neste tempo de estudo. Aos meus amigos de perto e de longe que fizeram parte da minha formação ao longo desses anos. A todos que me ajudaram de forma direta ou indiretamente para realizar esta conquista.

RESUMO

A comunicação digital é um meio propício para interagir e potencializar as relações sociais. Sendo assim, as instituições como a Igreja Católica estão utilizando esta ferramenta para anunciar sua mensagem. Frente a isso, este trabalho buscou compreender a evangelização da juventude no site Jovens Conectados. Para atingir tal objetivo, o seguinte trabalho consiste em uma pesquisa bibliográfica que apresenta de forma sucinta a posição da Igreja em relação aos meios de comunicação e o seu exercício comunicacional, além disso, utiliza-se de uma metodologia descritiva e analítica qualitativa, para assim entender como o site Jovens Conectados contribui na evangelização da juventude. A pesquisa utilizou uma amostragem intencional das notícias postadas no site jovens conectados por meio das categorias estabelecidas sobre os critérios noticiosos de Gislene Silva e outros autores. Assim, os resultados apontam que, por meio de estratégias interacionais proporcionadas pelo ambiente online, as matérias publicadas no site Jovens Conectados favorecem a evangelização da juventude.

Palavras-chave: Comunicação. Igreja católica. Juventude. Evangelização. Jovens Conectados.

ABSTRACT

The digital communication is an enabling environment to interact and potentialize social relations. Therefore, institutions like the Catholic Church are using this tool to announce your message. Because of that, this study sought to understand the youth evangelization on the site Youth Connected. To achieve this goal, the following work consists of a literature search. It presents, briefly, the Church's position in relation to the media and their communication exercise, moreover, makes use of a qualitative descriptive and analytical methodology, to thereby to understand how the site Youth Connected contributes to youth evangelization. The research used an intentional sampling of news posted on young people connected site by means of the established categories on the news criteria of Gislene Silva and other authors. Thus, the results point out that by means of interactional strategies provided by the online environment, the materials published on the site Youth Connected favor of youth evangelization.

Keywords: Communication. Catholic Church. Youth. Evangelization. Young Connected.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Grupo de jovens reunidos para evangelizar 34
Figura 2 - Amostragem das notícias publicadas no site Jovens Conectados para análise 37
Figura 3 - Jovens assumem compromisso de viver o carisma franciscano 39
Figura 4 - Jovens missionários participando do encontro 42
Figura 5 - Apresentação do projeto Rota 300 aos bispos do Brasil 44

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Elencos de valores-notícia 30
Tabela 2 - Amostragem das notícias publicadas no site Jovens Conectados para análise 33

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 10
CAPÍTULO 1: INTERFACES COMUNICACIONAIS: A COMUNICAÇÃO NA IGREJA CATÓLICA 12
1.1 Comunicação em meios digitais 12
1.2 A prática comunicacional na Igreja Católica 15
1.3 A comunicação nos documentos da Igreja 16
1.4 Relação Igreja – Internet 19
1.5 O site Jovens Conectados como ferramenta de evangelização da juventude 21
1.6 Principais características do jornalismo online 27
1.6.1 Interatividade 27
1.7 Site Jovens Conectados 29
CAPÍTULO 2: METODOLOGIA 31
2.1Critérios de noticiabilidade e técnica jornalística 32
2.3 Pesquisa de Campo 33
CAPÍTULO 3: ANÁLISE DAS NOTÍCIAS PUBLICADAS NO JOVENS CONECTADOS 35
3.1 “Jovens mineiros fazem evangelização na rua” 35
3.1.1 Descrição 35
3.1.2 Análise 36
3.2 “Província Eclesiástica de Pelotas realiza CDL” 38
3.2.1 Descrição 38
3.2.2 Análise 39
3.3 “JUFRA oficializa fraternidade em Anápolis (GO) e volta a ser presença no Regional Centro” 40
3.3.1 Descrição 40
3.3.2 Análise 41
3.4 “Juventude Missionária: Agora é hora de compromisso!” 43
3.4.1 Descrição 43
3.4.2 Análise 44
3.5 “Projeto Rota 300 é apresentado aos bispos do Brasil” 45
3.5.1 Descrição 45

3.5.2 Análise 47
CAPÍTULO 4: CONSIDERAÇÕES FINAIS 49
REFERÊNCIAS 51
ANEXOS 54

INTRODUÇÃO

Este trabalho trata da importância da comunicação digital para a evangelização da juventude. Sabemos que o surgimento das novas tecnologias digitais possibilitaram aos indivíduos diferentes formas de se relacionarem e interagirem, assim os meios digitais se tornaram indispensáveis para a sociedade atual.

Dessa forma, as instituições percebem que esta nova ambiência proporcionada pelos meios digitais são instrumentos favoráveis para comunicar suas mensagens (TERRA, 2006). Sendo assim, a Igreja católica ao se inserir no universo da comunicação digital, reconhece que este é também um espaço propício para realizar sua evangelização como um todo, em especial junto a juventude (BENTO XVI, 2014).

Nesse sentido, a Igreja percebe a necessidade de ser presença nos meios de comunicação digital, assim como a importância de anunciar a Boa Nova nesta nova ambiência que agrega multidões de fiéis. "O ambiente digital não é um mundo paralelo ou puramente virtual, mas faz parte da realidade cotidiana de muitas pessoas, especialmente dos mais jovens" (BENTO XVI, 2014).

Por isso, neste trabalho vai se estudar como a Igreja Católica se relaciona com os meios de comunicação e suas estratégias comunicacionais em vista da evangelização, como também vamos tentar compreender como as notícias do site Jovens Conectados que é o *corpus* desta pesquisa desenvolve seu processo de evangelização junto a juventude.

Para melhor aprofundar este estudo, vamos analisar uma amostragem delimitada intencionalmente das notícias publicadas pelo site Jovens Conectados que mais se identifica com a proposta de nossa pesquisa e que vem de encontro ao nosso problema de pesquisa – Como é a evangelização da juventude no site Jovens Conectados? Este estudo será realizado por meio de uma metodologia descritiva e analítica qualitativa, na busca de entender como a Igreja cumpre sua missão evangelizadora junto aos jovens.

A pesquisa justifica-se pela necessidade em examinar como a Igreja Católica realiza a evangelização da juventude no site Jovens Conectados, sua forma de utilizar este meio de comunicação digital para estabelecer um diálogo interativo com o público jovem que está continuamente presente no ciberespaço. Esta pesquisa permite ainda compreender como estas novas mídias digitais podem abrir diferentes caminhos para a propagação da fé junto a juventude e ao mesmo tempo ser um veículo de evangelização juvenil. A pesquisa possui relevante papel social, uma vez que permitirá conhecer como a Igreja realiza sua missão de evangelizar a juventude contemporânea nesta nova ambiência digital. Este estudo ainda

possibilita a pesquisadora conhecer um pouco mais a relação da instituição com a comunicação com a qual está tão envolvida diretamente como religiosa salvatoriana.

Este trabalho tem como objetivo geral compreender a evangelização da juventude no site Jovens Conectados. Além disto, apresenta os seguintes objetivos específicos: analisar como o site Jovens Conectados pode ser instrumento de evangelização para a juventude; identificar as modalidades de interação proposto pelo site Jovens Conectados e o quanto contribui no processo da evangelização juvenil; verificar os assuntos que mais despertam interesse nos jovens que visitam a página dos Jovens Conectados; entender como a midiatização digital, esta nova ambiência favorece a construção de novas formas de evangelização ao jovem.

O primeiro capítulo apresenta a trajetória histórica da relação que a Igreja Católica estabeleceu com a comunicação, destacando sua posição por meio dos documentos oficiais a sua evolução na compreensão mais abrangente dos meios de comunicação sociais. Ainda neste capítulo, pretende-se mostrar como a Igreja utiliza o ciberespaço como instrumento para sua evangelização e também traz uma rápida contextualização do site Jovens Conectados.

O segundo capítulo aborda a metodologia e os procedimentos para sua aplicação. No capítulo três, apresentar-se-á a descrição da análise empírica desta pesquisa de campo, realizada com base nas notícias publicadas no site Jovens Conectados, examinando em especial os critérios de noticiabilidade e suas interfaces interacionais, para assim compreender como acontece a evangelização da juventude no Jovens Conectados.

Por fim, o quarto capítulo trata de apresentar algumas considerações finais sobre a temática estudada neste trabalho e a análise dos dados, sinalizando que as matérias postadas no site Jovens Conectados realmente podem servir de instrumentos para a evangelização da juventude.

CAPÍTULO 1
INTERFACES COMUNICACIONAIS: A COMUNICAÇÃO NA IGREJA CATÓLICA

Este capítulo apresenta conceitos de como a comunicação pode auxiliar na missão evangelizadora da juventude realizada pela Igreja Católica. Para isso, será abordado a postura da Igreja frente aos meios de comunicação por meio de documentos, a sua prática comunicacional em especial na Internet como meio de evangelização da juventude. Descreve também um breve histórico do site Jovens Conectados que é objeto de nossa pesquisa empírica.

1.1 Comunicação em meios digitais

A Comunicação segundo Marques de Melo significa "... estabelecer comunhão, participar da comunidade, através do intercâmbio de informações" (MELO, 1970, p. 140). Com isso, pode-se dizer que a comunicação faz parte da vida de todas as pessoas independente de sua cultura ou posição social, ou seja, é um requisito fundamental para se viver em uma sociedade.

A comunicação aliada às novas tecnologias é um meio eficaz para a estrutura social e política dos povos, já que favorece a democratização da informação e facilita novas formas de comunicar e interagir (TERRA, 2006, p. 12). A autora afirma que a comunicação digital "é uma das formas mais poderosas de comunicação já inventadas na história humana, pois integra os indivíduos" (TERRA, 2006, p. 27).

Para Castells, o que distingue este novo sistema de comunicação digital é "a sua capacidade de inclusão e abrangência de todas as expressões culturais" (CASTELLS, 2002, p. 460). Além disso, o autor afirma que para participar deste sistema digitalizado é preciso adaptar a sua lógica e linguagem, mas também revela que a importância do novo sistema de comunicação está em produzir efeitos sociais positivos.

Nesse sentido, Terra (2006, p. 27) ressalta que esta nova forma de comunicação é capaz de potencializar as relações sociais, pessoais, interpessoais, no trabalho, nas instituições, pois estamos todos interligados de forma direta ou indiretamente nesta relação de comunicação digital. A autora conceitua que a comunicação digital se dá com a utilização das Tecnologias Informativas da Comunicação (TICs) e de todos os seus instrumentos.

Dessa forma, as instituições encontram na comunicação digital uma escolha favorável para transmitir suas mensagens comunicacionais. A influência da comunicação digital nas

organizações se dá devido a facilidade de utilizar estes meios para disseminar informações e conhecimentos, além de ser um reforço para comunicar-se com seus diferentes públicos de forma ágil e rápida.

Neste contexto de comunicação digital, vale ressaltar o que disse Negroponte ao afirmar que "a vida digital exigirá cada vez menos que você esteja num determinado lugar em determinada hora, e a transmissão do próprio lugar vai começar a se tornar realidade" (NEGROPONTE, 2001, p. 159). Sendo assim, as novas tecnologias digitais estão transformando o modo como nos relacionamos e comunicamos, já que permitem as pessoas a se conectarem ao ciberespaço com outras pessoas em lugares diferentes, além disso estes espaços digitais são cada vez mais interativos e facilitam o acesso ao mundo de informações (TEMP, 2014).

Ao conceituar o que é o ciberespaço Lévy define como um "espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores" (LÉVY, 2010, p. 94). Para o autor, este novo espaço é formado por transmissões digitais e sua principal função é colocar este novo meio em convergências comunicacionais. Segundo Lévy, a codificação digital é o que faz o ciberespaço "o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade" (LÉVY, 2010, p. 95).

Com relação aos meios de comunicação digital, Machado e Mortari (2014) revelam que o valor deste "novo espaço de relação sócio-interativa na contemporaneidade se dá pelo imenso poder simbólico dessas relações que se estabelecem no ambiente virtual, atreladas às práticas socioculturais dos indivíduos". Com isso, é possível afirmar a importância que existem nos meios de comunicação digital, para a mediação relacional das organizações com seus públicos de interesse.

Contudo, a comunicação digital segundo Terra possibilitou que todo o cidadão com acesso a internet, possa divulgar suas ideias de forma livre utilizando as novas tecnologias, uma vez que vivemos em uma cultura que permite a "interatividade, interconexão, inter-relação entre homens, informações, e imagens dos mais variados gêneros" (TERRA, 2006, p. 22).

Ao falar da cultura digital a autora ressalta que é "a cultura dos filtros, da seleção, das sugestões e dos comentários" (TERRA, 2006, p. 22). Nesse sentido, a interação é um dos aspectos mais importantes desta cultura, pois permite que as pessoas se comuniquem com diferentes interfaces do universo digital que possibilitam maior dinamicidade nestes ambientes virtuais.

As mídias digitais além de proporcionar uma maior interatividade, permitem aproximar as organizações de seus públicos através do diálogo e por estar acessíveis a qualquer hora do dia, o que antes não era possível com os meios de comunicação tradicionais. Como diz a autora "a comunicação digital trabalha de forma dialética, permitindo a interação e a troca de papéis entre emissores e receptores" (TERRA, 2006, p. 68).

Desse modo, as organizações ao utilizar uma comunicação digital precisam pensar sua relação e dos seus públicos com este ambiente digital e tecnológico, para assim combinar este meio digital com as características do seu público alvo. As instituições inseridas neste meio encontram outra forma de divulgação institucional, além de desenvolver e crescer na sua própria comunicação.

A eficácia da comunicação digital de uma instituição se dá a partir de sua:

> [...] visibilidade genérica com um maior cuidado no tratamento do conteúdo das mensagens. Gestão das informações, organização hierárquica dos dados, cuidados com os aspectos de identidade visual [...] informações digitalizadas (mensagens e conteúdos) produzem conhecimento no público-alvo, além de relação com o mundo real, interação, geração de competências e capacidade de aplicação do conhecimento em diferentes situações do mundo real (TERRA, 2006, p. 75).

Com relação a isso, as organizações dependem de sua habilidade em utilizar a comunicação digital para informar e comunicar suas mensagens, conquistar a confiança e adquirir sentidos diante de seus públicos.

Assim como, a maioria das instituições está buscando atualmente conectar-se ao mundo digital, a Igreja Católica também vê neste novo espaço, um meio apropriado para realizar sua evangelização. Em 2010, o próprio Papa Bento XVI já alertava que "o mundo digital representa um grande recurso, tanto para a humanidade no seu todo como para o homem na sua singularidade do seu ser, e um estímulo para o confronto e o diálogo" (BENTO XVI, 2014).

Sendo assim, as novas mídias são consideradas instrumentos favoráveis para estabelecer diálogos abrangentes, além de abrir novos caminhos para anunciar o Evangelho aos jovens. Neste contexto, Bento XVI destaca que "hoje, para dar respostas adequadas a estas questões no âmbito das grandes mudanças culturais, particularmente sentidas no mundo juvenil, tornaram-se um instrumento útil as vias de comunicação abertas pelas conquistas tecnológicas" (BENTO XVI, 2014).

1.2 A prática comunicacional na Igreja Católica

Ao longo da história é possível notar que a Igreja Católica sempre buscou se comunicar com seus públicos, uma vez que sua missão é anunciar o Evangelho. Nesta trajetória que atravessa séculos, MELO (2005) aponta quatro fases bem definidas da relação da Igreja com a comunicação.

Para Melo, a primeira fase revela uma Igreja centrada no exercício da censura e da repressão por meio da Inquisição. Durante esta fase, a Igreja passa a ser intermediária da produção do conhecimento, não só teológico, mas da reprodução da palavra escrita e a sua difusão na sociedade. Neste período extenso, a Igreja está fechada em si mesma e, sua prática comunicacional é marcada pela repressão, controle excessivo e perseguição (MELO, 2005, p. 25).

Na segunda fase, Melo evidencia uma transformação profunda caracterizada pela *aceitação desconfiada* dos novos meios de comunicação. Neste momento histórico, a Igreja manteve um controle sobre a imprensa e uma vigilância nos novos meios de comunicação que nasciam, em especial o cinema e o rádio. Em meio a essa transformação da sociedade, a Igreja também sente-se interpelada a adaptar-se aos novos tempos. Dessa forma, a Igreja passa a aceitar mesmo que desconfiando, os meios eletrônicos como também passa a utilizá-los para transmitir a mensagem evangélica ao maior número de pessoas (MELO, 2005, p. 25).

Após ter aceitado os novos meios de comunicação, surge a terceira fase que corresponde a aceleração com que se dão as transformações sociais e tecnológicas. Para tanto, a igreja percebe a necessidade de "acertar o passo" e se adaptar às novas exigências do mundo contemporâneo. Esta fase provocou uma brusca mudança de rota em relação a postura da Igreja com a comunicação, pois ela admite que os modernos meios de comunicação têm condições de expandir a mensagem do Evangelho (MELO, 2005, p. 25-26).

A quarta fase, mostra o reencontro do povo com a Igreja, em especial na América Latina, como também reflete a redescoberta da comunicação em toda sua plenitude. Com isso, a Igreja permite que o povo de Deus possa ter voz por meio dos seus próprios meios de comunicação, bem como incentiva a criação de meios populares de comunicação.

> Essas quatro fases indicam a caminhada da Igreja no seu relacionamento com a sociedade, na sua integração como o povo de Deus, na sua familiarização com as inovações tecnológicas, mas, sobretudo, na sua profunda transformação pastoral (MELO, 2005, p. 26).

Assim, a história da comunicação na Igreja vem fortalecer a compreensão de que a ação evangelizadora não pode ser realizada sem estar vinculada aos modernos instrumentos de comunicação.

Para a Igreja Católica, os meios de comunicação social são “maravilhosas invenções técnicas” (PONTÍFICIO, 2014), pois são capazes de estabelecer laços de solidariedade entre os seres humanos. Por isso, a Igreja encara os meios de comunicação como “dons de Deus” e acredita que estes são meios propícios para propagar o Reino de Deus, bem como considera que os modernos meios de comunicação são importantes instrumentos de evangelização.

Diante disso, vale acentuar que a Igreja Católica na sua trajetória histórica sempre buscou manter uma estreita relação com a comunicação, para ser fiel ao mandato de Jesus de anunciar a Boa Nova a todas as nações (cf Marcos 16, 15 e Mateus 28, 19). Para isso, ela se amparou da arte, da escrita, da impressão da Bíblia, do uso da rádio e da televisão até chegar a utilizar as novas mídias para divulgar a mensagem de Jesus (SBARDELOTTO, 2011, p. 12).

Segundo Gomes, a Igreja Católica percebe a comunicação não como um problema, mas como uma solução, pois os meios de comunicação eram vistos como um espaço eficaz para a transmissão da mensagem de evangelização. A Igreja ao apropriar-se da mídia, passa a ganhar mais visibilidade e a ampliar a divulgação de suas mensagens ao diversos públicos de interesse. Mesmo que a Igreja católica no princípio tinha uma visão mais cautelosa ao uso da mídia, foi uma das instituições confessionais que mais refletiu e escreveu sobre a comunicação social (GOMES, 2010, p. 157).

1.3 A comunicação nos documentos da Igreja

Nos seus documentos a Igreja Católica vem ratificando a importância dos meios de comunicação para a evangelização e a transmissão dos valores cristãos. Para tal afirmação, a Igreja aprovou em 04 de dezembro de 1963, o primeiro documento oficial que trata sobre a comunicação, intitulado *Inter Mirifica*. O documento é resultado do Concílio Vaticano II e apresenta a necessidade e o direito da Igreja em utilizar os diferentes meios de comunicação social (PUNTEL, 2008, p. 122).

Para a autora, o decreto também vem servir de orientação para as ações comunicacionais de toda a Igreja assim como para todos os sacerdotes, religiosos e leigos. Além disso, a Igreja apresenta para o mundo sua posição frente a comunicação:

> A Igreja Católica, tendo sido constituída por Cristo Nosso Senhor, a fim de levar a salvação a todos os homens e, por isso, impelida pela necessidade de evangelizar, considera como sua obrigação pregar a mensagem de salvação, também com o recurso dos instrumentos de comunicação social, e ensinar aos homens seu correto uso. Portanto, pertence à Igreja o direito natural de empregar e possuir toda sorte desses instrumentos, enquanto necessários e úteis à educação cristã e a toda a sua obra de salvação das almas [...] (IM 3 apud PUNTEL, 2008, p. 122).

Este decreto para Puntel[1] deu um novo ânimo e um novo rosto às ações pastorais da Igreja, pois possibilita a formação e atuação dos líderes católicos nos meios de comunicação social como rádio, televisão, imprensa, cinema e outros. O *Inter Mirifica*, foi um documento que provocou diferentes debates dentro e fora do Concílio não só pelos bispos participantes, mas também pelas manifestações dos jornalistas franceses, americanos e alemães que acompanhavam os esboços do documento e o considerava impróprio no campo eclesiástico, como também no campo comunicacional (PUNTEL, 2008, p. 123-124).

Deste modo, o documento foi aprovado com o maior número de votos negativos e teve seus textos de 114 parágrafos reduzidos para apenas 24 parágrafos. Em meio a tanta controvérsia o documento ganhou destaque e passou a ser referência para outros documentos que orientam as ações pastorais na área da comunicação. De acordo com Puntel, o documento traz uma significativa contribuição referente ao direito à informação que todo ser humano deve ter e, que este não seja visto como um objeto mercadológico, mas como um bem social (PUNTEL, p. 123-125).

Para Silva, o Inter Mirifica faz com que a Igreja avance na sua ação evangelizadora com o mundo, pois permite que os meios de comunicação sejam parceiros na sua missão. Com isso, o documento representou "uma virada de página na percepção conceitual e prática da Igreja em relação ao seu discurso sobre a temática da comunicação" (SILVA, 2010, p. 93).

Frente a isso, a Igreja abre espaço para uma nova interação com a comunicação social, rompendo assim com uma relação marcada por conflitos e censuras, oferecendo portanto impulso a um novo agir comunicacional dentro da sociedade. O documento ainda assegura que a formação crítica é uma ação apropriada para que os meios de comunicação estejam a serviço do ser humano contribuindo no seu desenvolvimento social, cultural, político e religioso (SILVA, 2010, p. 94).

---

[1] Joana T. Puntel pertence à Congregação das Irmãs Paulinas. É jornalista, mestra em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), doutora em Comunicação Social pela Simon Fraser University (Vancouver, Canadá) e pós-doutora pela The London School of Economics and Political Science (Londres, 2002), além de coordenadora e orientadora pedagógica do Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC), onde atua como docente em nível de pós-graduação, e também professora de Comunicação no Instituto Teológico São Paulo (ITESP) e no Studium Theologicum (Curitiba-PR). É ainda membro da Equipe de Reflexão de Comunicação na CNBB, faz conferências e dirige seminários na Pastoral da Comunicação em diversas dioceses do Brasil.

Para Puntel, outro ponto relevante que o documento *Inter Mirifica* proporcionou foi a criação do Dia Mundial das Comunicações que serve como instrumento para orientar os fiéis e toda a população por meio de reflexão as práticas pastorais em relação a comunicação (PUNTEL, 2008, p. 127). A cada celebração do Dia Mundial das Comunicações, o Papa dirige ao povo uma mensagem que indica o pensamento do magistério da Igreja a respeito da comunicação. Com a intenção de aprimorar o serviço de comunicação na Igreja, o papa Paulo VI criou em 1964, uma Comissão Mundial atualmente reconhecida como Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais.

Ao dar continuidade as reflexões no campo comunicacional, o papa Paulo VI promulga em 1971, o segundo documento da Igreja sobre a comunicação – Instrução Pastoral *Communio et Progressio*. Este documento é avaliado como um dos documentos oficiais da Igreja que mais traz textos positivos em relação a comunicação social, apresenta um discurso mais pastoral indicando o uso dos meios de comunicação na ação pastoral, bem como revela a comunicação por outra perspectiva, ou seja, com um olhar mais otimista e esperançoso em contraponto aos documentos anteriores marcados por uma caráter mais dogmático e moralizador (PUNTEL, 2008, p. 127-128).

De acordo com Puntel, outro fator importante do documento é revelar a preocupação que a Igreja tem em conhecer a reação dos fiéis católicos frente ao cenário do mundo atual. Outra característica apresentada pela autora é o destaque que o documento apresenta em relação a percepção que a Igreja tem acerca da comunicação social como ferramenta que exerce influencia na formação da opinião pública (PUNTEL, 2008, p. 128).

Entre os anos de 1971 a 1989, nenhum documento sobre comunicação foi publicado pela Igreja Católica. Neste período de 18 anos, a sociedade passou por significativas mudanças estruturais no campo midiático, neste tempo se deu a transição do processo analógico para o digital, revolucionando o mundo da comunicação (PUNTEL, 2008, p. 129).

Para recomeçar o diálogo, em 1992, a Igreja publicou a instrução pastoral *Aetatis Novae*, um documento conciso que faz a síntese dos pontos fundamentais no mundo da comunicação e busca relatar a importância de constituir uma pastoral “da” e “na” comunicação. O documento *Aetatis Novae* em seu texto deixa claro que é urgente a criação de uma pastoral de comunicação que vem responder as necessidades do seu tempo, por isso tem como objetivo animar e encorajar para tal ação (PUNTEL, 2008, p. 129).

Na mesma direção reflete Silva ao dizer que este documento vem romper com o “silêncio”, possibilitando a volta do discurso comunicacional da Igreja neste novo cenário midiático.

> Com esse documento se retoma a questão das grandes inovações ou revoluções da tecnologia e a percepção da onipresença dos *mass media* não somente em lugares geográficos, mas também no imaginário individual e social, incluindo a religião e todos os setores da ordem social. A instrução pastoral *Aetatis Novae*, resgata a doutrina dos documentos conciliares e pós-conciliares e pretende sua aplicabilidade às novas realidades que emergem na sociedade da informação e da mídia (SILVA, 2010, p. 117).

Mesmo o documento não apresentando inovações no pensamento da Igreja sobre a comunicação, ele designa parte do seu texto exclusivamente para os profissionais de comunicação que buscam inserir-se na ação pastoral da comunicação. Da mesma forma, *Aetatis Novae* aponta que todas as lideranças da Igreja precisam aprofundar no conhecimento da comunicação e de como utilizar este meio a serviço da evangelização (SILVA, 2010, p. 117).

Para tanto, Silva reconhece que o documento reafirma a percepção da Igreja em relação a comunicação como meio eficaz para a construção de uma sociedade constituída na justiça e fraternidade (SILVA, 2010, p. 118). Na realidade, estes documentos tem uma relevância para compreendermos como a Igreja se posiciona frente a comunicação, faz-se necessário ressaltar que o *Inter mirifica* transformou o pensar e o agir da Igreja em relação aos instrumentos comunicacionais, pois o decreto defende a utilização destas ferramentas como um meio indispensável para a sua ação evangelizadora.

1.4 Relação Igreja - Internet

Ao dar continuidade a reflexão da trajetória da relação entre Igreja e Comunicação, entende-se que a Igreja está atenta as inovações comunicacionais proporcionadas pela internet para a sua ação evangelizadora. Para atender os apelos que provém deste universo digital, a Igreja promulgou diferentes documentos que servem para orientar a ação pastoral neste campo comunicacional. Para isso, o documento *Igreja e Inernet* publicado no ano 2002, vem servir de iluminação para esta reflexão.

> Um dos elementos novos desse documento é a percepção que a Igreja assume da comunicação como um processo social histórico-científico e os engloba no universo da ação de Deus no mundo, e disso resulta que na percepção da Igreja a comunicação e os meios de comunicação devem estar ordenados ao estabelecimento de vínculos sólidos e convivência pacífica e solidariedade entre as pessoas (SILVA, 2010, p. 119).

A Igreja ao reconhecer a internet como uma grande potência nestes novos campos comunicacionais, devido sua capacidade de integrar diferentes tipos de linguagens e possibilidades de interação, vê neste novo ambiente um espaço privilegiado de evangelização. Contudo, o documento chama a atenção para as ações no ambiente virtual que alavancam a violência, difamam grupos religiosos e étnicos e ferem a dignidade humana. "A Igreja insiste para que os seus membros se façam presentes na internet para povoar o ciberespaço com os valores cristãos e a autêntica mensagem da Igreja" (SILVA, 2010, p. 120).

Segundo o Pontíficio Conselho para as Comunicações Sociais, a Igreja não só apoia, mas também incentiva o uso da Internet pelos fiéis que a utilizam para divulgar a mensagem cristã ao dizer que "os católicos não deveriam ter medo de abrir as portas da comunicação social a Cristo, de tal forma que a sua Boa Nova possa ser ouvida sobre os telhados do mundo!" (PONTÍFICIO, 2014).

Nesta perspectiva, este novo espaço criado pelas novas mídias é para a Igreja uma nova forma de anunciar a mensagem evangélica ao mundo juvenil, é o que destaca João Paulo II:

> A Internet pode oferecer magníficas oportunidades de evangelização, se for usada com competência e uma clara consciência das suas forças e debilidades. Sobretudo, oferecendo informações e suscitando o interesse, ela torna possível um encontro inicial com a mensagem cristã, de maneira especial entre os jovens que, cada vez mais, consideram o espaço cibernético como uma janela para o mundo (JOÃO PAULO II, 2014).

Dessa forma, tudo nos leva a acreditar que os meios de comunicação digital são para a Igreja importantes ferramentas para a evangelização dos jovens. Como também afirma o documento da CNBB que é preciso valorizar e utilizar os "meios de comunicação social de forma ética, tendo em vista sua contribuição na evangelização da juventude" (CNBB 2007, p. 118). A partir desta reflexão histórica e de alguns conceitos sobre o fenômeno da comunicação e a evangelização, percebemos que as revoluções tecnológicas dos meios de comunicação proporcionaram a Igreja um novo modo de desenvolver sua missão evangelizadora junto a sociedade midiatizada e, tomando como referência a juventude que cada vez mais está familiarizada com estes novos meios, a Igreja se propõe ser presença nestes espaços para realizar sua missão. Assim, o nosso estudo vai buscar compreender como é a evangelização da Juventude no site Jovens Conectados que é *corpus* da nossa pesquisa.

1.5 O site Jovens Conectados como ferramenta de evangelização da juventude

A internet é um meio de comunicação mais utilizado em todo o mundo, pois é um instrumento que melhor favorece a produção e publicação de conteúdo nas páginas da rede. Considerando a história deste espaço virtual, que tem o site como "modelo tradicional" para a disseminação de informações, na década de 90, todos os sites eram criados de forma que suas páginas eram estáticas sem nenhuma dinamicidade e seus conteúdos eram esporadicamente renovados (ZAGO, 2015).

Com as transformações sofridas no decorrer dos anos, os sites a partir do ano 2000 passam a oferecer conteúdo mais dinâmico e atualizado constantemente. Para Zago, "as páginas da web passaram a se tornar plataformas de interação, espaços abertos os quais permitem que qualquer um possa não só consumir como também produzir conteúdo" (ZAGO, 2015).

Desse modo, com o surgimento das novas tecnologias e considerando em especial o papel da internet como facilitadora no processo comunicativo no mundo de hoje, Pulga (2006) reflete que a popularização da internet provocada no início da década de 90 vem ganhando cada vez mais espaço na vida da sociedade. Este aspecto evolutivo na capacidade humana de se comunicar permite a disseminação de informações com mais velocidade para um maior número de pessoas (PULGA, 2006, p. 93).

De acordo com a pesquisadora, a nova forma de acesso aos meios de comunicação facilita a produção e a emissão de informações. Frente a esta realidade, percebemos o aumento de ferramentas comunicativas como portais, sites, blogs, redes sociais e outros, constituindo "uma sociedade em comunicação acelerada e versátil onde o processo de formação de opinião torna-se cada vez mais autônomo, difuso, complexo e sofisticado" (PULGA, 2006, p. 93).

Outro ponto destacado pela autora é a interatividade que a rede proporciona ao ressaltar que:

> A interatividade que a rede traz leva às tecnologias de colaboração, de compartilhamento, de produção de conteúdo, que dispensam a mediação instrumentalista, de mão única. Questionam e desregulamentam os modelos piramidais da família, escola, igreja, desfazendo qualquer "topo" para reorganizar os núcleos em nós de conexão. A expectativa é de que o sistema de comunicação em rede seja propício para a construção de um laço de confiança, fundamental no intercâmbio de valores significativos para a jornada humana (PULGA, 2006, p. 93).

Diante disso, pode-se afirmar que a internet provocou mudanças tanto na esfera pública quanto na privada, porém, estas novas tecnologias precisam estar a serviço do desenvolvimento humano. A rede, para Spadaro[2], é definida como um novo "ambiente" cultural que provoca um estilo de pensamento e gera novos territórios, novas formas de educação e de estreitar os relacionamentos, ou seja, é um forma de habitar no mundo. "Assim, a rede é necessariamente uma realidade que cada vez mais diz respeito à vida do crente e influi em sua capacidade de compreensão da realidade e, portanto, da fé e de seu modo de vivê-la" (SPADARO, 2012, p. 22).

Seguindo sua reflexão Spadaro revela que a internet desafia constantemente a própria compreensão do cristianismo, pois a conexão da web pode modelar o sentido teológico, devido à necessidade intrínseca da Igreja integrar-se a esta nova cultura impulsionada pelos novos meios de comunicação. Por outro lado, o autor ressalta que um dos pilares da Igreja é o anúncio da mensagem evangélica e aponta o cristianismo como um evento essencialmente comunicativo, uma vez que a revelação cristã e a as páginas bíblicas transpira comunicação. Em seu discurso o autor destaca que "o desafio não deve ser de que forma "usar" a rede, como geralmente se acredita, mas como "viver" bem nos tempos da rede" (SPADARO, 2012, p. 25).

Neste novo mundo de comunicação, a Igreja Católica tem como desafio inserir no centro de seu discurso e ação pastoral a cultura midiática para assim, realizar em especial a evangelização[3] da juventude que é o foco direto de nossa pesquisa, que traz como objeto de estudo o site Jovens Conectados. De acordo com Pulga, a Igreja necessita migrar para "as novas linguagens interativas e a soltar-se no espaço virtual para transitar nos diversos contextos do cenário atual com maior agilidade" (PULGA, 2006, p. 100). Os diferentes sites e portais disponíveis para acesso na rede pela instituição tem revelado esta capacidade de abertura da Igreja em colocar-se no processo de aprendizagem, pois a Igreja "que foi mestre e detentora do código escrito, tem muito mais para aprender do que para ensinar nesta nova interface digital" (PULGA, 2006, p. 101).

Na opinião desta pesquisadora, há ainda outros desafios que a Igreja enfrenta nesta nova ambiência comunicacional ao questionar-se:

---

[2] Antonio Spadaro, padre jesuíta, é diretor da revista *La Civiltá Cattolica* e professor na Pontifícia Universidade Gregoriana, na qual obteve seu doutorado em Teologia; consultor do Pontifício Conselho da Cultura e do Pontifício Conselho das Comunicações Sociais; e autor de muitas obras sobre cultura contemporânea e de ensaio sobre a internet (SPADARO, 2012).

[3] A evangelização não deve ser concebida como propaganda de uma determinada ideologia, mas como a apresentação de uma Pessoa, o anúncio de fatos salvíficos, o convite em aceitar essa Pessoa e esses fatos como a salvação oferecida por Deus, aceitação que compreende o compromisso de colocar em prática as exigências da vida que tal salvação implica (RAMOS, 1992. p. 424 apud SILVA, 2015a).

> Como ajudar as subjetividades a entrar na dimensão do sagrado num mundo de excessivos apelos maximizados justamente pelos meios de comunicação? Como instigar seus adeptos, usuários dessa tecnologia, a serem partícipes dessa evangelização, com atitudes cooperativas, responsáveis e solidárias numa cultura tecnológica que os isola em telinhas personalizadas e, em muitos casos, é adversa a esses princípios? Se tudo nos chega ao clique de um mouse, por que nos sensibilizarmos com o outro a ponto de nos tornarmos agentes de transformação de suas vidas, crenças e valores, tais como prega o Evangelho cristão? (PULGA, 2006, p. 104).

Para isso, a Igreja Católica necessita empenhar-se cada vez mais na reconstrução de sua identidade a fim de que possa continuar exercendo de forma eficaz a sua missão evangelizadora na cultura midiática. Pulga ainda afirma que a internet está provocando mudanças na prática da Igreja, pois permite a construção de novos espaços para a propagação da fé e que estes podem ter maior adesão das novas gerações (PULGA, 2006, p. 108).

Nesta perspectiva, a Igreja e os cristãos ao assumir sua missão em tempos de rede são chamados a reconhecer e ao mesmo tempo contribuir para que a rede se torne cada vez mais um espaço de conexão significativa das pessoas, bem como um lugar para estabelecer relações de comunhão em uma sociedade que se apresenta fragmentada. Para a Igreja atualmente que está comprometida com a "nova evangelização", a rede se transforma também em um lugar de conexão onde as pessoas podem se aproximar da fé e construir relações mais profundas e de fraternidade (SPADORO, 2012, p. 80-81).

De acordo com Puntel, as novas tecnologias e o Evangelho devem convergir, ou seja, manter um diálogo contínuo, para isso, a Igreja católica necessita "conhecer, refletir e iluminar esse revolucionário "lugar teológico", que cada vez mais provoca a mudança de paradigmas e de linguagens e métodos pastorais na evangelização atual" (PUNTEL, 2008, p. 134).

Nesta perspectiva, a comunicação e a evangelização devem manter continuamente um estreito e efetivo diálogo, ou seja, caminhar juntas de mãos dadas. Sendo assim, a Igreja assume este desafio que é realizar uma comunicação que corresponda aos tempos atuais, dando espaço para mais participação, diálogo e colaboração tão presente na cultura midiática (PUNTEL, 2015).

Por outro lado, Spadaro considera que "a rede não é um novo "meio" de evangelização, mas antes de tudo um contexto no qual a fé é chamada a se exprimir não por uma vontade de presença, mas por uma conaturalidade do cristianismo com a vida dos homens" (SPADARO, 2012, p. 25).

Ao relacionar a internet como uma grande janela para o mundo, Pulga revela que a Igreja deve olhar a internet como uma grande oportunidade para "marcar posição, entrar para

incutir seus valores, reascender suas crenças e intensificar sua presença nos lares cristãos" (PULGA, 2006, p. 106). Dessa forma, esta nova presença da Igreja na cultura digital vai exigir de sua prática pastoral "coragem e determinação para repensar seus conceitos e metodologias, não apenas no sentido teológico, mas no âmbito de técnicas de produção, design, linguagem, programação e persuasão" (PULGA, 2006, p. 106).

Por sua vez, Pulga relata que a Internet além de facilitar a ação evangelizadora pode também "provocar uma revolução" ao dizer que:

> [...] a Internet, mais do que permitir a disseminação da mensagem cristã pode provocar uma revolução na forma de a Igreja produzir e partilhar significados, provenientes não apenas de uma fonte credenciada, mas da consciência de cristãos comprometidos na tarefa da evangelização e que estão em sintonia com os princípios e valores defendidos e promovidos pelo Evangelho, estejam onde estiverem, em qualquer ponto do planeta. Caberá à fonte credenciada – leia-se Vaticano – não mais o controle das produções e a divulgação unilateral da mensagem cristã, mas o estímulo para a construção do diálogo, da justiça, da solidariedade e da partilha nessa grande rede universal (PULGA, 2006, p. 107).

De qualquer forma, é possível notar que a Internet está provocando transformações nas diferentes práticas da Igreja. Neste contexto, Spadaro relata que na rede existe um aumento de necessidades religiosas que a "tradição" religiosa não consegue agradar e que tenha sintonia com o público jovem. Pois, na atualidade o ser humano não só lê sobre religião na rede, como também fala desta temática escreve, compartilha e participa. Trata-se então, que o homem de hoje ao buscar Deus utiliza as diferentes ferramentas tecnológicas que propiciam uma navegação que vai ao encontro do sagrado (SPADARO, 2012, p. 48).

Entretanto, o autor destaca que não devemos ter a ilusão de que "o sagrado ou o religioso" esteja ao alcance de um clique. E relata que "o cristão não é um "consumidor de serviços religiosos", nem uma pessoa que tem uma resposta à mão" (SPADARO, 2012, p. 53). Com isso, o autor considera que a presença cristã na rede precisa servir para nos transpor para a vivência e testemunho do Evangelho.

A partir da contribuição de Sbardelotto , que na sua pesquisa sobre a comunicação e a experiência religiosa na internet, nos aponta que a Igreja Católica impulsionada pelas novas tecnologias digitais busca transformar suas estruturas comunicacionais para não se tornar "anacrônica" frente a esta nova ambiência. O seu estudo busca colaborar na compreensão do fenômeno comunicacional religioso. Segundo o autor, a Igreja Católica "se faz presente na Internet como um complexo dispositivo para a sua evangelização" (SBARDELOTTO, 2011, p. 73).

No âmbito dessa perspectiva, Pulga (2006) afirma que a Igreja reconhece que não pode ficar indiferente as novas mídias. Frente a isso, aponta que:

> A Igreja, hoje, coloca seu empenho para cumprir sua missão de proclamar a Palavra de Deus, e enfrenta o grande desafio de evangelizar esta nova cultura, expressando a imutável verdade do Evangelho nesta linguagem. Uma vez que todos os crentes estão envolvidos nestas mudanças, cada um de nós é chamado a adaptar-se às situações que mudam e a descobrir modos eficazes e responsáveis de usar os meios de comunicação social (DARIVA apud PULGA, 2006, p. 108-109).

Nesse sentido, a autora revela que a Instituição católica precisa ser presença neste novo espaço, para assim estar apta a dialogar com o público que cada vez mais está inserido e imbuído das novas tecnologias digitais. E evangelizar nesta nova ambiência requer outras estratégias de comunicação capaz de promover os valores cristãos a partir das novas linguagens interativas, respondendo assim de forma positiva as gerações jovens, como também aos desafios da sociedade contemporânea (PULGA, 2006, p. 109).

Ao entrar no campo da evangelização, Melo em seu discurso revela que é preciso entender que evangelizar "é traduzir a mensagem bíblica a partir da realidade, identificando no cotidiano dos cristãos articulados comunitariamente sinais que conduzam a uma correlação fervorosa com os ensinamentos de Cristo, em consequência às práticas de comunicação a distância" (MELO, 2005, p. 31). Nesse sentido, o autor ressalta que a comunicação comprometida com a evangelização, deve unir as práticas teológicas com as práticas comunicacionais.

A Conferência Nacional dos Bispos do Brasil – CNBB, ao publicar o documento *Evangelização da Juventude - Desafios e Perspectivas Pastorais* define o termo evangelização da seguinte maneira:

> A evangelização exige testemunho de vida, anúncio de Jesus Cristo e adesão a ele, adesão à comunidade, participação na missão da Igreja e transformação da sociedade. Evangelizar implica, em primeiro lugar, proporcionar o anúncio querigmático da pessoa de Jesus Cristo. Em seguida, esta experiência deverá ser aprofundada em grupos de convivência que devem conduzir catequeticamente a uma maturidade na fé e prontidão para ser discípulo e protagonista na construção do Reino de Deus por toda a vida, buscando a transformação da sociedade (CNBB, 2007, p. 13).

A Igreja ao buscar uma verdadeira evangelização da juventude reconhece que os jovens são protagonistas e sujeitos na ação evangelizadora de outros jovens. Com isso, a Igreja se propõe a realizar este anúncio querigmático que é apresentar a pessoa de Jesus e o seu projeto para a juventude, como também ser "portadora do amor de Deus" para os jovens.

Contudo, o documento ressalta que para evangelizar o jovem é preciso antes conhecê-lo. “Não se pode amar nem evangelizar a quem não se conhece” (CNBB, 2007, p. 15).

Ao apresentar a realidade da juventude atual, o documento destaca que “a juventude é a fase do ciclo de vida em que se concentram os maiores problemas e desafios, mas é, também, a fase de maior energia, criatividade, generosidade e potencial para o engajamento” (CNBB, 2007, p. 23). No Brasil é considerado jovem a pessoa com idade entre 15 e 29 anos, porém o convite que o documento faz é para contemplar a juventude na sua diversidade socioeconômica, cor, sexo, etnia, local de moradia e outros (CNBB, 2007, p. 24).

Diante deste cenário, o documento também apresenta o perfil religioso do jovem na atualidade e, revela que este está marcado pela busca de uma demonstração de fé que ofereça sentido a vida. Contudo, reconhece que na Igreja existe a falta de uma proposta evangelizadora que atenda as necessidades dos jovens em cada realidade. Frente a este desafio a Igreja reconhece a necessidade de resgatar sua experiência acumulado de trabalho com a juventude, já que é uma das instituições na história que mais tem trabalho voltado para os jovens, sendo sensível aos sinais dos tempos e adaptando sua ação evangelizadora para melhor interagir com os jovens (CNBB, 2007, p. 34; 36).

O documento revela que a evangelização da juventude é uma prioridade na missão da Igreja, pois o jovem precisa ser visto como uma fonte teológica que impulsiona a Igreja para a novidade de Deus. Dessa forma, a evangelização precisa “motivar o envolvimento com as grandes questões que dizem respeito a toda a sociedade, como a economia, a política e todos os desafios sociais de nosso tempo” (CNBB, 2007, p. 57).

Entre as linhas de ações apontadas pelo documento para a evangelização das novas gerações estão algumas prioridades que direciona a Igreja para o diálogo com o jovem uma delas refletem a importância da utilização de uma nova linguagem para se comunicar com o jovem, pois ao compreender a mensagem do “Evangelho, como uma Boa Notícia, ele quer partilhá-la com os outros. O discípulo se torna missionário. O jovem, como apóstolo de outros jovens, tem um poder de comunicação e de convencimento peculiar” (CNBB, 2007, p. 93).

Uma das pistas de ações relatadas pelo documento para melhor fortalecer as estruturas que acompanham no processo formativo na fé dos jovens é buscar cada vez mais investir na comunicação por meio da internet para melhor acompanhar e fortalecer os diferentes grupos de jovens. Um desafio apontado pelo documento é o impacto que os meios de comunicação causam à vida da juventude ao dizer que:

> Desafia a pedagogia evangelizadora a utilização ética dos meios de comunicação que causam impacto profundo na vida da juventude e, especialmente, na percepção de seus direitos básicos, principalmente a televisão e a Internet. É essencial uma adequada formação para o entendimento da importância e utilização destes meios na evangelização da juventude (CNBB, 2007, p. 116).

Esta afirmação revela mais uma vez a importância da utilização do ciberespaço como meio propício para a evangelização da juventude, o que é o tema desta pesquisa e que utilizará uma amostragem de mensagens (notícias) publicadas no site Jovens Conectados, com a intenção de descrevê-las e analisá-las, buscando compreender e esclarecer como a ideia da evangelização está presente nestes novos espaços midiáticos. Dessa forma, vale destacar que para a Igreja as novas mídias podem contribuir para que os jovens possam assumir sua missão de evangelizar. O pontífice Bento XVI ao lançar seu olhar sobre os novos tempos expressa: "A vós, jovens, que vos encontrais quase espontaneamente em sintonia com estes novos meios de comunicação, compete de modo particular a tarefa da evangelização deste 'continente digital'" (BENTO XVI, 2015).

1.6 Principais características do jornalismo online

De acordo com alguns autores como Bardoel e Deuze (apud ATAÍDE, 2015), o jornalismo na web apresentam quatro elementos básicos que são: interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade e multimidialidade. A autora valendo-se de estudos realizados por Palácios (1999) aponta que o jornalismo online tem cinco características: multimidialidade/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória. Ao destacar as principais características do jornalismo online citadas pelos autores, vamos apenas detalhar uma das características do jornalismo online que será analisada neste trabalho que é a interatividade presente nas notícias publicadas no site Jovens Conectados que é *corpus* desta pesquisa.

1.6.1 Interatividade

Na internet a interatividade é parte essencial, pois permite que o usuário interaja por meio de ferramentas que possibilitam melhor comunicação. Uma dessas ferramentas é o hiperlink conhecido também como link. O link é caracterizado como um "vínculo" capaz de gerar uma interconexão entre diferentes elementos em uma estrutura de dados. Desta forma,

os links possibilitam uma melhor navegação dentro de uma página online, pois permite que o internauta receba diferentes informações a partir de documentos hipertextual (ATAÍDE, 2015).

Para a autora o hiperlink é considerado a base da mídia interativa, uma vez que permite uma interação mais simples, já que ao clicar em um link o usuário movimenta-se para diferentes páginas de uma maneira fácil e ágil. Sendo assim, a notícia no ambiente online possui a capacidade de:

> [...] fazer com que o leitor/usuário sinta-se parte do processo jornalístico. Isso pode acontecer em diversos níveis de interação, como a troca de e-mails ou informações em chats entre leitores e jornalistas, a publicação da opinião dos leitores e até a possibilidade de acrescentar informações à própria notícia. (BARDOEL e DEUZE, 2000 apud ATAÍDE, 2015).

Com isso, pode-se dizer que a interatividade é um valor indispensável dentro do ciberespaço. Para Oliveira e Glanzmann (2015) outra forma de interatividade presente no jornalismo online é a capacidade que o leitor tem em interagir com a notícia por meio de comentários, críticas e sugestões, provocando então em tempo real um *feedback*. Além disso, os autores ressaltam que está a disposição do jornalismo online o uso de *tags*, uma ferramenta interativa que possibilita "uma organização rápida, fácil e bastante informal do conteúdo [...] potencializa as chances de sucesso na localização da informação, disponibilizando uma classificação que não é isolada do vocabulário da comunidade" (OLIVEIRA E GLANZMANN, 2015).

Segundo Paiva (2015), outro canal de interação que facilita a participação instantânea dos internautas é a possibilidade de interagir com os leitores por meio das redes sociais, pois estas tem um grande potencial de compartilhar e difundir as notícias publicadas. "O ato de convidar o leitor para interagir nas redes sociais é hoje uma ferramenta bastante divulgada na interface do jornal e tem sido eficaz para a partilha das notícias entre leitores em rede" (PAIVA, 2015).

Outra ferramenta que proporciona interatividade é o mecanismo de busca, já que permite o internauta ter acesso a todas as matérias publicadas com muita facilidade e rapidez (ATAÍDE, 2015). Segundo Ataíde, a personalização é outra forma de interatividade, pois possibilita o usuário um acesso personalizado. Esta personalização pode ser oferecida de diferentes maneiras como:

> Configurando páginas de acordo com seus interesses para que a cada acesso obtenham-se informações atualizadas referentes aos temas previamente escolhidos; indicando preferências por hierarquia de dados, formatos de apresentação visual, cores, tipos e tamanhos de fontes; recebendo por email notícias sobre assuntos anteriormente indicados como sendo de seu interesse (ATAÍDE, 2015).

Ainda de acordo com os autores citados, a interatividade presente no ciberespaço dá novo significado ao jornalismo online, pois permiti que os internautas possam ser ao mesmo tempo leitores e produtores, como também possibilita a renovação do próprio jornalismo.

1.7 Site Jovens Conectados

Jovens Conectados é o site oficial da Comissão Episcopal Pastoral[4] para a Juventude, da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil. A ideia de criar o site Jovens Conectados se deu em março de 2010, quando a Comissão para a juventude pensou em instituir uma Equipe Jovem de Comunicação. Após uma pesquisa realizada no campo cibernético, a equipe pode identificar o que os jovens católicos internautas desejariam encontrar na página para assim atingir o seu objetivo que é a evangelização da juventude.

O site teve seu lançamento marcado durante o 1º Encontro Nacional de Movimentos Juvenis, realizado em Vargem Grande Paulista (SP), no dia 03 de dezembro de 2010. Logo depois do seu lançamento, o número de visitantes teve um crescimento considerável e, em pouco espaço de tempo alcançou cerca de mil visitas diárias na página. Vale destacar também que o site desde o seu lançamento conta com a presença nas redes sociais como no Twitter, com mais de 40 mil seguidores; no Facebook, mais de 300 mil fãs, como também está presente no Instagran, Flickr e no Youtube.

Desde a sua criação, o principal objetivo do site é "servir como canal para que as várias expressões eclesiais que trabalham com a juventude se conheçam e se articulem, a fim de melhor evangelizar os jovens". Ao cumprir o seu objetivo, o site é um ambiente propício para trocar experiências, partilhar ideias e divulgar notícias, mas as notícias precisam estar de acordo com os princípios doutrinais da Igreja Católica e seja de interesse da juventude. O site também preza para que a expressão eclesial da diversidade juvenil presente no país seja respeitada e valorizada.

[4] A Comissão Episcopal Pastoral para a Juventude, da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), é o espaço que articula, convoca e propõe orientações para a evangelização da juventude, respeitando o protagonismo juvenil, a diversidade dos carismas, a organização e a espiritualidade para a unidade das forças ao redor de algumas metas e prioridades comuns (CNBB, Doc. 85, n. 193) à luz do Documento 85 "Evangelização da Juventude", das Diretrizes Gerais da Ação Evangelizadora da Igreja no Brasil e do Documento de Aparecida. (JOVENS CONECTADOS, 2015).

O conteúdo publicado pelo Jovens Conectados é produzido pela equipe nacional de comunicação, formada por voluntários de todo o país, mas também o site possibilita a publicação de notícias enviadas por diferentes representantes das organizações juvenis, tornando assim um espaço onde os jovens possam ser atores da própria ação evangelizadora.

Em reportagem comemorativa dos dois anos de existência dos Jovens Conectados, destacou-se que atualmente o site é um dos mais importantes portais de notícias sobre as diversas atividades eclesiais realizadas pela juventude. Ao comemorar o segundo aniversário do site, a equipe nacional de comunicação lançou em 08 de dezembro de 2012, Dia da Imaculada Conceição, um novo layout do site, tornando-o mais interativo, moderno e também com mais conteúdo.

Segundo o site Jovens Conectados, o que é mais expressivo na dinamicidade do site é a cooperação da juventude de todo o país, que compartilham suas diferentes ações juvenis em prol da evangelização da juventude, seja ela por meio de produção e envio de notícias, vídeos, ilustrações e fotos. Dessa forma, o site é considerado um espaço aberto para a participação ativa e coativa da juventude.

Partindo desse ponto, o site é um meio propício para a juventude comunicar-se mutuamente e assumir o papel de protagonista da sua própria evangelização. Assim, os Jovens Conectados reserva o direito de publicar somente material que se referencia a juventude, porém estes devem estar atualizados e seguir o formato jornalístico. Para isso, no site o internauta encontra um texto explicativo que contém várias dicas que ajudam o jovem a comunicar suas notícias de maneira clara, objetiva e eficiente.

No próximo capítulo iremos explicitar a forma como, metodologicamente, analisaremos as notícias retiradas do site Jovens Conectados, as quais representam a amostragem por nós escolhida para empreender esta análise empírica para assim, melhor compreender como acontece a evangelização da juventude por meio desta interface digital que é o site Jovens Conectados.

CAPÍTULO 2
METODOLOGIA

O presente estudo trata-se de uma pesquisa que inclui uma análise de uma amostragem das notícias publicadas pelo site Jovens Conectados. Para melhor compreender e descrever os processos de comunicação que o Jovens Conectados utiliza para a evangelização da juventude, valemo-nos da metodologia descritiva e analítica qualitativa.

Entende-se por pesquisa descritiva aquela que revela as características de determinada população ou fenômeno, mas não tem a obrigação de esclarecer por meio de explicações os fenômenos que apresenta, mesmo que esta sirva de fundamento para tal explicação. A pesquisa descritiva possibilita estabelecer correlação entre variáveis e definir sua natureza (VERGARA, 2000, p. 47).

Dessa forma, ao analisar esse objeto de pesquisa que são as notícias publicadas no site Jovens Conectados, vamos buscar descrever o que a notícia apresenta em seu corpo de texto desde os princípios de evangelização da juventude, bem como o seu formato e seu processo de interação com o público alvo que é os jovens.

A pesquisa qualitativa tem como finalidade a busca de compreensão de uma realidade, de uma instituição, de um fenômeno social. Dessa forma, esta pesquisa trabalha com o universo simbólico, com valores, crenças, representações, atitudes, hábitos e opiniões. Portanto, a pesquisa qualitativa segue um conjunto de regras interpretativas, que tem como objetivo valorizar determinados aspectos em detrimento de outros (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 32).

O uso do método analítico qualitativo apresenta algumas características como:

> [...] objetivação do fenômeno; hierarquização das ações de descrever, compreender, explicar, precisão das relações entre o global e o local em determinado fenômeno; observância das diferenças entre o mundo social e o mundo natural; respeito ao caráter interativo entre os objetivos buscados pelos investigadores, suas orientações teóricas e seus dados empíricos; busca de resultados os mais fidedignos possíveis; oposição ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 32).

Com base nesta narrativa, vamos analisar neste trabalho a tematização da pauta como ferramenta metodológica em pesquisa qualitativa, pois permite compreender as características fenomenológicas que possibilitam as notícias publicadas no site Jovens Conectados transformarem-se em um meio de evangelização juvenil.

2.1Critérios de noticiabilidade e técnica jornalística

Para análise deste objeto de pesquisa, vamos considerar os critérios de noticiabilidade, bem como verificar se a técnica jornalística está sendo utilizada na publicação das notícias no site Jovens Conectados. Para Cardoso (2015), a noticiabilidade é composta por uma série de pré-requisitos que se estabelecem dos acontecimentos antes de serem apresentados ao público, estes critérios foram selecionados e estruturados pelos próprios jornalistas e órgão de informação. Porém o autor relata que "a noticiabilidade depende sempre dos interesses e das necessidades do veículo de comunicação e dos próprios jornalistas" (CARDOSO, 2015). De certo modo, os critérios são flexíveis e variáveis, no entanto, precisam ser observados para que não se perca o cunho informativo. A seguir vamos visualizar diferentes critérios que estão ligados aos valores-notícias:

Tabela1 – Elencos de valores-notícia

Stieler: novidade, proximidade geográfica, proeminência e negativismo.
Lippman: clareza, surpresa, proximidade geográfica, impacto e conflito pessoal.
Bond: referente à pessoa de destaque ou personagem público (proeminência); incomum (raridade); referente ao governo (interesse nacional); que afeta o bolso (interesse pessoal/econômico); injustiça que provoca indignação (injustiça); grandes perdas de vida ou bens (catástrofe); conseqüências universais (interesse universal); que provoca emoção (drama); de interesse de grande número de pessoas (número de pessoas afetadas); grandes somas (grande quantia de dinheiro); descoberta de qualquer setor (descobertas/invenções) e assassinato (crime/violência).
Galtung e Ruge: freqüência, amplitude, clareza ou falta de ambigüidade, relevância, conformidade, imprevisão, continuidade, referência a pessoas e nações de elite, composição, personificação e negativismo.
Golding-Elliot: drama, visual atrativo, entretenimento, importância, proximidade, brevidade, negativismo, atualidade, elites, famosos.
Gans: importância, interesse, novidade, qualidade, equilíbrio.
Warren: atualidade, proximidade, proeminência, curiosidade, conflito, suspense, emoção e consequências.
Hetherington: importância, drama, surpresa, famosos, escândalo sexual / crime, número de pessoas envolvidas, proximidade, visual bonito / atrativo.
Shoemaker et all: oportunidade, proximidade, importância / impacto, consequência, interesse, conflito /polêmica, controvérsia, sensacionalismo, proeminência, novidade / curiosidade / raro.
Wolf: importância do indivíduo (nível hierárquico), influência sobre o interesse nacional, número de pessoas envolvidas, relevância quanto à evolução futura.
Erbolato: proximidade, marco geográfico, impacto, proeminência, aventura / conflito, consequências, humor, raridade, progresso, sexo e idade, interesse pessoal, interesse humano, importância, rivalidade, utilidade, política editorial, oportunidade, dinheiro, expectativa / suspense, originalidade, culto de heróis, descobertas / invenções, repercussão, confidências.

Chaparro: atualidade, proximidade, notoriedade, conflito, conhecimento, consequências, curiosidade, dramaticidade, surpresa.
Lage: proximidade, atualidade, identificação social, intensidade, ineditismo, identificação humana.

Fonte: Gislene Silva, 2015b

Com base no estudo realizado por Paiva (2015), a interatividade proporcionada pela internet é um valor notícia para o jornalismo online, pois viabiliza o feedback e permite o leitor entrar no processo comunicacional por meio da interação, valorizando assim o diálogo e transformando o modelo de comunicação "de muitos para muitos e, não mais somente, de um para muitos, como no modelo tradicional de comunicação unidirecional".

Apresentados os critérios de noticiabilidade os quais determinam os valores-notícias, decidimos por elencar apenas alguns destes, os quais estão mais de acordo com o objeto de pesquisa e amostragem. Para isso, elegemos seis valores-notícia que são: importância, interesse, atualidade, relevância, impacto e interatividade.

Neste trabalho, também vamos avaliar se a técnica jornalística está sendo empregada, uma vez que esta faz parte dos critérios para que a notícia seja publicada no site Jovens Conectados. A técnica analisada será o uso do lead[5] (ou lide) nas matérias, pois ele é responsável de direcionar o leitor para as informações mais relevantes. Para Sousa (2015, p. 221), o lead deve responder as seguintes perguntas: "Quem?", "O Quê?", "Quando?", "Onde?, Como?"e "Porquê?". Contudo, o autor ressalta que as perguntas mais importantes a serem respondidas no lead são "Quem? e O Quê?", as quais já estão associadas na maneira que responde as questões "Quando? e Onde?". De acordo com o pesquisador as perguntas "Como? e Porquê?", podem ser respondidas ao longo da notícia.

2.3 Pesquisa de Campo

A pesquisa de campo será feita por meio de uma amostragem escolhida intencionalmente devido ser mais apropriada aos objetivos deste estudo. Para executar esta pesquisa de campo escolhemos o site Jovens Conectados disponibilizado no endereço eletrônico (www.jovensconectados.org.br) como estratégia de comunicação e evangelização da juventude e, selecionamos cinco notícias publicadas pelo Jovens Conectados no período de 13 a 18 de abril de 2015, que servirão de fio condutor para a nossa análise. Vale ressaltar, que

[5] O lead é o primeiro parágrafo da generalidade das peças jornalísticas, mas esta designação é mais apropriada ao primeiro parágrafo de uma notícia ou de uma reportagem. Há, inclusivamente, peças 221 jornalísticas que podem não ter um verdadeiro lead, como certas entrevistas "pergunta-resposta" (SOUSA, p. 220-221, 2015).

o número de notícias publicadas no site depende do encaminhamento pelas diferentes grupos de jovens e colaboradores. Este número pode variar e, como constatado, encontramos uma variação no período de 13 a 18 de abril de 2015.

Como referenciado anteriormente, a abordagem desta pesquisa é de caráter descritivo e analítico qualitativo, pois se preocupa em entender como as notícias do site Jovens Conectados contribui na evangelização da juventude. Portanto, é necessário que utilizemos como técnica metodológica os critérios de noticiabilidade, para melhor compreender a evangelização da juventude no site Jovens Conectados que é o objetivo geral desta pesquisa.

A relevância desta pesquisa está em conhecer como se realiza a evangelização da juventude com o uso das mídias digitais e como estes novos meios de comunicação favorecem a interação e o diálogo da Igreja com o jovem que está continuamente conectado, e compreender como esses novos vínculos comunicacionais podem abrir diferentes caminhos para a propagação da fé junto a juventude e sua evangelização.

Por sua vez, a pesquisa vai também buscar colaborar na compreensão da presença religiosa nas novas mídias e sua relação comunicacional com o jovem a partir das ferramentas disponíveis no meio digital. Além disso, este estudo será útil para a comunidade acadêmica que deseja fazer pesquisas posteriores, bem como para a sociedade em geral, em que poderão conhecer como acontece a evangelização da juventude nos meios digitais.

CAPÍTULO 3
ANÁLISE DAS NOTÍCIAS PUBLICADAS NO JOVENS CONECTADOS

Este capítulo dedica-se em apresentar a descrição e a análise do objeto desta pesquisa, por meio do material recolhido do site Jovens Conectados. O material selecionado que são as notícias, seguiu o critério de uma amostra aleatória, com isso foram analisadas individualmente cinco notícias publicadas nos dias 13, 15, 17 e 18 do mês de abril de 2015. A partir disso, possibilitará compreender a evangelização da juventude no site Jovens Conectados.

Tabela 2. Amostragem das notícias publicadas no site Jovens Conectados para análise

Mês	**Dia**	**Notícias**
ABR	13	Jovens mineiros fazem evangelização na rua
ABR	13	Província Eclesiástica de Pelotas realiza CDL
ABR	15	JUFRA oficializa fraternidade em Anápolis (GO) e volta a ser presença no Regional Centro
ABR	17	Juventude Missionária: Agora é hora de compromisso!
ABR	18	Projeto Rota 300 é apresentado aos bispos do Brasil

Fonte: Lidiane Vitor Ribeiro, 2015

3.1 “Jovens mineiros fazem evangelização na rua”

3.1.1 Descrição

A notícia “Jovens mineiros fazem evangelização na rua”, foi publicada dia 13 de abril de 2015 pelo Jovens Conectados e, tem como foco a evangelização. A pauta apresentada traz como tema principal a evangelização missionária realizada pelos jovens e valorizou a coragem e abertura da juventude em criar outros espaços que vão além das fronteiras da própria Igreja, para que a mensagem do Evangelho chegue a outras pessoas e em especial a outros jovens, como revela o objetivo desta ação destacada na matéria que é “realizar vários encontros a céu aberto nos centros urbanos, promovendo a evangelização missionária que ultrapassa as portas das igrejas”.

O assunto é abordado desde o título da matéria, pois este chama a atenção do internauta e instiga a leitura do lead e da notícia completa. O lead é construído de forma sintética, traz informações de quando aconteceu esta ação juvenil, também explica o que é e

quem fez parte deste projeto que permite evangelizar na rua. No decorrer da notícia é explicado como acontece a aplicação deste projeto, bem como apresenta o porquê desta ação que leva a cumprir o mandato do Papa Francisco o qual convida a construção de uma Igreja "em Saída".

Para a construção da matéria foi utilizado apenas a fonte que escreve a notícia e subtende-se que esta esteve presente na ação e tem conhecimento sobre o projeto devido as informações contidas no texto e sua contextualização. A matéria contém apenas quatro parágrafos curtos e um texto de fácil leitura, escrita por Tarick David representante do Ministério Jovem de Minas Gerais.

A imagem que a notícia traz vem fortalecer a ação evangelizadora dos jovens e estimula outros jovens para fazer parte deste projeto de levar a todos a Boa Notícia, além disso, a imagem ilustra e dá credibilidade ao anunciado. Ver a notícia completa no anexo A.

Figura 1 – Grupo de jovens reunidos para evangelizar

Fonte: http://www.jovensconectados.org.br/jovens-mineiros-fazem-evangelizacao-na-rua.html

3.1.2 Análise

A matéria cumpre seu papel evangelizador ao difundir a dinâmica evangelizadora presente no meio juvenil, que supera fronteiras e possibilita outras pessoas aproximar da fé e vivenciá-la. A notícia é desenvolvida com base na ação dos jovens que promovem por meio de encontros a evangelização na rua, com o intuito de favorecer uma maior participação das pessoas e ampliar a divulgação da mensagem evangélica. Além disso, a matéria desperta interesse e curiosidade na juventude, pois coloca o jovem como protagonistas da Boa Notícia, pois evangelizar é anunciar a "Boa Notícia do Reino", como revela o documento da *Evangelização da Juventude* da CNBB e que também desafia o jovem a evangelizar e participar da missão da Igreja.

Ao aprofundar os critérios de noticiabilidade citados por Gislene Silva, fica claro que a notícia traz como principal critério noticioso a relevância, uma vez que o tema evangelização é foco fundamental do site Jovens Conectados e tem certa importância para o público que visita o site. Com isso, pode-se dizer que é uma notícia que apresenta certo grau de atualidade, pois remete a necessidade dos tempos atuais de que a Igreja precisa ir ao encontro dos fiéis e não só esperar que eles busquem por si mesmos.

O tema abordado na notícia promove impacto, pois revela a prática evangelizadora e missionária dos jovens mineiros que montam sua tenda na rua da cidade para conectar-se com outros jovens e apresentar Jesus e o seu Projeto, colocando em prática o convite que o próprio Jesus fez de anunciar "a Boa Nova do Evangelho" a todo o mundo (cf Lucas 9, 6). Portanto, é uma atitude ousada e demonstra dinamismo da juventude no seu jeito e modo de evangelizar.

As ações interativas que o site oferece na publicação desta notícia são da possibilidade de fazer comentário da própria notícia, o compartilhamento por meio das redes sociais e no final da notícia é disponibilizado duas *tags* e a opção "Leia Mais", onde o internauta encontra quatro diferentes notícias que abordam temas semelhantes. Contudo, uma forma de interação que merece destaque é a possibilidade que o jovem internauta tem de enviar notícia, dar sugestões e fazer críticas por meio das redes sociais e pelo e-mail noticias@jovensconectados.org.br, com isso pode-se afirmar que pelas diferentes propostas de participação o site é evangelizador, pois desafia os jovens de diversos grupos e organizações juvenis serem atores da evangelização.

Nesta matéria a interatividade por meio de comentários foi fraca e merece receber especial atenção, já que não existe nenhum comentário, com isso vale ressaltar que os comentários são moderados pelo jornalista responsável que publicou a notícia e, o internauta tem a liberdade de preencher ou não um breve formulário para comentar a notícia. Embora não seja objetivo desta pesquisa, observou-se que o nível de interatividade por meio de comentários das matérias publicadas na *fan page*[6] do Jovens Conectados é bem diferente, uma vez que os links para as matérias geram muitos comentários entre os próprios leitores ou entre o Jovens Conectados e os leitores.

Por outro lado, esta notícia teve 264 curtidas no link do Facebook , uma "tuitada" e três compartilhamentos em outras redes sociais não identificadas, pois o site oferece mais de

[6] As páginas de fãs (fan pages) existem para que as organizações, empresas, celebridades e bandas transmitam muitas informações aos seus seguidores ou ao público que escolher se conectar a elas. Podem ser aprimoradas com aplicativos que ajudem as entidades a se comunicarem e interagirem com o seu público e adquirirem novos usuários por recomendações de amigos, históricos dos Feeds de notícias, eventos do Facebook e muito mais (SILVA e COUTINHO, 2015).

100 formas diferentes para difundir a notícia. Desse modo, a interatividade que esta notícia provocou, nos leva acreditar sobre a sua importância para o público jovem, bem como confirma o que diz Carmem Maria Pulga ao referir-se que a Igreja nos tempos atuais ao utilizar-se dos modernos meios de comunicação como a internet para a evangelização está cada vez mais envolvendo todos os crentes na disseminação da mensagem evangélica.

3.2 "Província Eclesiástica de Pelotas realiza CDL"

3.2.1 Descrição

O Jovens Conectados publicou esta notícia no dia 13 de abril de 2015, o texto noticioso tem como foco fundamental a importância da formação para fortalecer o protagonismo juvenil. Dessa forma, o título da matéria "Província Eclesiástica de Pelotas realiza CDL" apresenta de modo claro e objetivo o que o leitor vai encontrar na notícia e, também, cria expectativa, desperta curiosidade e provoca a continuar a leitura da matéria.

Do mesmo modo, a notícia segue a normatização técnica do lead, o qual nos mostra no primeiro parágrafo o assunto principal do fato, respondendo as perguntas básicas (quando, quem, onde, o quê), depois desta introdução a matéria segue respondendo as outras perguntas do lead (como e porquê). Dentro do que é noticiado, está em destaque o objetivo desta ação que é "vivenciar a formação para depois aplicá-la em suas dioceses".

A notícia em questão é conduzida por meio de uma descrição rápida e sucinta do que aconteceu neste encontro formativo, a matéria foi escrita por Diego Damas Fernandez e Edna Machado do Eai?Tchê Notícias. O marco desta matéria está nos depoimentos dos jovens participantes que falam sobre o valor do Curso de Dinâmicas para Líderes (CDL). A primeira fonte a ser trazida na notícia é da Taionara, uma jovem que acredita em uma formação capaz de torná-la mais preparada na sua ação evangelizadora. A sua participação dá mais credibilidade para o curso, além de motivar outros jovens para participar desta formação.

Outra fonte utilizada no texto é do jovem Wislehn que, revela seu encanto pelo curso devido sua proposta de formar jovens líderes do seu tempo, como também seu compromisso missionário de estar sempre a serviço da missão como forma de atender ao apelo do papa Francisco que convida a juventude para partir em missão, como discípulos de Jesus Cristo sem medo para servir.

A matéria apresenta um dado importante que é o número de participantes das três dioceses. Este dado por si só é significativo e, demonstra a articulação da juventude que

anseia por uma formação que a potencialize como lideranças juvenis. A imagem que acompanha a notícia vem prender a atenção do leitor na notícia do site Jovens Conectados, é uma imagem um tanto expressiva, visto que demonstra a alegria e satisfação dos jovens ao fazer o curso e, principalmente por sentirem-se atores principais do seu protagonismo juvenil. Verificar a matéria completa no anexo B.

Figura 2 – Participantes do Curso de Dinâmicas para Líderes

Fonte: http://www.jovensconectados.org.br/provincia-eclesiastica-de-pelotas-realiza-cdl.html

3.2.2 Análise

A formação de lideranças jovens é o tema que permeia toda a notícia e, na medida em que entendemos o valor de uma capacitação focada para o protagonismo juvenil que permite o jovem comprometer-se cada vez mais com a construção do Reino de Deus e a missionariedade, é sim um ato com forte potencial evangelizador. Uma vez que, o documento *Evangelização da Juventude* da CNBB, aponta que a evangelização também está ligada com a formação catequética que favoreça o jovem amadurecer na fé, ser protagonista do Reino e se comprometer socialmente. Com isso, pode-se dizer que esta notícia obedece aos critérios de noticiabilidade da importância e relevância, segundo Gislene Silva.

Na matéria, é ressaltado que 30 jovens participaram do Curso de Dinâmicas para Líderes, este por sinal, é um número expressivo de jovens que estão exercendo sua liderança junto a juventude, na Igreja e na própria sociedade. Frente a isso, esta notícia atende ao critério de interesse, pois desperta a população jovem para a necessidade de uma formação que garante seu protagonismo e o prepare para uma ação evangelizadora no meio juvenil de forma inculturada na realidade em que vive.

Outro fator a ser destacado é dos próprios jovens que produziram a matéria e, perceberam que a comunicação ligada a “Boa Notícia” que é o próprio Evangelho, devem ser sim anunciada ao mundo, como afirma Marques de Melo (2005, p. 27) ao dizer que a Igreja

“precisa recorrer a instrumentos de comunicação que amplie sua voz, permitam levar sua mensagem para todos os quadrantes da sociedade”. Assim sendo, é possível afirmar que os meios de comunicação e neste caso a internet é útil para a evangelização, pois cria condições favoráveis para a multiplicação da mensagem evangélica.

A interatividade manteve-se presente por meio da própria postagem dos jovens colaboradores que produziram a notícia, como também dos jovens que foram fontes e deram seu depoimento sobre o curso. Novamente nesta matéria os comentários são deixados de lado e os internautas só curtiram a notícia, sem emitir nenhum comentário sobre a mesma, totalizando 13 curtidas, no entanto, o curtir também revela uma interação com o público-internauta, mas os comentários são indispensáveis para gerar discussões ao redor da notícia.

Mesmo proporcionando diferentes oportunidades de interação, a matéria não garantiu de forma eficaz a interatividade com seus públicos, pois só teve uma “tuitada” e cinco compartilhamentos em outras redes sociais. Da mesma forma, o internauta encontra abaixo da notícia a opção “Leia Mais” que apresenta quatro diferentes hiperlinks que direcionam para matérias com temáticas afins e uma *tag*. Contudo, as interações existentes revelam que esta publicação atingiu um determinado número de pessoas, possibilitou inimagináveis interpretações e como diz o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais que os fiéis por meio da internet estão colaborando para que a mensagem da “Boa Nova possa ser ouvida sobre os telhados do mundo”.

3.3 “JUFRA oficializa fraternidade em Anápolis (GO) e volta a ser presença no Regional Centro”

3.3.1 Descrição

Publicada no dia 15 de abril de 2015 no site Jovens Conectados, a matéria “JUFRA oficializa fraternidade em Anápolis (GO) e volta a ser presença no Regional Centro”, tem como linha condutora a busca da juventude para seguir Jesus Cristo e viver o seu Evangelho a partir do testemunho vivido por Francisco de Assis. A notícia se utiliza do lead, que de forma objetiva dá o embasamento sobre o que está sendo noticiado, além de chamar a atenção do leitor para a notícia. A matéria apresenta um fato pontual que é a fundação da “Fraternidade Frei Leão de Assis”.

Após a introdução da temática, a notícia busca trazer diferentes informações para explicar o caminho preparatório que os nove jovens: Ana Maria, Déborah, John Maico,

Gabriel, Gabriela, Geovana, Patrick, Pedro Henrique e Rafael Henrique passaram antes de assumirem o compromisso para viverem os valores evangélicos, seguindo o exemplo de São Francisco e tornarem-se “jufristas”. A notícia foi escrita por Frei Wellington Buarque, assistente espiritual Nacional da JUFRA.

Na matéria as fontes são citadas de forma indireta e estão todas ligadas a Família Franciscana, contudo em momento algum no texto encontra-se uma fonte que traz depoimentos pessoais acerca do que é pertencer a Juventude Franciscana (JUFRA), neste caso poderia ter dado voz aos próprios jovens e, com isso, a notícia ficaria mais humanizada e despertaria mais interesse e identificação junto ao público jovem que tem o desejo de assumir este estilo de vida.

Novamente a imagem vem acrescentar significado na matéria e prender a atenção do leitor na notícia, uma vez que apresenta os jovens no momento em que estão assumindo seu compromisso e tornando-se membro da JUFRA, bem como de fundo uma grande assembleia que acompanha atentamente este momento ímpar na vida destes jovens. A matéria completa encontra-se no anexo C.

Figura 3 – Jovens assumem compromisso de viver o carisma franciscano

Fonte: http://www.jovensconectados.org.br/jufra-oficializa-fraternidade-em-anapolis-go-e-volta-a-ser-presenca-no-regional-centro.html

3.3.2 Análise

Novamente a análise da amostragem vem revelar o compromisso que o site Jovens Conectados tem em atender as diversas organizações juvenis e, assim melhor informar, orientar e evangelizar a juventude. Dessa forma, a matéria mais uma vez cumpre o seu papel evangelizador, pois apresenta com o testemunho dos noves jovens, uma juventude compromissada em propagar ao mundo os valores evangélicos. A partir disso, pode-se afirmar

segundo as categorias trazidas por Gislene Silva, que a notícia provoca impacto, dado que chama atenção do público alvo e provoca nele uma reflexão sobre o assunto abordado.

Nos dias de hoje, cada vez mais cresce a descrença em relação aos jovens, acredita-se que a Juventude Franciscana bem como o Jovens Conectados perceberam a importância desta temática que é um contraponto, pois apresenta uma juventude que luta por seus ideais e se compromete com a construção do Reino de Deus doando-se sem reservas, atendendo assim ao critério do interesse humano e também da relevância, pois reforça uma imagem positiva de uma juventude convicta e entusiasmada para anunciar e viver os valores do Reino de Deus.

A matéria ainda se preocupa em descrever de forma simples as diferentes informações acerca desta temática, revelando ao público leitor o caminho que os jovens fizeram em preparação para assumir o compromisso franciscano de vida, como também de oficializar a "Fraternidade Frei Leão de Assis", com o intuito de atrair a atenção do jovem internauta e ao mesmo tempo despertar interesse em aprofundar o assunto.

A Juventude Franciscana ao inserir sua matéria no site Jovens Conectados, potencializou a transmissão de sua mensagem comunicacional, além de ampliar sua ação evangelizadora junto aos jovens. Como afirma Antonio Spadoro ao dizer que a rede é um espaço privilegiado para fazer alavancar a palavra do Evangelho. Essa experiência também é entendida por Moisés Sbardelotto como um meio estratégico para cumprir o mandato de Jesus de fazer chegar a Boa Nova a todos os recantos do mundo.

Constata-se a partir desta postagem que a interação com os leitores tem sido abrangente, devido a possibilidade do leitor em interagir de forma instantânea nas redes sociais e de forma eficaz compartilhar a notícia com outros internautas. Sendo assim, esta notícia gerou 583 curtidas no Facebook e quatro "tuitadas".

Da mesma forma, a matéria não provocou uma interação mais ativa entre os leitores, pois não teve nenhum comentário, e assim, não é possível pressentir as impressões dos leitores sobre a matéria publicada. Mais uma vez, a notícia traz a opção "Leia Mais", em que possibilita o leitor obter novas informações referentes ao tema e quatro *tags* que permitem o usuário filtrar por meio das palavras outras postagens relacionadas.

3.4 “Juventude Missionária: Agora é hora de compromisso!”

3.4.1 Descrição

A notícia publicada no dia 17 de abril de 2015 no site Jovens Conectados tem como foco principal o compromisso missionário da juventude. Sendo assim, a pauta apresenta uma temática que atrai atenção do leitor desde o título “Juventude Missionária: Agora é hora de compromisso!” que cumpriu seu papel fundamental de apreender o público leitor para a notícia. O tema é introduzido com o lead que oferece informações prévias acerca do acontecimento a ser narrado, respondendo as perguntas (Quem? Quando? Onde? e O quê?), já as outras perguntas (Como? e Por quê?) são respondidas ao longo da narrativa do texto.

Logo após a introdução, a notícia revela dados importantes como o número de participantes deste encontro estadual da Juventude Missionária totalizando 54 jovens bem como as dioceses envolvidas que são ao todo10. A seguir a matéria destaca que objetivo do encontro é “apresentar o que é o projeto da Juventude Missionária, seus compromissos e objetivos”.

Durante toda a matéria o autor Diego Raposo, coordenador estadual da Juventude Missionária de São Paulo, segue descrevendo, narrando o que os jovens vivenciaram nestes dias de encontro formativo, dando ênfase aos momentos de espiritualidade, partilha de vida e compromisso com a missão da Igreja. Esta notícia tem como finalidade mostrar a juventude como missionária do Reino, em que o jovem é convidado a levar a Boa Notícia a outros jovens.

A matéria utiliza diferentes fontes de forma indireta para relatar de maneira objetiva e sintética o que cada uma debateu durante o encontro. Mesmo assim, a notícia não utiliza nenhuma fonte de apoio, como depoimentos de jovens que participaram do encontro estadual da Juventude Missionária, deixando então de fornecer ao leitor as impressões dos participantes e, também de ampliar a compreensão do fato noticiado.

Diferente das três primeiras matérias esta notícia vem acompanhada por um subtítulo “Agora é hora de compromisso”, que é retirado da chamada principal da notícia e vem quebrar a sequência da narrativa e colaborar na separação do texto e ideia, além disso, é uma estratégia para atrair leitores. No final da matéria, o público leitor encontra informações da divulgação dos 10 anos da Juventude Missionária no Brasil, como data, local e de como se preparar para celebrar essa data histórica.

A notícia ainda é composta por duas imagens, a primeira imagem mostra todos os participantes com expressões alegres segurando firme a bandeira da Juventude Missionária. A outra imagem revela apenas parte do grupo em que todos aparecem vibrantes e em suas mãos estão a bandeira da Juventude Missionária, o globo e a vela. Com isso, as imagens presente na matéria serve como complemento ao enunciado, como também acrescenta significado na notícia. Mais detalhes no anexo D.

Figura 4 – Jovens missionários participando do encontro

Fonte: http://www.jovensconectados.org.br/juventude-missionaria-agora-e-hora-de-compromisso.html

3.4.2 Análise

Ao cumprir sua missão de articular a evangelização da juventude, o Jovens Conectados ao publicar esta notícia vem afirmar mais uma vez que o site é sim um espaço aberto para divulgar e promover o protagonismo juvenil dentro da Igreja e na sociedade, como também as diferentes experiências de evangelização vivenciadas pelos grupos de jovens existentes. Esta publicação está focada na potencialidade do jovem em contribuir na missão de anunciar o Evangelho a outros jovens. Sendo assim, a matéria segue a categoria ditadas por Gislene Silva que é a relevância para o público alvo, pois mostra uma juventude comprometida em difundir a Boa Nova ao mundo.

A notícia apresenta outros critérios relacionados como: a importância, devido o número significativo de jovens missionários participando do encontro formativo e do interesse, sabendo que a matéria vai atingir diretamente o público leitor do Jovens Conectados. Sendo assim, a notícia não só atrai a atenção dos leitores, mas também cumpre o seu objetivo de despertar o espírito missionário em outros jovens.

Outro tópico abordado na matéria é o debate que o encontro promoveu em torno da temática social da redução da maioridade penal. O tema por se tratar de um enfoque atual, acaba por atender ao critério da atualidade e vem confirmar mais uma vez o que a CNBB

(2007, p. 13) revela ao proferir que a evangelização exige não só participar da missão da Igreja, mas também deverá buscar a transformação da sociedade.

A interface do site onde as notícias são publicadas já carrega em si mesma um tipo de interação, uma vez que permite gerar interatividade entre os internautas, por meio dos recursos disponibilizados. Diferente das matérias anteriores, essa notícia traz a interatividade por meio de comentário, em que o leitor pode interagir com a publicação. A notícia foi comentada por Guilherme Silva, o jovem ao fazer o seu comentário dividiu com outros leitores seu sentimento e ideia sobre o que foi noticiado. O usuário Guilherme fez a seguinte consideração: "O encontro foi de grande ajuda, pois missão é a essência da igreja, e nosso Papa Francisco nos mostra a desfasagem [sic] que temos neste assunto. Parabéns Juventude Missionária". Na frase o internauta deixa sua opinião acerca da matéria e ao mesmo tempo revela a sua participação no encontro, bem como a sua indignação frente a realidade missionária da Igreja.

Compreende-se, então, que o ciberespaço é este novo lugar para a Igreja realizar sua evangelização (missão) como aponta Joana Puntel (2008, p. 146) ao dizer que "a missão da Igreja, neste campo, já não é opcional. Ela é um dever e oxalá pudesse estar no topo de suas prioridades, pois tudo passa pela comunicação". Esta notícia desencadeou um diálogo interativo por meio das 22 curtidas no Facebook, três "tuitadas" e três compartilhamentos desta postagem nas outras redes sociais.

Assim como as notícias anteriores, o site possibilita outra forma de interação que é o uso de *tags* e a opção "Leia Mais" que disponibiliza quatro hiperlinks identificados com uma imagem e chamada da matéria, ao acessar estes hiperlinks o internauta é direcionado a novos ambientes com outras informações, podendo então ampliar seu conhecimento sobre o assunto abordado, uma vez que todos os hiperlinks estão relacionados com a notícia.

3.5 "Projeto Rota 300 é apresentado aos bispos do Brasil"

3.5.1 Descrição

Publicada no dia 18 de abril de 2015, a matéria traz como tema o projeto Rota 300 assumido pela juventude do Brasil que, na matéria, também traz o nome oficial do projeto que é "300 anos de bênçãos: com a mãe Aparecida, juventude em missão". A matéria foi desenvolvida a partir do lead que trouxe informações relevantes de forma direta para assim, guiar o leitor e atraí-lo para o texto.

A notícia em questão utiliza basicamente quatro fontes para abordar o assunto. A primeira fonte a aparecer no texto é de Dom Eduardo Pinheiro, presidente da Comissão Episcopal para a Juventude, que ao falar do projeto ressalta que esta iniciativa vai dar novo vigor ao trabalho junto a juventude, bem como faz um apelo para que os bispos possam apoiar o projeto na sua diocese. A participação dele permite que a matéria transmita credibilidade, confiança e cative o público leitor.

Outra fonte utilizada na notícia é de Dom José Luiz Majella que apresenta informações referentes ao projeto, ressaltando que este não deve ser assumido somente pela juventude, mas sim por toda a Igreja. Para criar empatia e sensibilizar o público leitor, a matéria traz como fonte o jovem Lago Ervanovite representante da coordenação da Pastoral Juvenil Nacional, que, através de sua apresentação na Assembleia Geral da CNBB sobre a Rota 300, conquistou não só aplausos, mas também apoio dos bispos em "fazer o projeto acontecer", com isso a notícia ganha também um caráter mais humanizado.

Tendo em conta a facilidade da leitura, a matéria foi dividida com um subtítulo intitulado "O projeto", sendo assim a notícia tornou-se mais dinâmica, pois separou textos e ideias. Por ser um subtítulo pequeno e informativo ele atrai o público leitor que tem o interesse de conhecer o funcionamento do projeto. Nessa segunda parte da matéria, a fonte utilizada foi do padre Antonio Ramos, assessor nacional da Comissão que destacou a esperança que o projeto suscita para fortalecer a evangelização da juventude.

A matéria traz ao leitor informações relevantes sobre o projeto Rota 300 como quem idealizou em que está fundamentado e sua durabilidade, desse modo o conteúdo fornece informações de utilidade pública, uma vez que o projeto vai atingir todas as dioceses do Brasil. A imagem que vem junto à notícia vem de certa forma ilustrar o momento em que o projeto Rota 300 foi apresentado aos bispos do Brasil. Mais informações no anexo E.

Figura 5 – Apresentação do projeto Rota 300 aos bispos do Brasil

Fonte: http://www.jovensconectados.org.br/projeto-rota-300-e-apresentado-aos-bispos-do-brasil.html

3.5.2 Análise

Novamente, por meio da análise da amostragem, é apreendida a preocupação das matérias publicadas no Jovens Conectados em trazer informações com o objetivo de orientar, articular e informar o público leitor quanto a questão da evangelização juvenil. A matéria é desenvolvida com base no projeto Rota 300 que tem os jovens como os principais colaboradores para fazer com que a Imagem de Nossa Senhora Aparecida possa peregrinar por todo o país. Dessa forma, a Igreja ao acreditar no potencial da juventude para dar vida esse projeto, vem confirmar mais uma vez que ela reconhece os jovens como protagonistas da ação evangelizadora.

Partindo disso, o profissional que produziu a matéria notou a importância social e interesse humano dessa abordagem, pois é um assunto que atrai a atenção do público leitor, uma vez que Nossa Senhora Aparecida é proclamada a padroeira do Brasil. Outra categoria citada por Gislene Silva como critério noticioso é o impacto, pois a temática trazida envolve de forma direta e indireta um grande número de pessoas, além de produzir reações na juventude brasileira, bem como na sociedade em geral. Isso conduz a conclusão de que a Igreja passou sim "a servir-se dos instrumentos de difusão coletiva para atingir maior número de pessoas, multiplicando os efeitos da mensagem evangélica" (MELO, 2005, p. 27).

A matéria também está ligada ao critério da atualidade, pois trata de um tema que está em pauta, como também está vinculada ao valor notícia da relevância, devido à matéria oferecer um sentido e significado junto ao leitor. Outro enfoque destacado na notícia é o espaço e confiança conquistado pelos jovens em poder participar de forma ativa da programação em preparação aos 300 anos da aparição de Nossa Senhora Aparecida e, com isso fortalecer o seu espírito missionário e serem portadores da Boa Nova. A partir disso, "dizer que para a Igreja, a juventude é uma prioridade em sua missão evangelizadora, é afirmar que se quer uma Igreja aberta ao novo" (CNBB, 2007, p. 56).

É importante ressaltar que o site também tem outros elementos considerados provedores de interatividade como o mecanismo de busca por matérias, a nuvens de *tags* no final da página que tem por finalidade mostrar ao usuário por meio das palavras-chave os principais assuntos abordados pelo site Jovens Conectados e a possibilidade do internauta personalizar a página do site ao escolher uma das três cores que formam a logomarca dos Jovens Conectados.

Da mesma forma, essa notícia contém quatro hiperlinks destacados como “Leia Mais”, onde o internauta ao clicar é direcionado para outras matérias sobre a mesma temática e seis *tags*, em que o leitor é livre para escolher as palavras que considera relacionada ao tema.

Outra forma de interação encontrada nesta matéria é o comentário postado pela internauta Celia Oliveira, onde a leitora usa o espaço para emitir sua apreciação e adesão sobre o tema da notícia, ao comentar que “....tamo junto (COMUNIDADE BOA NOVA) com a juventude de Campo Grande/MS com nosso Bispo Dom Eduardo PINHEIRO....”. Além disso, mais uma vez, é percebida a intensa interação por meio das redes sociais que nesta postagem atingiu 329 curtidas, cinco “tuitadas” e três compartilhamentos.

CAPÍTULO 4
CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dentro deste trabalho foram abordados conceitos fundamentais para melhor compreender a evangelização da juventude no site Jovens Conectados. Para isso, encontra-se nesta pesquisa um perfil histórico da comunicação da Igreja Católica, destacando em especial as fases pelas quais a Igreja passou em que se constata que a sua prática comunicacional tem modificado ao longo do tempo, pois vai desde a desconfiança até a aceitação dos diversos instrumentos de comunicação para realizar sua missão evangelizadora.

Diante disso, a Igreja reconhece a importância dos modernos meios de comunicação para dialogar com as novas gerações, além do seu valioso auxílio para anunciar o Evangelho a juventude. Por isso, neste trabalho também verificou-se os documentos oficiais da Igreja Católica sobre a comunicação, que revelam a posição da Igreja frente a comunicação, bem como demonstram um progressivo incentivo para que os fiéis utilizem os diferentes meios de comunicação em especial o ciberespaço como ferramenta eficaz para a evangelização.

A partir da descrição e análise das cinco matérias publicadas no site Jovens Conectados, que compõem o objeto desta pesquisa, pode se dizer, que o Jovens Conectados preza pela publicação de matérias que orientam para a evangelização da juventude e contemplam a diversidade de expressões eclesiais juvenis. Isto porque, em todas as notícias foi possível notar uma variedade de assuntos voltados para o público jovem e a valorização das diferentes organizações que trabalham com a juventude.

Diante disso, foi possível constatar que o Jovens Conectados além de servir como instrumento de evangelização da juventude é um espaço que proporciona o próprio jovem ser protagonista da evangelização, uma vez que a maioria das matérias analisadas foram produzidas pelas mãos dos jovens. Além disto, muitas vezes nas matérias a juventude teve uma participação ativa como fonte para endossar o assunto tratado, fazendo com que o público jovem sinta-se atraído para a temática abordada.

Ao longo desta análise, pode-se dizer que as matérias do site contemplam os critérios de noticiabilidade como impacto, relevância, importância e interesse no público leitor, pois trata de temas de grande abrangência e, acima de tudo possibilita uma identificação com os leitores, como também são assuntos que transmitem uma mensagem evangelizadora. Além disso, percebe-se que o site Jovens Conectados é interativo, uma vez que abre diferentes espaços para que o internauta possa interagir a partir da publicação da matéria.

A interatividade está presente no Jovens Conectados na profusão dos hiperlinks, pois cada matéria divulgada vem acompanhada por quatro hiperlinks. Outra interação a ser destacada é a participação do usuário na sugestão de matérias bem como na produção de notícias, ou seja, as dinâmicas interativa do site proporciona uma participação diferenciada das diversas expressões juvenis que podem compartilhar seus feitos por meios de notícias e, assim o Jovens Conectados passa a ser esse canal para melhor articular e evangelizar a juventude.

Ainda, nota-se que o site possui outras formas de interação por meio das mídias sociais, destacando o Facebook e o Twitter, por serem as redes sociais mais populares no Brasil. É importante destacar que existe também a forma de interação por meio da ferramenta de busca, os *tags*, além disso, o internauta encontra a possibilidade de interagir por meio dos comentários e, assim garantir uma interação de forma mais direta com a notícia, como também com outros usuários. Porém, nas matérias analisadas foram raros os comentários, pois apenas duas foram comentadas. Sendo assim, foi constatado que a interatividade por meio de comentários é menos explorada pelo público leitor no site.

A partir da análise realizada e todo o processo de estudo teórico sobre comunicação, religião e evangelização, pode-se dizer que o objetivo geral e os objetivos específicos da seguinte pesquisa foram alcançados. Com isso, é possível concluir que as matérias publicadas no site Jovens Conectados, as quais compõe o *corpus* desta pesquisa, contribuem para que o site cumpra seu papel de evangelizar a juventude.

Conclui-se com este trabalho que por meio do site Jovens Conectados e seu potencial interativo, a Igreja Católica estabelece um diálogo e realiza sua evangelização de forma dinâmica e participativa junto e com a juventude. Ao finalizar este trabalho, ressalto a importância de realizar pesquisas que aprofundem a discussão sobre internet e religião.

REFERÊNCIAS

Ataíde, Alidiane E. dos S. *A linguagem do webjornalismo nos portais de comunicação da Paraíba*. Disponível em: <http://www.insite.pro.br/2010/Outubro/webjornalismo_portais_linguagem.pdf>. Acesso em: 22 jun. 2015.

BENTO XVI. *Mensagem do papa Bento XVI para o 43º dia mundial das comunicações sociais,* 2009. Disponível em : <http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20090124_43rd-world-communications-day_po.html>. Acesso em: 05 abr. 2015.

_____. *Mensagem para o 44º dia mundial das Comunicações Sociais*, 2010. Disponível em <http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20100124_44th-world-communications-day_po.html>. Acesso em: 10 set. 2014.

_____. *Mensagem para o 47º dia mundial das Comunicações Sociais*, 2013. Disponível em <http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day_po.html>. Acesso em: 10 set. 2014.

CARDOSO, Darlete. *Produção jornalística:* a construção da realidade. Disponível em: <http://paginas.unisul.br/agcom/revistacientifica/artigos_2008b/darlete_cardoso.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2015.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CNBB. *Evangelização da juventude*: desafios e perspectivas pastorais (Documento 85) Brasília: Edições CNBB, 2007.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Org.). Métodos de Pesquisa. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2009.

GOMES, Pedro Gilberto. Da Igreja Eletrônica à sociedade em midiatização. São Paulo: Paulinas, 2010.

JOÃO PAULO II. *Mensagem para o 36° dia mundial das Comunicações Sociais*, 2002. Disponível em < http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20020122_world-communications-day_po.html>. Acesso em: 10 set. 2014.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. 3. ed. São Paulo: Ed. 34, 2010.

MACHADO, Jones; MORTARI, M. C. Elisângela. *Estratégias Contemporâneas de Comunicação Digital no Processo de Legitimação das Organizações*. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-0014-1.pdf>. Acesso em: 30 ago. 2014.

MELO, José Marques de. *Comunicação social*: teoria e pesquisa. Rio de Janeiro: Vozes, 1970.

_____. Comunicação eclesial: utopia e realidade. São Paulo: Paulinas, 2005.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. Disponível em: <http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise_de_conteudo_moraes.html>. Acesso em: 23 abr. 2015.

NEGROPONTE, Nicholas. *A vida digital*. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

OLIVEIRA, Caroline Farinazzo; GLANZMANN, José Honório. Jornalismo na era da Web 2.0.Disponível em: <http://www.cesjf.br/revistas/cesrevista/edicoes/2010/06_COMUNICACAO_jornalismonaeradaweb.pdf>. Acesso em: 22 jun. 2015.

PAIVA, Ariane Parente . *A interatividade no jornalismo online para o conteúdo das notícias* - O perfil interativo dos jornais de língua portuguesa Folha de São Paulo (Brasil) e Público (Portugal). Disponível em <http://www.conferencialp.org/files/ariane_interatividade_jornalismo2.pdf>. Acesso em: 13 mai. 2015.

PONTIFÍCIO Conselho para as Comunicações Sociais. *Igreja e Internet*, 2002. Disponível em:<http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_po.html>. Acesso em: 15 set. 2014.

PULGA, Carmem Maria. *Interface – Igreja e Mídia*: Uma experiência de comunicação religiosa na web. Dissertação de Mestrado, São Paulo, 2006.

PUNTEL, T. Joana. *Cultura Midiática e Igreja:* Uma nova ambiência. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2008.

SBARDELOTTO, Moisés. *"E o Verbo se fez bit":* Uma Análise de Sites Católicos Brasileiros como Ambiente para a Experiência Religiosa. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, 2011.

SILVA, Aline A. da. *Teologia e comunicação digital:* A nova evangelização dos nativos virtuais. Disponível em: <http://anais.est.edu.br/index.php/teologiars/article/view/178/140>. Acesso em: 20 abr. 2015a.

SILVA, Fábio Gleiser Vieira. *A Igreja Católica e a Comunicação na Sociedade Midiatizada*: Formação e Competência. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2010.

SILVA , Gabriela H. dos S.; COUTINHO, Iluska M. da S. Redes Sociais e Jornalismo: A utilização de Fan Page para a divulgação da TV Brasil. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-0469-1.pdf>. Acesso em: 22 jun. 2015.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. Disponível em: <http://200.144.189.42/ojs/index.php/estudos/article/viewFile/5931/5402>. Acesso em: 23 abr. 2015b.

SOUSA, Jorge Pedro. Elementos de jornalismo impresso. Porto, 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2015.

SPADORO, Antonio. *Ciberteologia* - pensar o cristianismo nos tempos da rede. Tradução Cacilda Rainho Ferrante. São Paulo: Paulinas, 2012.

TEMP, B. Vivian. *Tecnologia, práticas comunicacionais e cultura organizacional*. Disponível em: <http://www.fatecsbc.edu.br/index.php/download/doc_download/130-estrategia-empresarial-tecnologia-praticas-comunicacionais-e-cultura-organizacional.html>. Acesso em: 02 set. 2014.

TERRA, Carolina Frazon. *Comunicação Corporativa Digital*: o futuro das relações públicas na rede. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Estadual de São Paulo, São Paulo, 2006.

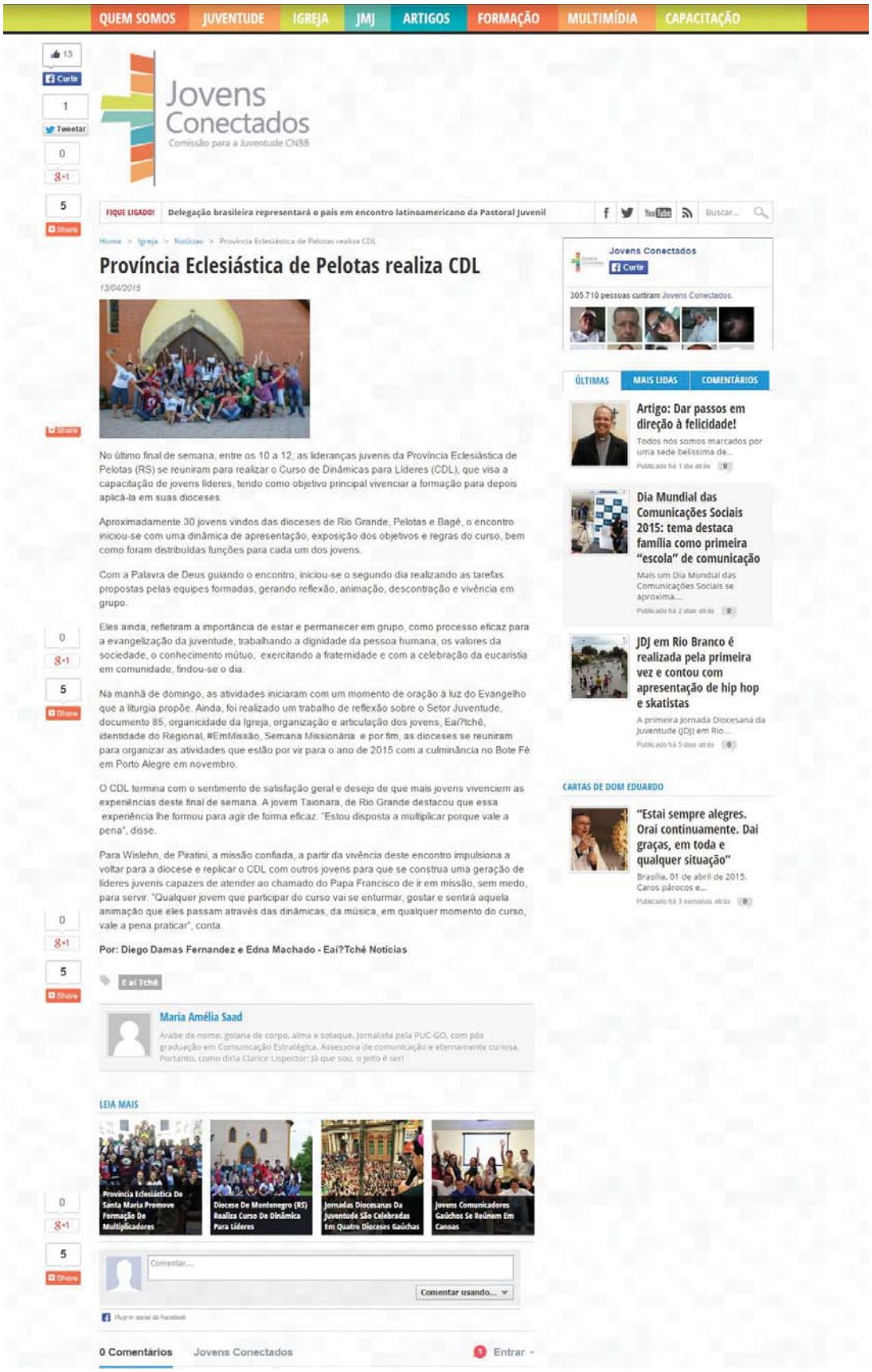
VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração.* 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

ZAGO, Gabriela da S. *Dos blogs aos microblogs*: aspectos históricos, formatos e características. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/zago-gabriela-dos-blogs-aos-microblogs.pdf>. Acesso em: 02 abr. 2015.

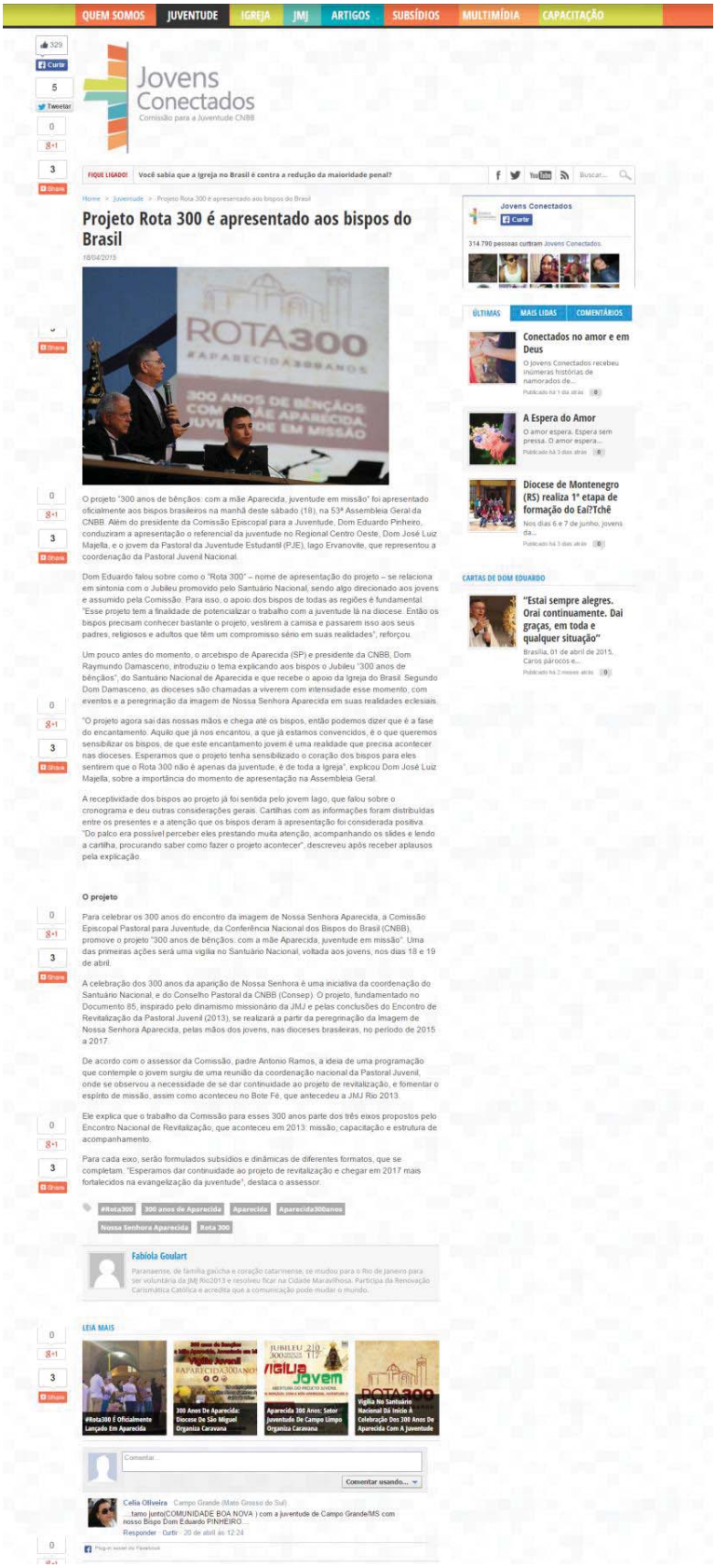
ANEXOS

ANEXO A – Página da matéria “Jovens mineiros fazem evangelização na rua”, de 13/04/2015 do site Jovens Conectados.

ANEXO B – Página da matéria “Província Eclesiástica de Pelotas realiza CDL”, de 13/04/2015 do site Jovens Conectados.



ANEXO C – Página da matéria “JUFRA oficializa fraternidade em Anápolis (GO) e volta a ser presença no Regional Centro”, de 15/04/2015 do site Jovens Conectados.

ANEXO D – Página da matéria “Juventude Missionária: Agora é hora de compromisso!”, de 17/04/2015 do site Jovens Conectados.

ANEXO E – Página da matéria “Projeto Rota 300 é apresentado aos bispos do Brasil”, de 18/04/2015 do site Jovens Conectados.