



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTES
CURSO DE GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

JAQUELINE DA SILVA

**AS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS COMO MEIOS DE EVANGELIZAÇÃO:
A COMUNIDADE DOCE MÃE DE DEUS, DA IGREJA CATÓLICA**

MACEIÓ-AL

2024

JAQUELINE DA SILVA

AS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS COMO MEIOS DE EVANGELIZAÇÃO:
A COMUNIDADE DOCE MÃE DE DEUS, DA IGREJA CATÓLICA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharelado em Relações Públicas.

Orientadora: Profa. Dra. Manuela Rau de Almeida Callou.

Maceió-AL

2024

Catálogo na Fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

S586m Silva, Jaqueline da.
As mídias sociais digitais como meios de evangelização : a comunidade Doce Mãe de Deus, da Igreja Católica / Jaqueline da Silva. - 2024.
60 f. : il. color.

Orientadora: Manuela Rau de Almeida Callou.
Monografia (Trabalho de Conclusão do Curso em Relações Públicas) –
Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Ciências, História, Comunicação e Artes.
Maceió, 2024.

Bibliografia: f. 58-60.

1. Comunicação. 2. Religião. 3. Mídias sociais digitais. 4. Comunidades cristãs - Igreja Católica. I. Título.

CDU: 659.44:289.957

Folha de Aprovação

JAQUELINE DA SILVA

AS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS COMO MEIOS DE EVANGELIZAÇÃO: A COMUNIDADE DOCE MÃE DE DEUS, DA IGREJA CATÓLICA

Trabalho de Conclusão de Curso –
TCC apresentado à Universidade
Federal de Alagoas - UFAL, Campus
Maceió como pré-requisito para a
obtenção do grau de Bacharel em
Relações Públicas.

Data de Aprovação: 06/08/2024.

Banca examinadora:

Documento assinado digitalmente
 MANUELA RAU DE ALMEIDA CALLOU
Data: 28/08/2024 17:12:28-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Manuela Rau de Almeida Callou - Orientadora - UFAL

Documento assinado digitalmente
 MANOELLA MARIA PINTO MOREIRA DAS NEVES
Data: 22/08/2024 12:56:22-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Manoella Maria Pinto Moreira Neves – Examinadora Interna - UFAL

Documento assinado digitalmente
 RODRIGO RIOS BATISTA
Data: 22/08/2024 10:44:19-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Me. Rodrigo Rios Batista – Examinador Externo - Pontifícia Universidade
Santa Cruz – Roma

Dedico esta pesquisa aos meus irmãos de comunidade, a Kariny Dantas (In memória), por sua contribuição e dedicação no anúncio do evangelho nos meios de comunicação e seu amor a relações públicas, dedico ainda a todos os agentes da Pascom que doam suas vidas em prol da Evangelização através das mídias sociais digitais. Que cada um tenha a coragem e a ousadia de anunciar Jesus Cristo por este meio de Comunicação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por me haver criado e me feito Relações Públicas e por ter me chamado a Ser Testemunha do Mistério da Salvação de Cristo por amor a Santa Cruz. Neste tempo Ele foi sem dúvidas “O nunca bastante” e esse trabalho só foi possível graças a sua bondade e misericórdia infinita. Agradeço também ao meu pai Antônio Augusto e a minha mãe Maria Aparecida, por toda a educação que me proporcionaram, vocês foram parte fundamental do processo. Também quero deixar registrado a minha gratidão ao meu noivo Edilson Silva, por ter segurado minha mão e me mostrado que eu era capaz.

Agradeço de forma particular aos meus amigos que sempre acreditaram em mim, não vou citar nomes para não correr o risco de esquecer alguém, mas vocês sabem que estão mencionados aqui. Agradeço as minhas primas, Mariana Barbosa (a doutoranda que me desafiou alcançar o mesmo patamar dela), a Andréa Aguiar (você foi a primeira da família a ter uma graduação e nos mostrar que era possível) e a Adna Karina, que você consiga alcançar os maiores objetivos através da graduação, voe para longe.

Também agradeço aos meus irmãos de Comunidade que me ajudaram nesta pesquisa, pela disponibilidade e auxílio neste tempo e de modo particular aos irmãos que comigo desbravaram novos caminhos durante o período de isolamento social, só foi possível comunicar pela oferta de cada um de vocês.

Quero agradecer a todos da Editora da Universidade Federal de Alagoas - Edufal, de um modo particular a Diva Lessa e a Fernanda Lins por toda a aposta que fizeram em mim e pelo incentivo que depositaram. Também agradeço a todos que fazem a Algás - Gás de Alagoas S.A. pela oportunidade de crescimento profissional e pessoal que vivemos juntos ao longo de um ano e meio.

Por fim, agradeço a minha orientadora Professora Doutora Manuela Callou, por toda a parceria nestes quase cinco anos de universidade, também quero agradecer a minha banca, a professora doutora Manoella Neves e ao Padre Rodrigo Rios pelo tempo dedicado. Quero agradecer a todos os professores do COS na pessoa da Professora Doutora Emanuelle Rodrigues coordenadora do curso de Relações Públicas e da Professora Doutora Janaína Galdino, e aos meus queridos amigos de profissão, que possamos juntos fazer a diferença dentro da comunicação

“Seria impossível, hoje em dia, cumprir o mandato de Cristo, sem utilizar as vantagens oferecidas por estes que permitem levar a mensagem a um número muito superior de homens.” (Papa Paulo VI, 1971, p. 20).

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso abordou acerca dos recursos de comunicação utilizados pela Igreja Católica Apostólica Romana durante o isolamento social, destacando seu papel na divulgação do evangelho. O objetivo deste estudo foi identificar o processo de evolução do uso das mídias sociais digitais a partir da realidade da Comunidade Doce Mãe de Deus, o estudo analisou o uso qualitativo do Instagram e observou o fortalecimento gradual da comunicação digital durante a pandemia de covid-19. O aumento da audiência da comunidade foi atribuído à regularidade dos conteúdos disponibilizados, especialmente relevantes devido ao fechamento físico das igrejas e à realização exclusivamente on-line das missas.

Palavras-chave: Comunicação; Religião; Mídias Sociais Digitais; Novas Comunidades; Igreja Católica.

ABSTRACT

This course completion work addressed about communication resources used by the Roman Catholic Church during social isolation, highlighting its role in the dissemination of the gospel. The objective of this study was to identify the process of evolution of the use of digital social media from the reality of the Sweet Mother of God Community, the study analyzed the qualitative use of Instagram and observed the gradual strengthening of digital communication during the covid-19 pandemic. The increase in the community's audience was attributed to the regularity of the content made available, especially relevant due to the physical closure of churches and the exclusively online holding of masses.

Keywords: Communication; Religion; Digital Social Media; New Communities; Catholic Church.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - *Print do Instagram @docemaededeus Post em agradecimento pelos 20 mil seguidores no Instagram*

Figura 2 - *Print do Instagram @docemaededeus Post em agradecimento pelos 25 mil seguidores no Instagram*

Figura 3 - *Print do Instagram @docemaededeus com quase 30 mil seguidores no Instagram*

Figura 4 - *Print do Insights do Instagram @docemaededeus*

Figura 5 - *Print do Instagram*

Figura 6 - *Print do Instagram @docemaededeus*

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Aceitação em participar da pesquisa

Gráfico 2 – Qual a sua faixa etária?

Gráfico 3 – Missão em que você estava no período de isolamento?

Gráfico 4 – Onde você se encaixa dentro da Comunidade Doce Mãe de Deus?

Gráfico 6 – Qual seu nível de aceitação da Comunidade Doce Mãe de Deus nas mídias sociais digitais?

Gráfico 7 – Qual seu nível de dificuldade em utilizar as mídias sociais digitais para evangelização?

Gráfico 8 – Como as mídias sociais digitais foi útil para você no tempo de isolamento?

Gráfico 9 – Qual foi o seu nível de relacionamento com as pessoas durante o isolamento social através das mídias sociais digitais?

Gráfico 10 – Como sua vida mudou com os trabalhos realizados pela equipe de comunicação da comunidade durante o isolamento?

Gráfico 11 – Dos conteúdos oferecidos durante o período do isolamento social, qual você mais consumiu?

Gráfico 12 – Dos conteúdos oferecidos durante o período do isolamento social, qual foi mais útil para você?

Gráfico 13 – A comunicação realizada nas mídias sociais digitais durante o período de isolamento social foi satisfatória?

Gráfico 14 – Qual a importância do trabalho de evangelização da Comunidade nas mídias sociais digitais?

Gráfico 15 – Como está a comunicação da comunidade após o isolamento social?

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

RCC	Renovação Carismática Católica
CNBB	Conferência Nacional dos Bispos do Brasil
Pascom	Pastoral da Comunicação
Frater	Fraternidade das Novas Comunidades de Vida e Aliança
SCFV	Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 PANORAMA HISTÓRICO DA IGREJA CATÓLICA E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO	15
2.1 A aceitação da igreja católica aos meios de comunicação: perspectiva Histórica	15
2.2 A comunicação na igreja católica do Brasil: surgimento e evolução	16
2.3 Conceitos de comunidade e comunidade religiosa	19
2.4 O surgimento das novas comunidades religiosas no Brasil	21
3 SOBRE O OBJETO DE ESTUDO: COMUNIDADE DOCE MÃE DE DEUS DA IGREJA CATÓLICA DE JOÃO PESSOA	23
3.1 Dados gerais da organização	23
3.2 Histórico da organização	23
3.3 Diferencial da comunidade doce mãe de Deus	27
3.4 Público de interesse	28
4 A COMUNIDADE DOCE MÃE DE DEUS E AS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS NA EVANGELIZAÇÃO: PESQUISA E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS	30
4.1 Pesquisa I - público constitutivos	32
4.1.1 Objetivo da Pesquisa I	32
4.1.2 Situação Problema	32
4.1.3 Pergunta Problema	32
4.1.4 Delineamento da Pesquisa	32
4.1.5 Análise e Interpretação de Resultados	33
4.2 Pesquisa II - público não constitutivos	40
4.2.1 Objetivo da Pesquisa II	40
4.2.2. Situação Problema	40
4.2.3 Pergunta Problema	40
4.2.4 Delineamento da Pesquisa	40
4.2.6 Análise e Interpretação de Resultados	41
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
REFERÊNCIAS	58

1 INTRODUÇÃO

A Igreja Católica Apostólica Romana tem aderido à utilização das ferramentas tecnológicas como meio para anunciar o Evangelho. No entanto, é perceptível que há grande dificuldade no uso desses recursos devido à ampla possibilidade de emprego que possibilitam. Tal fato interfere no cumprimento do que foi solicitado pelo próprio Cristo, no Evangelho de São Marcos: "Ide por todo mundo e pregai o Evangelho a toda criatura" (BÍBLIA. Marcos 16:15. Nova Versão Internacional. São Paulo: Paulus, 2002)

Nesse sentido, o presente trabalho de conclusão de curso, aborda acerca da aceitação da Igreja no tocante a estes meios de comunicação, e dos recursos aplicados, que são utilizados como ferramenta para anunciar o evangelho. Assim, o objetivo deste estudo é identificar o processo de evolução do uso das mídias sociais digitais a partir da realidade da Comunidade Doce Mãe de Deus, pertencente à Igreja Católica de João Pessoa.

Por meio da análise qualitativa do Instagram e a observação do setor de mídia da Comunidade, foi possível constatar que houve um gradual processo de fortalecimento dos meios de comunicação durante o período de isolamento social, decorrente da covid-19, onde a instituição teve um aumento progressivo de seu público, resultado da constância dos conteúdos disponibilizados, tendo em vista que, durante esse período as igrejas estavam fechadas, e as missas aconteciam apenas na modalidade *on-line*.

O trabalho de evangelização nas redes sociais ainda encontra dificuldades, devido à prioridade que é dada às mídias tradicionais, nas divulgações das informações. Logo, diante do cenário vivenciado mundialmente com a pandemia do novo Coronavírus (SARS-COV-2), esta pesquisa trouxe um novo olhar dessa realidade que começou a tomar uma nova direção.

Foram avaliados, igualmente, o processo pós-pandemia e o comportamento dos fiéis bem como o crescimento do Instagram após a volta do "novo normal". O intuito proposto foi, então, compreender o que seu público buscava nas redes sociais digitais e como estas ajudaram no processo durante e após o isolamento, tendo assim, por finalidade, perceber a importância das mídias sociais digitais para a evangelização como mais um recurso que possibilita realizar o que foi proclamado no evangelho de

São Marcos: "ide pelo mundo e pregai o Evangelho" (BÍBLIA. Marcos 16:15. Nova Versão Internacional. São Paulo: Paulus, 2002).

Em suma, este estudo objetiva demonstrar o processo de evolução no uso dos meios de comunicação pela Igreja Católica, e trazer uma análise concreta das postagens da Comunidade Doce Mãe de Deus, em seu Instagram, durante o isolamento social e o pós-isolamento. Ademais, esta pesquisa apresentará dados explicitando a ocorrência do processo midiático da divulgação do evangelho, bem como, os avanços e desenvolvimento das plataformas de comunicação por parte da igreja e em especial da referida Comunidade.

O percurso metodológico deste trabalho utiliza a pesquisa qualitativa, uma vez que, visa explicar como o Instagram teve gradual crescimento no tempo de isolamento social. De outro lado, também alcança o quantitativo, por descrever e registrar a forma pela qual ocorreu tal fato e suas percepções de interesse do público-alvo em estar conectado com a rede social digital da comunidade. Nesse contexto, será apresentada uma pesquisa quantitativa com os membros da comunidade para compreender o processo e a visão que este grupo tem quanto à aceitação das redes sociais digitais como principal instrumento de evangelização durante o isolamento social, e ainda, as mudanças ocorridas, após o isolamento.

Visando uma melhor compreensão, o trabalho foi dividido em três sessões. Na sessão 1, será explanado o panorama histórico da aceitação da Igreja Católica nos meios de comunicação e o surgimento e evolução da comunicação na igreja católica do Brasil. Tratará, ainda, sobre o surgimento das Novas Comunidades no Brasil e no mundo.

Na sessão 2, será apresentado o objeto de estudo que é a Comunidade Doce Mãe de Deus, da Igreja Católica, de João Pessoa. Serão trazidos os dados gerais da Organização e sua história ao longo desses trinta e quatro anos, o diferencial enquanto instituição religiosa, aquilo que é interesse do seu público e suas ferramentas de comunicação para alcançá-los.

Posteriormente, na sessão três, serão demonstrados todos os dados coletados na pesquisa realizada: a Comunidade Doce Mãe de Deus e as mídias sociais digitais na evangelização; o objetivo da pesquisa; a situação problema; o delineamento; a análise e interpretação dos resultados das pesquisas qualitativa, realizada com a equipe que estava à frente da comunicação durante o isolamento

social; e a quantitativa com o público não constitutivos da comunidade. Por fim, serão ainda analisados os dados do Instagram @docemaededeus.

Por fim, convidamos os leitores e esperamos que este trabalho não só contribua para o avanço do conhecimento sobre a conexão da tecnologia e a comunicação digital, com também a transformação no modo como as instituições religiosas se conectam com seus seguidores em tempos desafiadores e inspire futuras pesquisas e discussões sobre mídia e religião.

2 PANORAMA HISTÓRICO DA IGREJA CATÓLICA E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

2.1 A aceitação da igreja católica aos meios de comunicação: perspectiva histórica

A história da igreja com os meios de comunicação vem com o surgimento da imprensa no século XV. A Igreja Católica voltou seu olhar para esse meio de comunicação como uma forma também de anunciar o evangelho. Foi a partir do Papa Leão XIII que a Igreja Católica começou a usar os meios de comunicação como uma forma de difundir o Evangelho. A Igreja, por sua vez, não reconhecia os meios de comunicação como favoráveis para ser usados como instrumento da missão como veremos abaixo em trechos de documentos oficiais escritos pelos Papas em diferentes séculos.

Ao longo da história a forma da Igreja Católica enxergar os meios de comunicação sofreu diversas mudanças. Logo após o advento da imprensa, a Igreja Católica volta o seu olhar para os meios de comunicação. A princípio, havia receio e incertezas sobre a maneira como as ferramentas de comunicação eram utilizadas, o que resultou na publicação de diversos documentos oficiais escritos pelos Papas que estavam à frente da igreja na época. No século XVIII o Papa Clemente XIII, escreveu a encíclica "*Christiane Reipublicae*", que se referia ao perigo das obras impressas, condenando as obras e reafirmando os deveres dos bispos em combater a literatura:

Portanto, Veneráveis Irmãos, a quem o Espírito Santo colocou como Bispos para governar a Igreja de Deus e ensinou sobre o sacramento singular da salvação humana, não podemos, em tão grande corrupção de livros, mas excitar, segundo o que é nossa tarefa, o zelo da vossa fidelidade, para que - chamados a participar na pastoral - vos dediqueis a ela o máximo esforço possível. Deve-se lutar ferozmente, como a própria circunstância exige, com todas as forças, para erradicar a praga mortal dos livros (*Christiane Reipublicae*, 1766, p. 2).

Posteriormente, no século XIX o Papa Inocêncio VIII publicou uma encíclica "*Inter Multiplices*". Nela era colocado o pensamento da Igreja sobre os meios de comunicação escritos e como eles poderiam ser abordados. No século XX após o Concílio Vaticano II foi publicado por mandado uma carta intitulada "*Communio et Progressio*" que fala sobre os meios de comunicação social, onde traz uma perspectiva completamente diferente das que foram colocadas nos séculos passados quando afirmava que: "A Igreja encara estes meios de comunicação social como 'dons

de Deus', na medida em que, segundo intenção providencial, criam laços de solidariedade entre os homens, pondo-se assim ao serviço da Sua vontade salvífica." (Vatican, 1971, p. 1).

No século XXI, Puntel (2011) publicou o artigo *A Igreja a caminho na Comunicação*. No texto, ela apresenta uma nova compreensão da relação Igreja e Comunicação, onde identifica três fases da trajetória eclesial dessa relação:

Assim temos a primeira fase, caracterizada por um comportamento da Igreja orientado para o exercício da censura e da repressão [...], uma segunda fase demonstra mudanças profundas caracterizadas pela aceitação desconfiada dos novos meios [...], na terceira fase, encontramos um ritmo veloz: é a velocidade com que as transformações sociais e tecnológicas acontecem (Puntel, 2011, p.223).

Nessa terceira fase, observamos uma grande abertura e adequação a essa nova realidade, sobretudo após o Concílio Vaticano II. A Igreja lança mão dos recursos tecnológicos de comunicação, na intenção de ampliar o alcance de sua mensagem e missão. Puntel (2011) chama isso de quarta fase, onde identifica a grande reviravolta da comunicação social dentro da igreja e onde atualmente traz uma grande quantidade de materiais disponíveis com os conteúdos e doutrina católica, que variam de aplicativos interativos sobre o catecismo, leitura diária do evangelho, rádios até as TVs com canais digitais.

No Papado de João Paulo II, dia 30 de março de 1997, domingo de Páscoa, foi inaugurado o site da Santa Sé (www.vatican.va), essa inauguração se deu como um marco histórico dentro da Igreja Católica e por este site é publicado informações da Igreja do mundo inteiro como informações oficiais sobre o Papa, suas cartas e documentos destinados aos fiéis. No ano de 2001, o então Papa João Paulo II, enviou um e-mail destinado aos Bispos do mundo inteiro contendo como anexo a exortação pós-sinodal "*Ecclesia in Oceania*".

No ano de 2011 por ocasião do 45º Dia Mundial das Comunicações Sociais, que tinha como tema "Verdade, anúncio e autenticidade de vida, na era digital", o Papa Bento XVI, escreveu em sua carta destinada a todos os profissionais da comunicação e afirmava que:

A difusão da comunicação através da rede internet. Vai-se tornando cada vez mais comum a convicção de que, tal como a revolução industrial produziu uma mudança profunda na sociedade através das novidades inseridas no ciclo de produção e na vida dos trabalhadores, também hoje a profunda

transformação operada no campo das comunicações guia o fluxo de grandes mudanças culturais e sociais. (Papa Bento XVI, 2011, p. 01)

O Papa Bento XVI (2011, p. 01), afirma ainda que “as novas tecnologias estão a mudar não só o modo de comunicar, mas a própria comunicação em si mesma”. Dessa forma podemos compreender o quanto a Igreja está atenta a essa nova forma de evangelização. A Igreja deu um outro passo na sua aproximação do digital, quando ainda em 2011 o Papa Bento XVI lançou o portal News.va, com o intuito de reunir em um só lugar todas as informações. Segundo Sbardelotto (2017, p. 27) a criação do portal foi “uma iniciativa comunicacional da Santa Sé para reunir em um único site as notícias produzidas pelas diversas mídias vaticanas e para também buscar maior inserção da Igreja Católica nas plataformas sociodigitais.”

No dia 28 de junho de 2011, a plataforma foi disponibilizada ao público e o Papa Bento XVI, tocando na tela do tablet fez o primeiro Twitter da história papal da igreja católica. Em 12 de dezembro de 2012 foi criada a conta exclusiva para o Papa Bento XVI @Pontifex, com sua renúncia a conta foi suspensa e quando o Papa Francisco assumiu a conta foi reativada e além da conta do X, o Papa Francisco também está presente no Instagram¹, com mais de 9 milhões de seguidores.

2.2 A comunicação na igreja católica no Brasil e as novas comunidades religiosas: surgimento e evolução

Acompanhamos, ao longo da história humana, a evolução dos meios de comunicação, desde a criação da imprensa até os mais contemporâneos aplicativos que estão ao alcance das nossas mãos. Dentre esses recursos estão as redes sociais digitais mais acessadas no mundo, como *Facebook*, *WhatsApp* e *Instagram*. De acordo com uma pesquisa publicada pela *DataReportal*, o *Instagram* passou a ser a segunda rede social mais usada no Brasil em 2023, com 144,0 milhões de usuários no Brasil no início de 2024.

Carolina Terra (2015), em seu artigo “Relacionamentos nas Mídias Sociais (ou Relações Públicas Digitais): estamos falando da midiatização das Relações Públicas?” traz o conceito de Castro (2013, p. 9) sobre o que é redes sociais digitais: “as redes sociais digitais se apresentam como ambientes propícios para gerar

¹ Fonte: DISPONÍVEL EM: <https://www.instagram.com/franciscus> ACESSO EM: 16 AGOS. 2024

repercussão a partir de certas experiências – positivas ou negativas – ligadas às marcas, produtos ou serviços”.

Terra (2010) atribuiu às mídias sociais a remodelação das técnicas e filosofias e o crescimento das interações diretas entre consumidores e transparência corporativa e completa que as mídias digitais

Trata-se de uma realidade em que marcas, usuários e situações (sejam elas polêmicas, de crise ou de destaque – virais) geram um rastro digital nas redes, cabendo a nós, profissionais de relações públicas, a função de gerenciamento de tais imagens e percepções junto aos públicos de interesse das organizações (Terra, 2010, p. 10).

Estas informações demonstram, de forma geral, o perfil das pessoas que usam as redes sociais digitais, e compreendê-las é a melhor forma para que esses perfis sejam utilizados de forma assertiva e, no caso da Igreja Católica, com o objetivo de evangelização. Portanto, torna-se necessário compreender sobre as relações das pessoas que participam da Igreja Católica e o perfil dessas nas redes sociais, de modo que a mensagem chegue até o sujeito da maneira desejada.

A Igreja Católica, preocupada em fazer uso desses recursos de comunicação, tem também aderido a essas ferramentas tecnológicas como meio para anunciar o Evangelho. Com o surgimento das redes sociais digitais, o mundo tem estado muito mais interligado e conectado. As pessoas estão cada vez mais adeptas às redes sociais e para a Igreja torna-se, quase que impossível, ficar de fora.

A professora doutora Joana T. Puntel em seu artigo “A igreja a caminho na comunicação” (2011) ressalta que: “A comunicação não pode reduzir-se a simples instrumentos técnicos de transmissão, mas deve ser considerada como um processo de relacionalidade entre os homens” (Puntel, 2011, p. 229). Este processo de relacionamento entre a igreja e os fiéis vem se estreitando cada vez mais com o surgimento das mídias sociais digitais e com a utilização desta pela própria Igreja.

Sendo assim, a Igreja Católica Apostólica Romana não ficou alheia a este cenário e adentrou no universo das redes sociais digitais, ou seja, o avanço da tecnologia demonstrou que a inserção da igreja nas redes sociais seria também uma forma de ir ao encontro dos seus fiéis. Os meios de comunicação estão sendo cada vez mais utilizados, que atualmente possui canais de TVs e rádios espalhados por todo o mundo. Esses canais possuem estrutura de ponta, com uma programação diversificada, onde trazem os conteúdos e valores voltados à doutrina. Vale ressaltar

que ao longo deste trabalho, ao utilizar a palavra Igreja, trata-se da Igreja Católica Apostólica Romana.

Assim, para entender o processo da igreja no Brasil e sua abertura para esse cenário na evangelização, na cidade de São Paulo foi publicado o primeiro documento da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), em abril de 1997, com o título “Igreja e Comunicação rumo ao Novo Milênio”, fruto da Assembleia Geral dos Bispos do Brasil. Dessa forma, se deu início à Pastoral da Comunicação (Pascom), onde cada paróquia e arquidiocese divulgam as informações pertinentes de suas comunidades, bem como da igreja de forma local, nacional e mundial.

A Pascom estrutura-se a partir dos documentos da Igreja, dos estudos e pesquisas na área da comunicação e das práticas comunicativas vividas e experienciadas pelas comunidades e grupos, convertendo-se em um eixo transversal de todas as pastorais da Igreja (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, 1997, p. 163).

Nos dias atuais a Pastoral da Comunicação (Pascom) é estruturada por uma Comissão Episcopal onde tem como Presidente Dom Valdir José de Castro, e junto com ele nesta comissão, mais quatro membros, em seguida, uma coordenação geral, que nos dias atuais (2024), tem como coordenador Janaína Gonçalves e com ela mais dois membros, a coordenação regional, dividida por regionais e cada arquidiocese e diocese tem seu coordenador, que fornece aos coordenadores paroquiais um apoio na estruturação e formação dos agentes.

A Pascom se organiza em grupos de trabalhos, baseado nas diretrizes do seu Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, e é dividido em quatro eixos que são: espiritualidade, formação, articulação e produção. Esses eixos ajudam a consolidar o caminho de comunicação e participação de todos os agentes no desenvolvimento dos trabalhos.

O Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil afirma que “dentro da organização da Igreja no Brasil, a Pastoral da Comunicação está vinculada na perspectiva da Igreja Sinodal, na prática da comunhão, participação e missão.” (DCIB, n. 316) Dessa forma, compreendendo que durante muitos anos a igreja utilizava como principal ferramenta de comunicação os sermões em seus cultos, na contemporaneidade, com o avanço dos séculos e recursos tecnológicos, a igreja adquiriu diversos canais de comunicação.

No Brasil podemos destacar os Canais de TV 's como a Canção Nova, TV Aparecida, Rede Vida, canais de rádios, jornais, portais, etc, além das redes sociais digitais que pertencem às arquidioceses e paróquias espalhadas por todo o Brasil:

Na realidade, o próprio processo de evangelização utilizado pela igreja mudou ou está em permanente mudança. Sendo propagadas inicialmente pelos meios de comunicação tradicionais, televisão, rádio e jornal, hoje as mensagens religiosas estão se deixando propagar pelas novas tecnologias da comunicação (Sousa, T.; Sousa, R.; Maia, 2010, p. 03).

Durante o período de Isolamento social no ano de 2020, causado pela infecção do vírus SARS-CoV-2, as igrejas precisaram ficar fechadas, seguindo ordem dos protocolos sanitários, com esse episódio a igreja passou a enxergar estes meios como aliados em sua missão, onde existiu uma abertura gradual das pessoas para utilização destes meios e principalmente para as mídias sociais digitais.

Paralelo ao surgimento das mídias digitais e a aceitação da Igreja Católica em utilizar esse meio de comunicação para o anuncio do evangelho, foram surgindo as comunidades religiosas que entenderam ao logo do tempo o seu papel fundamental neste meio de comunicação para alcançar o seu público que não estavam dentro dos muros da igreja.

2.3 Conceitos de comunidade e comunidade religiosa

Bauman (2003) define comunidade como um conceito caracterizado por ambivalência, no qual a busca por pertencimento e segurança está profundamente conectada a sentimentos de nostalgia e ao desejo de estabilidade em um mundo cada vez mais fragmentado e incerto, o autor define comunidade como:

Para começar, a comunidade é um lugar “cálido”, um lugar confortável e aconchegante. É como um teto sob o qual nos abrigamos da chuva pesada, como uma lareira diante da qual esquentamos as mãos num dia gelado (Bauman, 2003, p. 7).

Bauman (2003) destaca cinco aspectos que ele define como chave para uma vida em comunidade, que seriam: “Refúgio de Segurança”, “Idealização Nostálgica”, “Ambivalência e Exclusão”, “Construção Social”, “Modernidade Líquida.”

O autor define a comunidade como um conceito complexo e ambivalente, que proporciona um senso de pertencimento e segurança, mas também pode resultar em exclusão e isolamento. A comunidade é percebida tanto como uma resposta às

incertezas da modernidade líquida quanto como um ideal nostálgico que muitas vezes é difícil de concretizar na prática.

Do ponto de vista religioso, da Igreja Católica, cumpre mencionar inicialmente que o termo comunidade “significa comunhão de pessoas e das pessoas com a Santíssima Trindade. Essa comunhão se realiza em primeiro lugar no Batismo, sacramento que nos introduz na nova família que é a Igreja e a comunidade paroquial”. De acordo com o documento “a vida fraterna em comunidade”, extrai-se que:

A comunidade religiosa não é um simples aglomerado de cristãos em busca da perfeição pessoal. Em sentido muito mais profundo, é participação e testemunho qualificado da Igreja-Mistério, enquanto expressão viva e realização privilegiada de sua peculiar «comunhão», da grande «koinonia» trinitária a que o Pai quis fazer participar os homens no Filho e no Espírito Santo(...). A comunidade religiosa é célula de comunhão fraterna, chamada a viver animada pelo carisma fundacional; é parte da comunhão orgânica de toda a Igreja, sempre enriquecida pelo Espírito com variedade de ministérios e de carismas (A Vida Fraterna em Comunidade, 2009, p. 9).

Destaca-se ainda a prescrição constante no C.50.18 do Catecismo da Igreja Católica, a respeito do significado e sentido do termo comunidade religiosa:

C.50.18 Igreja como comunhão

§751 A palavra "Igreja" ["ekklésia", do grego "ekkaléin" "chamar fora"] significa "convocação". Designa assembleias do povo, geralmente de caráter religioso. É o termo frequentemente usado no Antigo Testamento grego para a assembleia do povo eleito diante de Deus, sobretudo para a assembleia do Sinai, onde Israel recebeu a Lei e foi constituído por Deus como seu Povo santo. Ao denominar-se "Igreja", a primeira comunidade dos que criam em Cristo se reconhece herdeira dessa assembleia. Nela, Deus "convoca" seu Povo de todos os confins da terra. O termo "Kyriakà", do qual deriva "Church", "Kirche", significa "a que pertence ao Senhor".

§752 Na linguagem cristã, a palavra "Igreja" designa a assembleia litúrgica, mas também a comunidade local ou toda a comunidade universal dos crentes. Esses três significados são inseparáveis. "A Igreja" é o Povo que Deus reúne no mundo inteiro. Existe nas comunidades locais e se realiza como assembleia litúrgica, sobretudo eucarística. Ela vive da Palavra e do Corpo de Cristo e se torna, assim, Corpo de Cristo (Catecismo da Igreja Católica, 1992, p. 253).

Em outras palavras, em larga escala, uma comunidade religiosa é o local que pode ser considerado com uma casa ou lar- *domus ecclesiae*-, onde os fiéis se reúnem para professar a sua fé, viver os sacramentos nos quais acreditam, dar suporte e acolher uns aos outros como irmãos na fé. e aprofundar-se na espiritualidade e nos estudos da doutrina.

Assim, nesta ampla dimensão, consideram-se como comunidades religiosas as igrejas, paróquias, capelas, Institutos religiosos, novas comunidades – grupo da qual faz parte a Instituição objeto deste estudo – entre outros. Destaca-se que tais comunidades necessariamente precisam estar vinculadas e terem autorização da Diocese/Arquidiocese (circunscrição eclesial confiada a um bispo que administra todas as questões que envolvem a Igreja Católica naquele limite territorial²) para sua criação ou existência.

Em sentido mais estrito, o significado de comunidade religiosa que compreende o objeto deste estudo, trata-se do subgrupo intitulado novas comunidades, o qual explicitaremos a seguir.

2.4 O surgimento das novas comunidades religiosas no Brasil

As novas Comunidades religiosas surgiram na década de 70 nos Estados Unidos da América, já no Brasil começaram a surgir entre as décadas de 80 e 90³. Dados de janeiro de 2014 o Brasil teria cerca de 800⁴ novas comunidades que desenvolvem formas diferentes, segundo o seu carisma de anunciar o evangelho.

Com a expressão de Novas Comunidades ou Comunidades de Vida e Aliança, elas são instituições que pertencem à Igreja Católica Apostólica Romana e que nasceram da Renovação Carismática Católica (RCC). Os membros das Comunidades de vida dedicam-se inteiramente a elas, estes são aqueles membros que abrem mão de tudo o que diz respeito à sua vida secular para viver uma doação total a Deus por meio do carisma específico daquela comunidade.

Já aqueles que são da Comunidade de Aliança dedica parte do seu tempo ao trabalho missionário de evangelização e à vida comunitária fazendo os mesmos votos dos consagrados na Comunidade de Vida. O então Papa João Paulo II (1998) em sua homilia no domingo de pentecostes afirma que:

As novas comunidades são a nova primavera da Igreja. São expressões providenciais da nova primavera suscitada pelo Espírito Santo através do Concílio Vaticano II. Constitui o anúncio do poder do amor de Deus que,

² Fonte: DISPONIVEL EM: <<https://www.vaticannews.va/pt/igreja/news/2023-02/parouquia-comunidade-papa.html>> ACESSO EM: 16 de agosto de 2024

³ Para maiores informações, consultar a página: <https://pantokrator.org.br/comunidade1/novas-comunidades/>

⁴ Maiores informações, ver: <https://noticias.cancaonova.com/brasil/brasil-tem-cerca-de-800-novas-comunidades/>

superando divisões e barreiras de qualquer gênero, renova a face da Terra para construir nela a civilização do amor (Papa João Paulo II, 1998).

As Novas Comunidades são instituições independentes da administração da Renovação Carismática Católica (RCC). Possuem registro civil, estatutos e regras, sedes próprias e casas de missão. Devido a sua autonomia para com a estrutura da Renovação Carismática Católica (RCC), existe a Fraternidade das Novas Comunidades de Vida e Aliança (Frater), que é presidida por Aloísio Nóbrega, fundador da Comunidade Face de Cristo.

3 SOBRE O OBJETO DE ESTUDO: COMUNIDADE DOCE MÃE DE DEUS

A Comunidade Doce Mãe de Deus é uma Associação Privada de Fiéis, que congrega leigos, consagrados e clérigos, de direito diocesano, com personalidade jurídica de acordo com os cânones 298-311 e 321-329, constituída segundo as normas da Igreja Católica e de seus Estatutos, reconhecidos no dia 15 de abril de 2001, pela Arquidiocese da Paraíba. Possui Estatuto Civil e é reconhecida como Instituição Civil de Direitos Privados, sem fins lucrativos e de Utilidade Pública.

3.1 Dados Gerais da Comunidade

- Nome Fantasia: Comunidade Doce Mãe de Deus
- Razão Social: Comunidade Doce Mãe de Deus
- CNPJ: 24.098.782.0006.16
- Fundação: Inaldo Alexandre da Silva e Marliane de Andrade Cavalcante em 29 de agosto de 1989;
- Setor De Atuação: Evangelização de jovens, adultos, crianças, por meio de eventos na própria instituição, grupos de oração, vigílias, projetos sociais com crianças e pessoas em situação de rua e eventos da Arquidiocese da Paraíba.
- Endereço: Av. Valdemar Naziazeno, 3150 - João Paulo II, João Pessoa – PB
- Homepage-Instagram: @docemaededeus e Doce Mãe de Deus
- Atividade Principal: Missas, grupos de oração, vigília, atendimentos de escuta e aconselhamento, confissões.
- Projetos Sociais: Projeto Mãe da Ternura, Fé em Ação, Projeto Santa Clara e o Instituto Educacional Doce Mãe de Deus
- Área Geográfica De Atuação: Cidade de João Pessoa – PB

3.2 Histórico da Comunidade Doce Mãe de Deus

Em 29 de agosto de 1989, a partir da leitura do livro bíblico Atos dos Apóstolos capítulo dois, versículos 42 a 47, quatro jovens que pertenciam a um grupo de oração da Renovação Carismática Católica, chamado Jesus de Nazaré, sentiram-se movidos ao ideal comunitário, semelhante à vida dos primeiros cristãos. Surgindo então a Comunidade Católica Doce Mãe de Deus, fundada por Inaldo Alexandre da Silva,

Marliane de Andrade Cavalcante, Roselir Gonzaga Brito e Iara Carvalho Alexandre, na cidade de João Pessoa (PB).

No princípio eles não tinham nada, apenas o desejo de responder o chamado de Deus, com isso, foram muitas as dificuldades enfrentadas, as perseguições por parte de quem não entendia, a rejeição da família e por muitas vezes a falta de mantimentos, mas Deus se encarregava em dar a eles o essencial para viver a cada dia. Outros também quiseram seguir a Deus como aqueles jovens, e com isso no dia 6 de janeiro de 1993 aconteceu a primeira consagração dos membros da Comunidade Doce Mãe de Deus, sendo sete pessoas da Comunidade de Vida e cinco pessoas da Comunidade de Aliança.

Logo após a fundação da comunidade, em 1991, foi recebido como doação um terreno que, aos poucos, foi construído e hoje é a casa mãe da Comunidade Doce Mãe de Deus chamada de Discípulo Amado. Os membros da Comunidade de Vida foram morar lá em 18 de setembro de 1998, e no ano seguinte foi dedicada a primeira capela da comunidade, aos Baluartes São Francisco e Santa Clara. A missa de dedicação da capela aconteceu em 20 de maio de 1999.

No dia 10 de janeiro de 1994, foi iniciado o Instituto de Educação Doce Mãe de Deus - IEDMD, os trabalhos no IEDMD vão do infantil ao fundamental II. No dia 16 de janeiro de 1996, foi aberta a primeira casa de missão fora de João Pessoa, em Macaíba - Eremitério do Santo Lenho - RN (esta casa de missão fechou, não existe nos dias de hoje).

No dia 30 de novembro de 2002, na Catedral Basílica de Nossa Senhora das Neves, cidade de João Pessoa – PB, é ordenado o primeiro Sacerdote membro da Comunidade Doce Mãe de Deus, o Padre José André da Silva Anselmo. Com isso a comunidade podia contemplar as suas três formas de vida, a matrimonial, celibatária e ministros ordenados.

Em agosto de 2014, para celebrar vinte e cinco anos de fundação da Comunidade Doce Mãe de Deus, foi recebido em sua Casa Mãe o Congresso Sul-Americano das Novas Comunidades, que finalizou no dia 29 de agosto de 2014 com a Missa Solene do Jubileu de Prata, onde na ocasião Dom Aldo Pagotto, neste ano Bispo da Arquidiocese da Paraíba concedeu a toda a comunidade uma benção especial concedida pelo Papa Francisco em ocasião a celebração dos vinte e cinco anos de fundação.

No ano de 2015 foi publicado o livro *Retalhos da Pérola* que conta a história da Comunidade em formato de crônicas. No dia 14 de fevereiro de 2018, a comunidade iniciou um período de recolhimento, onde todas as atividades foram suspensas, essa suspensão ocorreu até o dia 29 de agosto de 2019 onde a comunidade celebrou trinta anos de fundação. No ano seguinte, teve início o período de pandemia onde todas as atividades passaram a ser *on-line*. No ano de 2023 a comunidade celebrou os quinze anos da Vigília Jovem e os vinte e cinco anos do retiro de semana santa *Volta teu Deus*, ambos acontecem na casa mãe da comunidade, em João Pessoa (PB).

A Comunidade vem trazendo uma participação importante na sociedade, sendo uma organização religiosa onde em sua vivência traz uma experiência de testemunho pela vida dos seus membros. Dessa forma ela traz uma grande importância para a sociedade onde utiliza suas mídias sociais digitais como ponte de evangelização, estando inserida na Igreja Católica Apostólica Romana com a expressão de novas comunidades.

Desde a sua fundação, a Comunidade Doce Mãe de Deus vive seu Carisma, Espiritualidade e Missão em duas formas de vida: a Comunidade de Vida e a Comunidade de Aliança. Essas duas formas de vida expressam, nas suas diferenças, o único Carisma e se completam na vivência do mesmo. A Comunidade de Vida doa-se integralmente para o serviço do Reino de Deus, através do Carisma. Chamado à partilha dos bens e da vida, mostra ao mundo a beleza e a felicidade de irmãos que deixam tudo para seguir a Cristo. Os membros da Comunidade de Vida vivem nas casas de Missão da Comunidade Doce Mãe de Deus espalhadas pelo Brasil e na França.

Na Comunidade de Aliança, os membros desempenham diversas atividades no meio familiar, profissional, acadêmico e no cotidiano de suas vidas, anunciam o Carisma e santificam o meio onde estão inseridos. A diferença entre as duas formas de vida é que na Comunidade de Vida o membro é chamado a dedicação total da sua vida a Deus pela vocação e os membros da Comunidade de Aliança são chamados a responder no cotidiano de sua vida a consagração feita a Deus por meio do Carisma Doce Mãe de Deus.

Através de acompanhamento pessoal, partilha e oração, o membro é chamado a trilhar um caminho de discernimento daquilo que Deus o chama a viver, seja como comunidade de vida ou comunidade de aliança. Cada vocacionado é inserido dentro de núcleos formativos e passam por um processo inicial de mais ou menos seis anos

até a consagração de vida a Deus pela comunidade Doce Mãe de Deus. Cada pessoa é chamada de forma individual, e a pessoa chamada por Deus precisa estar disposta a viver a forma de vida segundo os estatutos da Comunidade.

Com essas duas expressões a Comunidade hoje se faz presente em alguns estados do Brasil: Em João Pessoa - Paraíba, onde está localizado a Casa Mãe da Comunidade Doce Mãe de Deus, que quando a Comunidade foi fundada esta casa era no Bairro Ernesto Geisel em João Pessoa, onde hoje funciona o Projeto Social Mãe da Ternura. Hoje permanece no mesmo bairro, porém desde o ano de 1998 em outro endereço. Também na cidade de João Pessoa, a Comunidade tem um centro de evangelização no bairro do Bessa / João Pessoa – PB que foi aberto no dia 20 de janeiro de 2011.

Ainda no estado da Paraíba encontra-se uma casa de missão na cidade de Guarabira - PB, aberta no dia 07 de junho de 2018, essa casa de missão foi aberta após a transferência do Padre José André Anselmo para esta cidade, precisando então fechar duas casas de missão no Brejo Paraibano. A casa de Missão na cidade de Serra da Raiz - PB, que acolhia os homens e a casa de Missão na cidade de Lagoa de Dentro – PB, recebia a casa feminina.

Após o fechamento a comunidade permaneceu na Paróquia de São Sebastião, onde os missionários são inseridos na realidade paroquial desde o dia 21 de fevereiro de 2005. No Nordeste tem uma casa de missão em Maceió – AL que foi aberta dia 20 de agosto de 2007, em Escada – PE, aberta dia 30 de novembro de 2014.

No Norte do País a Comunidade tem um centro de Evangelização em Marabá - PA, aberto no dia 17 de novembro de 2009, em Santa Bárbara – PA atua dentro da Paróquia Santa Bárbara desde 16 de novembro de 2010, a Comunidade também se faz presente em Palmas – TO desde o dia 06 de julho de 2001. Na cidade de Palmas - TO acontece uma extensão do Projeto Mãe da Ternura desde o ano de 2001, e a comunidade também atua dentro da Paróquia São Francisco de Assis e Sagrado Coração de Jesus.

Na França a Comunidade tem duas casas de Missão, sendo uma masculina na Cidade de Ramatuelle e a feminina em Gassin aberta no dia 27 de novembro de 2007. Aqui no Brasil a única cidade que tem casa masculina e feminina é na cidade de Guarabira – PB, a realidade de João Pessoa, onde fica a casa mãe da Comunidade é apenas casa feminina, porém existem apartamentos dentro da própria sede que são ocupados pelos padres e por duas famílias que são da Comunidade de Vida.

Ao longo destes trinta e quatro anos os membros da Comunidade Doce Mãe de Deus vêm desempenhando dentro da Igreja o seu carisma que é “Ser Testemunha da Salvação de Cristo por amor a Santa Cruz”, no serviço da igreja e dos mais necessitados.

3.3 Diferencial da Comunidade Doce Mãe de Deus

A Comunidade Católica Doce Mãe de Deus traz consigo um grande diferencial que são os trabalhos sociais, com pessoas em situação de rua e famílias em situação de vulnerabilidade e risco social. Realiza atividades, projetos e programas no campo da Assistência Social, Saúde, Meio Ambiente e Educação.

Um dos projetos sociais que a comunidade desenvolve é o Projeto Mãe da Ternura que teve início no dia 11 de outubro de 2007 na cidade de João Pessoa – PB. O projeto é voltado para crianças, adolescentes e pessoas idosas em situação de risco e vulnerabilidade social, ofertando o Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos – SCFV com o objetivo de complementar o trabalho social junto às famílias em situação de vulnerabilidade socioeconômica. No ano de 2023 ele contemplou: cento e vinte crianças e adolescentes, vinte mulheres em cursos profissionalizantes, oito idosos do grupo maturidade. Para o desenvolvimento dos serviços, nove contratados, sete voluntários, sendo cinco deles mães de crianças assistidas.

Outro projeto da comunidade é o Projeto Santa Clara que desde o dia 28 de dezembro de 2014 funciona no Centro Pastoral da Comunidade São Francisco no Bairro do Cristo em João Pessoa – PB e atende uma comunidade de famílias de baixa renda, oferece cursos profissionalizantes, de auto maquiagem e cuidador de idosos, contemplando no ano de 2023, cinquenta famílias que são beneficiadas semanalmente com um sopão, vinte pessoas no curso de auto maquiagem e vinte pessoas fazendo o curso de cuidador de idoso. Para o desenvolvimento dos serviços, onze voluntários trabalham nas atividades desenvolvidas, semanalmente.

O último projeto social que a comunidade desenvolve é o Projeto Fé em Ação que, desde o seu surgimento, em julho de 2015, realiza ações mensais, distribuindo alimentação às pessoas em situação de rua, promovendo também momentos de vivência e fraternidade com o público assistido, além da evangelização dos mesmos. Acontece um final de semana ao mês de acordo com as atividades desenvolvidas pela comunidade, no centro da cidade de João Pessoa - PB, em locais de maior

concentração das pessoas em situação de rua⁵. Para o desenvolvimento dos serviços: doze voluntários trabalham na realização entre produção de alimentos e distribuição e existe hoje vinte doadores diretos.

A Comunidade também conta com o Instituto Educacional Doce Mãe de Deus instalado na cidade de João Pessoa – PB. O instituto oferece ensino infantil - maternal ao infantil I, ensino fundamental I - do primeiro ao quinto ano, e ensino fundamental II - do sexto ao nono ano. Conta com setenta funcionários, entre professores e técnicos, atende cerca de quinhentos e dez alunos.

3.4 Público de Interesse da Comunidade Doce Mãe de Deus

Um fator determinante dentro das organizações é a compreensão do seu público. Para um trabalho de comunicação eficaz toda organização precisa conhecer seu público para trabalhar de forma assertiva aquilo que é de interesse do seu público-alvo. Martinuzzo (2013, p. 20) vem afirmar que: “Uma organização não existe por si só, ela se estrutura e está sempre relacionada a um conjunto de grupos de interesse.”.

Dentro da Comunidade Doce Mãe de Deus não é diferente. A comunidade precisou perceber seus públicos para que um trabalho de evangelização fosse feito de uma forma mais correta e que a comunicação atingisse ambos os públicos de forma mais eficaz, pois era necessário saber como e com quem falar direcionando aquilo que precisava ser direcionado para que não deixasse a desejar para o seu público. Para compreender melhor sobre o que é público França (2003) afirma que:

Não se pode conceituar público como apenas um agrupamento de pessoas, mas é preciso especificidade ao determinar os níveis de interesse de cada um, nas suas relações com a instituição. Cada instituição tem seus públicos específicos que devem ser pensados particularmente, quando da realização do seu planejamento de comunicação (França, 2003 citado por MARQUÊZ, 2010 p. 03)

Sendo assim, podemos compreender que a classificação proposta por França (2003) capacita a Comunidade Doce Mãe de Deus a desenvolver relacionamentos estratégicos, definir o propósito da relação e os objetivos a serem alcançados.

Trazendo para a comunidade Doce Mãe de Deus, esta divisão acontece da seguinte forma: Públicos essenciais – são os membros da Comunidade, conselho geral e funcionários. Os públicos não essenciais – são os frequentadores das Missas,

⁵A última ação do ano de 2023 deste projeto aconteceu no Estacionamento do Mosteiro de São Bento, no dia 30 de dezembro, por haver um grande número de pessoas em situação de rua.

Adoração ao Santíssimo Sacramento, Grupo de Oração, Vigília Jovem, Retiros e o Público de redes de interferência que está inserido dentro das mídias sociais digital.

Os públicos essenciais é uma categoria composta pelos públicos que estão ligados juridicamente com a organização e pelos quais a mesma depende deles para sua sobrevivência. Esses públicos “atuam diretamente no core business da empresa e estão diretamente envolvidos no cumprimento da sua missão, de seus objetos e estratégias” (França, 2012, p. 76).

Esse público, França divide em dois que são os Públicos Constitutivos, que representam a equipe de comunicação que pelo seu trabalho dentro das mídias sociais digitais possibilita a transmissão do anúncio do evangelho pela Comunidade; Públicos Não Constitutivos são também públicos importantes, porém não interferem neste trabalho, que são todos os membros da comunidade.

4 A COMUNIDADE DOCE MÃE DE DEUS E AS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS NA EVANGELIZAÇÃO: PESQUISA E INTERPRETAÇÃO DE RESULTADOS

Com o isolamento social causado pela Covid-19, a Comunidade precisou se reinventar quanto a sua forma de se comunicar com seus públicos. O que antes se limitava apenas por memorandos lidos em reuniões presenciais e materiais para leituras de forma impressa, após o isolamento a comunidade passou a ter uma comunicação direta com seu público não constitutivo através de E-mail e WhatsApp. Ainda durante o isolamento, as reuniões e retiros passaram a acontecer pelo Google Meet e pelo canal do Youtube de forma privada.

Já no que se refere ao público não essenciais as atividades como Missas, Adoração ao Santíssimo Sacramento, Grupo de Oração, Vigília Jovem, Retiros passaram a acontecer pelo canal do Youtube, que foi criado no ano de 2010, com intenção de alcançar o Público dessa plataforma, os trabalhos ganharam mais força no ano de 2013 com a preparação para o Jubileu de prata da comunidade, que ocorreu no ano de 2014.

Comunidade Doce Mãe de Deus traz uma participação importante na sociedade, sendo ela uma organização religiosa onde em sua vivência traz uma experiência de testemunho pela vida dos seus membros. Dessa forma ela traz uma grande importância para a sociedade onde utiliza suas mídias sociais digitais como ponte para a evangelização.

A Comunidade Doce Mãe de Deus, inspirada no Evangelho de São Marcos que narra após a Ressurreição de Jesus Cristo quando Ele apareceu para os seus apóstolos, e ele soprou sobre eles e os deu uma ordem: “Ide por todo o mundo e pregai o Evangelho a toda criatura⁶”. E é nessa inspiração que a Igreja Católica com suas diversas pastorais, comunidades e grupos, ousa em anunciar o Evangelho através das redes sociais, na descoberta e no desbravamento neste tempo.

Os diversos grupos e comunidades da Igreja Católica, geralmente, vivem de doações. Assim, em alguns momentos, isso gera dificuldades nesse processo de evangelização, como no caso da Pastoral da Comunicação, que precisa fazer aquisição de equipamentos que têm um custo alto. Por isso, diversas são as tentativas

⁶BÍBLIA. Marcos 16:15. Nova Versão Internacional. São Paulo: Paulus, 2002.

para realizar uma evangelização eficaz com o uso das mídias sociais, mesmo com poucos recursos e, muitas vezes, de um modo amador.

As mídias sociais possibilitam o alcance a milhões de pessoas, a milhares de quilômetros em poucos segundos, o que é um grande facilitador. As mídias sociais são como uma grande rede que se conecta, uma vez que a mensagem é retransmitida, ou seja, compartilhada pelas pessoas. Algumas coisas são destacadas como importantes para que possamos atrair a atenção desejada. A primeira delas é a necessidade de criar um conteúdo exclusivo que tenha como essência o Evangelho e que se comunique com o outro de maneira pessoal e singular.

O segundo ponto é direcionar o seu conteúdo, para isso é necessário conhecer o público alvo da sua plataforma. Se o foco são os jovens, não adianta compartilhar matérias e organizar *post/s* que não tenham relação com o cotidiano e realidade da juventude, com o que o seu público pensa e vive. É necessário mergulhar no universo do seu público e compartilhar publicações que façam com que eles se identifiquem com o material postado.

O Terceiro ponto é a importância de priorizar a humanidade do seu público e a personalidade do criador. Do outro lado da tela há alguém real e as pessoas tendem a perder logo o interesse se percebem que as postagens vêm de um “fake”, ou seja, de uma pessoa criada para ocultar a verdadeira identidade. Tal coerência entre o que se vive e o que se prega é fundamental para a verdadeira evangelização das pessoas.

Nesse sentido, percebemos a importância das mídias sociais digitais para a evangelização como mais um recurso que possibilita realizar o que foi proclamado pelo próprio Jesus: “ide pelo mundo e pregai o Evangelho⁷”, exortados pelo Papa Francisco que seja a igreja uma Igreja em saída e assim estejam seus membros dispostos a irem além dos muros para anunciar o Evangelho.

Devido à Covid-19, durante os anos 2020 a 2022 foi um grande desafio para os membros do setor de comunicação da Comunidade Doce Mãe de Deus que, durante o período de isolamento, necessitou de uma presença mais forte nas redes sociais digitais, não só para as transmissões como também para atender aos fiéis que os procuravam. A equipe era pequena e precisou aprender coisas novas, assim como a qualificação dos membros, já que era um trabalho voluntário e por vezes muitos não tinham experiência com o novo formato que a comunidade precisava desempenhar.

⁷BÍBLIA. Marcos 16:15. Nova Versão Internacional. São Paulo: Paulus, 2002.

4.1 Pesquisa | - Público constitutivos

A pesquisa foi realizada por meio de entrevistas com a equipe de comunicação da Comunidade Doce Mãe de Deus, para compreender melhor o trabalho realizado e as dificuldades enfrentadas durante o período de isolamento social (2020 a 2022).

4.1.1 Objetivo da pesquisa I

Identificar quais as estratégias de comunicação desenvolvidas durante o período de isolamento social para manter as pessoas dentro da comunidade.

4.1.2 Situação Problema

Durante o período pandêmico, a equipe de comunicação precisou adotar novas práticas para que o público continuasse participando da comunidade, já que as atividades presenciais tiveram que ser suspensas.

4.1.3 Pergunta Problema

Durante o período de 2020 a 2022, anos em que o Brasil viveu o isolamento social devido à, Covid-19 a equipe de comunicação da comunidade precisou montar uma estratégia para atender o público não constitutivo e externo e quais foram essas estratégias?

4.1.4 Delineamento da Pesquisa

Esta pesquisa é do tipo explicativa, para Gil (2007) “este tipo de pesquisa preocupa-se em identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos”, ou seja, este tipo de pesquisa explica o porquê das coisas através dos resultados oferecidos. Portanto, a entrevista com a equipe responsável pela comunicação no ano de 2020 quando iniciou o isolamento social no Brasil trará a esta pesquisa um norte de como os trabalhos foram realizados.

A abordagem da pesquisa é qualitativa, porque visa estudar o que ocorreu durante o período de isolamento, como foi o trabalho da equipe de comunicação e o que precisaram realizar para se reinventar, segundo Denzin e Lincoln (2006):

A pesquisa qualitativa envolve uma abordagem naturalista, interpretativa, para mundo, o que significa que seus pesquisadores estudam as coisas em seus cenários naturais, tentando entender, ou interpretar, os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles conferem (Denzin; Lincoln, 2006, p. 3).

Sendo a metodologia utilizada explicativa e qualitativa, a pesquisa estudará o cenário vivido pela comunidade no desbravamento do mundo digital durante o isolamento social devido a Covid-19. A pesquisa foi realizada por meio de uma entrevista com cinco membros da comunidade Doce Mãe de Deus que, durante o isolamento social, estavam responsáveis pela comunicação em cinco estados do Brasil em que a comunidade está presente.

A comunicação não tinha uma estruturação e, em muitos estados, um dos membros precisou assumir os trabalhos para que as mídias sociais digitais não parassem; em outros existia uma estruturação, porém com o isolamento apenas uma pessoa assumiu de forma direta todas as transmissões enquanto outras trabalhavam de suas casas. As entrevistas serão realizadas por meio de vídeo chamadas previamente marcadas com os entrevistados, onde serão disponibilizadas um roteiro de perguntas semiestruturadas e permitirá, à entrevistadora, fazer novas perguntas durante a pesquisa, se forem necessárias.

4.1.5 Análise e Interpretação de Resultados

A entrevista realizada com cinco pessoas da Comunidade Doce Mãe de Deus proporcionou amplo conhecimento específico do objeto de estudo que estamos trabalhando. Para não expor os entrevistados, chamaremos no decorrer desta análise como entrevistados “A, B, C, D e E”.

As entrevistas duraram cerca de dez a trinta minutos e foram realizadas com pessoas que atuaram à frente da comunicação durante o período de isolamento em cidades diferentes do Brasil. Todas as cidades correspondentes estão localizadas nas casas de missão da comunidade Doce Mãe de Deus. O roteiro das entrevistas foi baseado entre nove e quatorze perguntas, nos dias 22 e 24 de fevereiro de 2024, que foram realizadas de forma on-line, pela plataforma Meet e os entrevistados assinaram um termo de consentimento que está em anexo.

Logo no início das entrevistas os entrevistados foram questionados sobre qual era sua profissão, para que ao longo da pesquisa pudéssemos ter a clareza que o trabalho no setor de comunicação da Comunidade é voluntário, e 80% dos membros

não são da área da comunicação, entre os entrevistados estão um designer gráfico, uma publicitária, um nutricionista, uma engenheira florestal e outra pessoa que não têm graduação.

Os meios de comunicação dentro da Igreja Católica têm sido o grande palco para o cumprimento das palavras de Jesus escrita na Bíblia que, no Evangelho de São Marcos 16, 15 dá uma ordem para seus discípulos: “Ide por todo o mundo, pregai o Evangelho a toda criatura.” A Comunidade Doce Mãe de Deus, pertencente a Igreja Católica atua nas mídias sociais digitais com esse entendimento de anunciar o Evangelho a toda criatura, sendo assim a comunicação realizada pela referida comunidade se assemelha com aquilo que Rüdiger (1998) traz sobre comunicação, afirmando que: “o termo comunicação deve ser reservado à interação humana, à troca de mensagens entre seres humanos, sejam quais forem os aparatos responsáveis pela sua mediação. (...)” (Rüdiger, 1998, p.17).

Para os entrevistados o sentido do que é comunicação se aproxima do que diz Rüdiger, quando o entrevistado D afirma “comunicação é poder se expressar, é você se fazer ser entendido.” O entrevistado B afirma que:

Para mim a comunicação é a base de tudo, ela está em tudo, ela está na vida do homem, faz parte da vida do homem, ela é minha vida não tem pra onde, tanto para pregar o evangelho, quanto como publicitária, aquela que também fala através das mídias a comunicação digamos que ela faz parte de tudo (Entrevistado B).

Em março de 2020. iniciava o lockdown no Brasil, as Igrejas fecharam as portas e os fiéis católicos viviam o período da quaresma⁸. O setor de comunicação não podia parar e precisou montar uma estratégia para chegar até eles. Ao ser questionado sobre como foi fazer parte da equipe de comunicação durante o isolamento o entrevistado C afirmou que:

Fazer parte da comunicação em si sempre foi um desafio muito grande, então na pandemia esse desafio quadruplicou, justamente porque durante a pandemia nós precisávamos achar meios de levar a evangelização para aquelas pessoas, já que nós não tínhamos acesso a elas, então foi preciso arrumar, fazer estratégias para levar a palavra de Deus (Entrevistado C).

⁸A Quaresma é esse tempo litúrgico que antecipa todo o período da Semana Santa, da Morte e da Ressurreição de Nosso Senhor, do mistério Pascal. Então, é um grande tempo que a Igreja nos dá para que possamos preparar o nosso coração, viver verdadeiramente o tempo da Páscoa. Disponível em: <<https://formacao.cancaonova.com/liturgia/tempo-liturgico/quaresma/duvidas-sobre-a-quaresma/#:~:text=A%20Quaresma%20%C3%A9%20um%20tempo,que%20Nosso%20Senhor%20nos%20pede>> Acesso em: 19 junho 2024

Dentro das mídias sociais digitais compreendemos que é quase impossível caminhar sem uma boa estratégia, porém, dentro da religião, como compreender qual a melhor estratégia para se utilizar? Compreendemos que a estratégia envolve planejar, criar e distribuir conteúdo que envolva e tenha relevância para atrair e engajar o público-alvo da marca. Ao ser questionado sobre as estratégias utilizadas, o entrevistado A contou: “uma das estratégias foi tentar estar mais perto do povo. No caso daqueles que nos seguiam, e acompanhavam o *Instagram*.” Já a entrevistada D ao ser questionada sobre as estratégias utilizadas diz o seguinte:

As atividades que a gente elaborava era calendário litúrgico, fazíamos novenas, eu gravava e depois pedia para outra pessoa gravar, então nós fazíamos assim dessa forma, pedíamos para alguém falar um pouco sobre algum santo como Santa Clara e São Francisco aí a gente pedia para que outras pessoas também gravassem para compor a novena (Entrevistada D).

O mundo tem se tornado cada dia mais digital, as pessoas têm buscado a cada dia coisas novas, experiências e relacionamentos diferentes dentro das mídias sociais digitais. Mas, dentro do âmbito religioso, a utilização das mídias digitais pode não ser bem vista. Ao ser questionado sobre o que achava da utilização das mídias digitais pela comunidade, o entrevistado E relata o seguinte: “No tempo do isolamento a gente viu que era a necessidade. Mas hoje, realmente é uma necessidade.” Já o entrevistado A ao ser questionado relatou o seguinte:

Durante o período da pandemia foi um despertar, pois a gente pôde fazer a comunicação acontecer. Pode mexer nas redes sociais, pode promover algo com o pouco que a gente tem, a gente não precisa de grandes estruturas, e talvez a gente nunca tenha as grandes estruturas ou como já teve antigamente de ter as grandes estruturas, mas depois não ter quem administre. Então foi se deparar com isso, a gente não precisa (seria bom se tivesse, seria ótimo), mas mesmo não tendo a gente precisa fazer algo para movimentar as redes sociais principalmente. Não podemos parar porque não têm uma câmera boa, por não ter uma câmera de vídeo que capta o áudio bom, mas aí como eu posso resolver isso sabendo que tem uma necessidade? Sabendo que eu não vou ter outra coisa em mãos, então esse movimento mesmo, essa mudança de mentalidade eu posso fazer com o pouco que eu tenho, pois o pouco que eu tenho precisa se unir ao máximo que eu posso dar (Entrevistado A).

A comunidade Doce Mãe de Deus vive da Divina Providência⁹, e os trabalhos no setor de comunicação são voluntários, muitos não têm um conhecimento e não

⁹ O Catecismo da Igreja Católica (CIC) define a Divina Providência como as disposições pelas quais Deus conduz a Sua criação em ordem a essa perfeição: “Deus guarda e governa, pela Sua providência, tudo quanto criou, atingindo com força, de um extremo ao outro, e dispondo tudo suavemente” (Sb 8,1), porque “tudo está nu e patente a seus olhos” (Hb 4,13), mesmo aquilo que “depende da futura ação livre das criaturas” (CIC 302).

existe uma estrutura que possibilite um trabalho mais profissional, como já vimos acima no depoimento colhido. Ao ser questionado sobre as dificuldades enfrentadas durante o período de isolamento o entrevistado A relata:

Principalmente a estrutura, o não ter estrutura, não ter um computador, câmera, celulares adequados para desenvolver aquilo que precisava ser desenvolvido. Mas aí também, mesmo dessa forma amadora, com uma estrutura amadora conseguir fazer algo, mas a maior dificuldade foi a estrutura (Entrevistado A).

Quanto ao entrevistado E, ao ser questionado sobre as dificuldades enfrentadas durante o período de isolamento relata que:

A questão de não saber muito desse mundo digital pela realidade da pandemia eu acho que foi algo novo pra todo mundo. Para muitas pessoas na verdade, então a dificuldade foi essa, muitas vezes de não saber o que fazer e como fazer, como chegar, como alcançar, como viver nesse mundo mais digital (Entrevistado E).

Uma das maiores queixas entre os entrevistados foi a questão da saturação relacionada a algumas estratégias utilizadas durante o isolamento, uma delas foram as *lives* realizadas. Ao mesmo tempo que se tornaram um fenômeno, se tornaram cansativas. Quando o entrevistado E foi questionado sobre o que mudaria das ações desenvolvidas ele relatou o seguinte: “As *lives* que aconteciam, foram muito grandes, muito longas, então acho que isso é um ponto a ser observado, e eu também mudaria.”

E completou falando sobre a mudança de mentalidade e o entendimento de que é necessário o auxílio de um profissional, mesmo entendendo que a comunidade não tem como arcar com isso e que é difícil uma ajuda voluntária.

Também mudaria a questão de pedir ajuda de um profissional, claro que acho que não é fácil, eu sei que também não é fácil encontrar alguém disposto, mas essa mentalidade de procurar algum profissional para que nos ajudasse no tempo, tanto no tempo do isolamento como também no tempo de hoje, é algo que eu mudaria e que buscaria (Entrevistado E).

Após seu relato o entrevistado E foi questionado se acreditava que após o isolamento social a comunidade mudou essa mentalidade e se as pessoas também mudaram a ponto de pedir ajuda hoje e de perceber que precisa ser mais profissional, e ele afirmou que sim, que as pessoas perceberam o quanto o serviço era amador e afirmou:

Pela credibilidade que a comunidade precisaria passar por ser uma instituição, eu vejo que realmente mudou e que hoje a gente tá com essa mente mais aberta a questão do profissionalismo, não é só porque nós somos religiosos, que a gente ainda precisa fazer de qualquer forma, mas a evangelização também requer um profissionalismo. Até para que alcance mais pessoas (Entrevistado E).

Já o entrevistado C afirma que não conseguiria apontar o que poderia mudar, pois até hoje eles utilizam os mesmos recursos para alcançar o seu público-alvo, como relata a seguir:

Eu não consigo te dizer o que eu mudaria, pois as estratégias e recursos utilizados na época nós utilizamos até hoje, porém em menor quantidade, por exemplo as lives que a qualquer momento do dia você via alguém fazendo, hoje ainda acontece essas transmissões, mas é bem diferente, mas na prática eu não consigo verificar algo que seria diferente, a forma, a estratégia que eu poderia utilizar para alcançar um público maior (Entrevistado C).

A Comunidade Doce Mãe de Deus compreendeu a necessidade da sua presença nas mídias sociais digitais para estar perto do seu público-alvo como única forma de alcance durante o tempo de isolamento, como relata o entrevistado C:

Naquele tempo era o único meio de levar um conteúdo, levar uma informação, levar a palavra de Deus, que era o objetivo principal da comunidade para as pessoas. Até porque nós não podíamos ter contato direto com o público então o único meio, único recurso foi através da internet (Entrevistado C).

O entrevistado D relata que já percebia a necessidade de estar inserido dentro das redes sociais e que o período de isolamento só evidenciou essa necessidade, como relata a seguir:

Nós vimos uma necessidade, nosso público também, então quando nós íamos em missão, nós éramos questionados, “você têm Instagram pra darmos uma olhada”, pelo nosso Instagram eles fazem pedido de oração, então foi algo que vimos que precisávamos trazer para nossa realidade, até também para mostrar quem somos, porque estamos aqui, não somos uma comunidade apagada (Entrevistada D).

Após o período de isolamento, pudemos observar que o Instagram @docemaededeus não teve o gradual crescimento do tempo de pandemia. Tentando compreender melhor a aceitação do *on-line*, e a forma de evangelização dentro das mídias sociais digitais, o entrevistado A foi questionado se ele acredita que existe uma mudança de mentalidade e se ela só aconteceu durante a pandemia ou se estar presente nos dias hoje, e ele afirmou o seguinte:

Eu acredito que aconteceu um grande choque com a pandemia, porque tudo que nós tínhamos eram os meios digitais, eu precisava de um celular, de um

computador para assistir, para participar de uma live porque tudo acontecia por ele, então houve esse foco nas nossas redes sociais, naquilo que a gente promovia, naquilo que a gente fazia, naquilo que a gente divulgava. Hoje nem tanto, acho que a gente não soube aproveitar bem esse levante, de tipo “comunicação”. Vamos lá investir tudo porque agora depois passou a pandemia que era de investir, todo mundo ficou quieto. Todo mundo voltou (não voltou ao que era antes) mas vive assim “ah eu experimentei, hoje não precisa mais ter tanto esse foco, mas pelo contrário do meu ponto de vista é algo que se a gente experimentou e viu o que precisava ou melhor viu que conseguiu fazer com tão pouco, chegar a lugares tão distantes e eu não falo em questão de quantidade, mas falo na questão de evangelização, após pandemia a gente poderia ter aproveitado disso. Então vamos investir o pouco que a gente puder, para tentar alcançar mais (Entrevistado A).

Como o trabalho é voluntário essa mudança de mentalidade precisa acontecer primeiro naqueles que compõem a equipe, depois pelas autoridades e assim em cada membro da Comunidade Doce Mãe de Deus. Ao ser questionado sobre o que se poderia fazer para mudar essa mentalidade o entrevistado A respondeu o seguinte:

Eu acredito que hoje mesmo dentro dessa realidade a comunidade tem dado passos, e uma coisa muito prática é questão de priorizar a comunicação. A comunicação tem sido encarada como algo importante dentro do meio comunitário, há muito tempo que isso não acontecia, antes a comunicação estava lá só no cantinho dela, só servia para divulgar eventos e hoje ela está como algo necessário e enxergando com esse olhar, as coisas têm passado por nós antes de acontecer. Então acho que isso tem dado espaço para que as informações passem por nós, a gente tem como se organizar e fazer com que a informação chegue de forma rápida, então tem encaminhado pra se resolver (Entrevistado A).

Alguns dos entrevistados que estavam na comunicação no período de isolamento hoje não estão mais na comunicação, porém o entrevistado A é um dos que ainda permanece. Ao ser questionado sobre qual olhar ele traz do tempo de isolamento social e o que consegue aplicar hoje na comunicação da comunidade ele respondeu o seguinte:

A necessidade rápida! A necessidade de uma resposta rápida, isso aconteceu muito na pandemia, a gente precisou dar uma resposta rápida do que estava acontecendo e aí foram surgindo as inspirações, live e outras coisas também, mas na maioria das vezes live. Mas nos diferentes tipos delas então acho que é muito difícil na comunicação da comunidade Doce Mãe de Deus essa resposta rápida a gente sabe que tem a necessidade, mas a gente não consegue responder com a rapidez que precisa ser e que precisa ter no setor de comunicação. Nós precisamos ser os primeiros a nos posicionar sobre determinadas coisas, os primeiros a falar de algo ou por exemplo os primeiros a postar algo específico da comunidade (Entrevistado A).

4.2 Pesquisa II - Público não constitutivo

A pesquisa foi realizada com os membros da comunidade Doce Mãe de Deus, para compreender como foi o processo e a visão destes quanto à aceitação das redes sociais digitais como principal instrumento de evangelização durante o isolamento social e o que mudou após o isolamento.

4.2.1 Objetivo da Pesquisa II

Identificar o nível de aceitação dos membros da comunidade com relação à participação deles na mídia social digital do Instagram @docemaededeus durante o período de isolamento social e a visão dos membros da comunidade após o isolamento, nas postagens.

4.2.2 Situação Problema

Durante o período pandêmico detectamos a dificuldade de aceitação dos membros diante dos trabalhos realizados nas mídias digitais.

4.2.3 Pergunta Problema

Como foi o nível de aceitação do público não constitutivo com relação ao @docemaededeus durante o período de isolamento social?

4.2.4 Delineamento da Pesquisa

Esta pesquisa terá uma metodologia descritiva, com abordagem quantitativa para investigar se o Instagram da referida comunidade teve um crescimento ou não no tempo de isolamento social. Serão analisados também os *insights* do @docemaededeus durante esse período e após isolamento. Marconi e Lakatos (2003) vem afirmar sobre a definição da pesquisa quantitativa e descritiva:

A pesquisa de campo quantitativo-descritiva consiste em investigações empíricas, que objetivam o delineamento ou análise das características principais ou decisivas de um fenômeno, a avaliação de programas ou ainda o isolamento de variáveis principais ou chave (Marconi; Lakatos, 2003, p. 186).

Os dados da pesquisa serão coletados pelo Google Formulário, facilitando a coleta já que os pesquisados moram em estados diferentes do Brasil. O delineamento

desta pesquisa se dará para compreender a aceitação do público não constitutivo das mídias sociais digitais e o comportamento deste público quanto à evangelização no tempo do isolamento. O que impactou em suas vidas e a forma que foram ajudados, pela religião, a passar por este período de crise.

Também serão analisados os dados do Instagram @docemaededeus como curtidas e o número do alcance das publicações, e crescimento de seguidores no período pós isolamento, a pesquisa será realizada de forma anônima com o público não constitutivo da comunidade.

4.2.6 Análise e Interpretação de Resultados

Durante o período de 26 de fevereiro de 2024 a 10 de março do mesmo ano, os membros da Comunidade Doce Mãe de Deus foram consultados sobre os trabalhos desenvolvidos pelo setor de comunicação durante o período do isolamento social e sobre como este setor tem se desenvolvido após pós isolamento.

De acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD – Lei 13.709/18), essa pesquisa foi realizada com sigilo e confidencialidade e não foi coletado nenhum dado sensível que pudesse identificar o voluntário. Também foi disponibilizado para todos uma cópia do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), onde os participantes só poderiam participar da pesquisa se aceitassem com o que foi determinado no termo.

Gráfico 1 – aceitação em participar da pesquisa

152 respostas



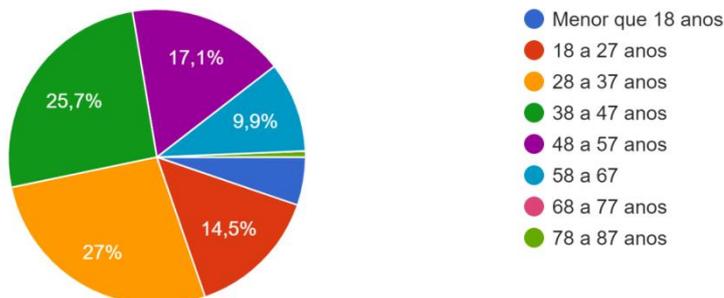
Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Sendo assim, como mostra o gráfico acima, durante o período já mencionado, foram obtidas 152 respostas.

Gráfico 2 – Qual a sua faixa etária?

Qual a sua faixa etária?

152 respostas



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

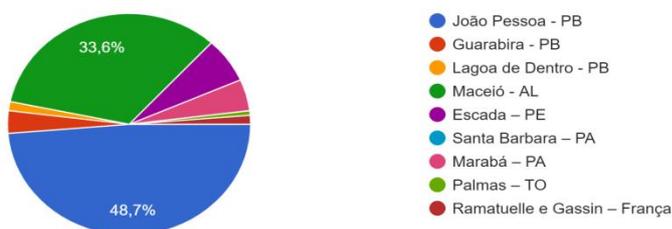
A faixa etária dos voluntários que em sua maioria tem entre vinte e oito e vinte e sete anos, somam um total de quarenta e uma respostas, ou seja 27% das respostas, seguida de 25,7% para os que têm entre trinta e oito e quarenta e sete anos, somando um total de trinta e nove pessoas. As pessoas entre quarenta e oito e cinquenta e sete anos seguem com 17,1%, com vinte e seis pessoas.

As respostas obtidas com as pessoas entre dezoito e vinte e sete anos, somam vinte e duas respostas, somando assim 14,5%, às pessoas entre cinquenta e oito e sessenta e sete anos somam 9,9% com um total de quinze respostas. As pessoas com menos de dezoito anos que responderam, foram oito pessoas, somando 5,3% e apenas uma pessoa entre setenta e oito e oitenta e sete respondendo somando 0,7% do total. Não foram obtidas respostas de pessoas entre sessenta e oito a setenta e sete anos.

Gráfico 3 – Missão em que você estava no período de isolamento?

Missão em que você estava no período de isolamento?

152 respostas



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

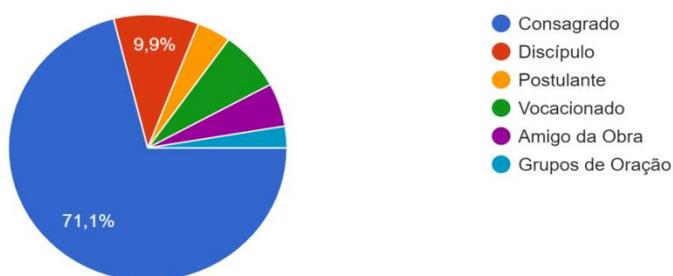
A comunidade Doce Mãe de Deus está presente em sete estados do Brasil e na França. Nos estados brasileiros existem três missões na Paraíba, sendo elas na cidade de João Pessoa, onde está instalada a sede da comunidade, Guarabira e Lagoa de Dentro. Fora da Paraíba a comunidade se encontra em Maceió – Alagoas, Escada – Pernambuco, Santa Bárbara e Marabá no estado do Pará e em Palmas – Tocantins, na França a comunidade se encontra nas cidades de Ramatuelle e Gassin.

Como nos mostra o Gráfico 3 – Missão em que você estava no período de isolamento - 48,7% das pessoas que responderam à pesquisa estavam na cidade de João Pessoa – PB. Durante o período de isolamento, esse número corresponde a setenta e quatro respostas, seguindo pela cidade de Maceió – AL, com cinquenta e uma respostas que somam 33,6% das pessoas que responderam.

Foram obtidas dez respostas da cidade de Escada – PE, somando 6,6%, seguido de Marabá – PA com 4,6% com sete respostas. Na cidade de Guarabira – PB foram cinco respostas somando 3,3%, Lagoa de Dentro duas respostas com 1,3%, Palmas – TO obteve uma resposta somando 0,7%, não foi obtido respostas na cidade de Santa Barbara – PA, na França foram obtidas duas respostas, somando 1,3% das respostas.

Gráfico 4 – Onde você se encaixa dentro da Comunidade Doce Mãe de Deus?

Onde você se encaixa dentro da Comunidade Doce Mãe de Deus?
152 respostas



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

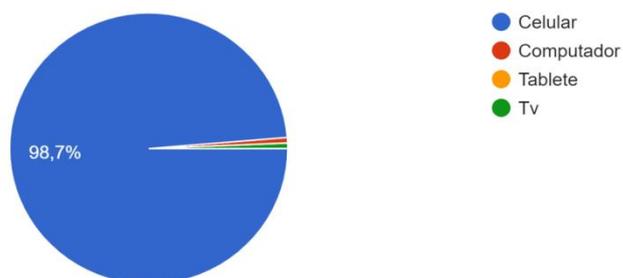
Como nos mostra o gráfico 98,7% dos que responderam à pesquisa são membros consagrados da Comunidade Doce Mãe de Deus, isso nos dá um total de cento e oito respostas. Entre as pessoas que responderam quinze são discípulos

9,9%, onze são vocacionados 7,2%, oito são amigos da obra 5,3%, seis são postulantes 3,9% e quatro pessoas são de grupos de oração, somando 2,6% das respostas.

Gráfico 5 – Por qual meio você tem acesso às mídias sociais digitais?

Por qual meio você tem acesso às mídias sociais digitais?

152 respostas



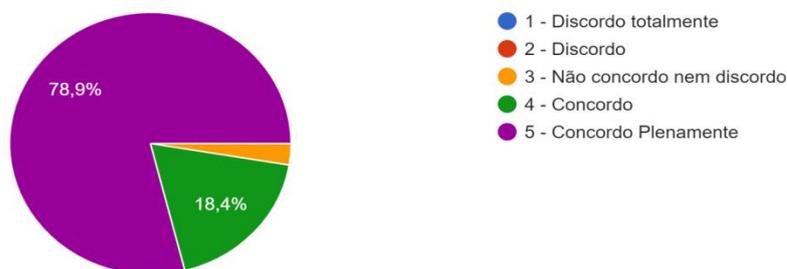
Fonte: Elaborado pela autora (2024).

As pessoas que responderam também foram questionadas por qual meio de comunicação elas teriam acesso às mídias sociais digitais. Cento e cinquenta pessoas responderam que acessam pelo celular somando 98,7% dos entrevistados, uma pessoa respondeu que pelo computador somando 0,7% e uma pessoa pela TV correspondendo a 0,7% dos entrevistados que acessam por tablete não foi obtida resposta.

As perguntas a seguir foram realizadas para compreender sobre o nível de conhecimento e aceitação dos membros da comunidade, como também suas dificuldades na utilização, o nível de satisfação e o papel das mídias sociais digitais da comunidade durante o período de isolamento social.

Gráfico 6 – Qual seu nível de aceitação da Comunidade Doce Mãe de Deus nas mídias sociais digitais?

De 1 a 5 qual seu nível de aceitação da Comunidade Doce Mãe de Deus nas mídias sociais digitais?
152 respostas

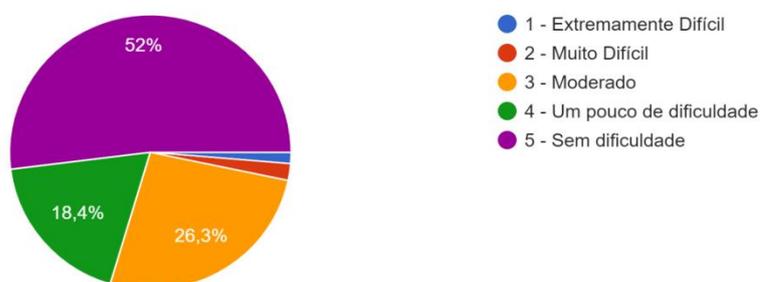


Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Somando um total de cento e quarenta e oito pessoas que responderam à pesquisa, os participantes aceitam as mídias sociais digitais da comunidade Doce Mãe de Deus, onde cento e vinte pessoas afirmaram que concordam plenamente chegando a 78,9%, e vinte e oito responderam que concordam somando 18,4%, quatro pessoas responderam que nem concordam, nem discordam e somam 2,6%, discordo e discordo totalmente não foram votados conforme nos mostra o gráfico acima.

Gráfico 7 – Qual seu nível de dificuldade em utilizar as mídias sociais digitais para evangelização?

De 1 a 5 qual seu nível de dificuldade em utilizar as mídias sociais digitais para evangelização?
152 respostas



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Ao analisar o gráfico 7 - Qual seu nível de dificuldade em utilizar as mídias sociais digitais para evangelização? Foi evidenciado que existem pessoas que têm dificuldade em utilizar as mídias sociais digitais para a evangelização, onde somando

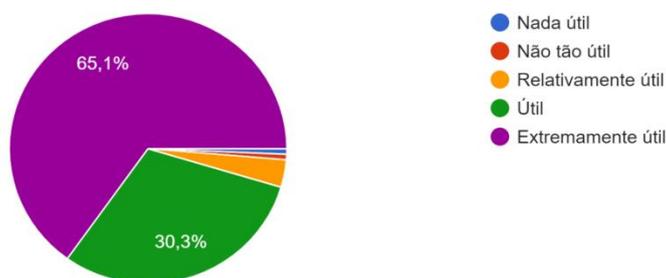
48% dos entrevistados têm alguma dificuldade. Duas pessoas responderam que é extremamente difícil, somados 1,3%, três pessoas acham muito difícil 2%, vinte e oito pessoas tem um pouco de dificuldade 18,4% e quarenta pessoas responderam moderado 26,3%, os outros 52% responderam que não tem dificuldade somando assim um total de setenta e nove pessoas.

No tempo de isolamento social as igrejas fecharam as portas, devido ao decreto das autoridades sanitárias como medidas para que o vírus não proliferasse. O único meio que os fiéis tinham para participar ativamente das atividades era as mídias sociais digitais.

Gráfico 8 – Como as mídias sociais digitais foi útil para você no tempo de isolamento?

De 1 a 5 como as mídias sociais digitais foi útil para você no tempo de isolamento?

152 respostas



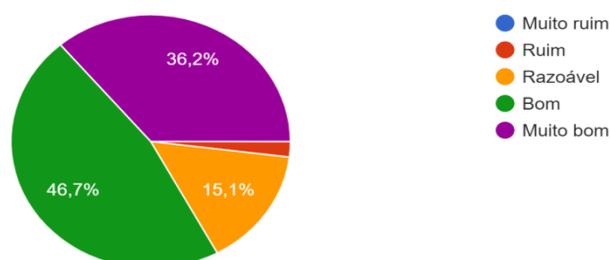
Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Quando questionados sobre o quanto as mídias sociais digitais foram úteis neste período noventa e nove pessoas responderam que foi extremamente útil, totalizando 65%, quarenta e seis responderam que foi útil, somando 30,3%, cinco pessoas responderam que foram relativamente úteis 3,3% e uma pessoa respondeu que não foi tão útil 0,7% e uma pessoa que não foi nada útil 0,7%

Gráfico 9 – Qual foi o seu nível de relacionamento com as pessoas durante o isolamento social através das mídias sociais digitais?

De 1 a 5 qual foi o seu nível de relacionamento com as pessoas durante o isolamento social através das mídias sociais digitais?

152 respostas



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

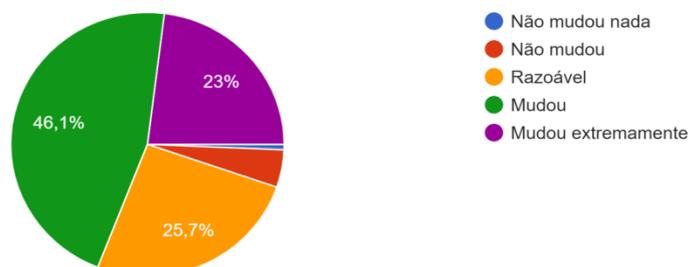
Era por meio das mídias sociais digitais que as pessoas mantinham seus relacionamentos com parentes e amigos, quando questionados sobre como foi o nível de relacionamento com as pessoas durante o período de isolamento social, três pessoas responderam que foi ruim, somando 2%, vinte e três pessoas responderam que foi razoável, total de 15,1%, cinquenta e cinco pessoas falaram que foi muito bom, somando assim 36,2% e setenta e um dos entrevistados falaram que foi bom, somando então 46,7% dos entrevistados.

A pandemia veio como um alerta, antes tínhamos tudo, poderíamos ir para onde quisesse e a hora que quisesse e a pandemia nos tirou isso. Nossas vidas mudaram, nossos olhares, forma de agir e de pensar, conforme descrito no gráfico abaixo os entrevistados foram questionados sobre como suas vidas mudaram com os trabalhos desenvolvidos pela comunicação.

Gráfico 10 – Como sua vida mudou com os trabalhos realizados pela equipe de comunicação da comunidade durante o isolamento?

De 1 a 5 como sua vida mudou com os trabalhos realizados pela equipe de comunicação da comunidade durante o isolamento?

152 respostas



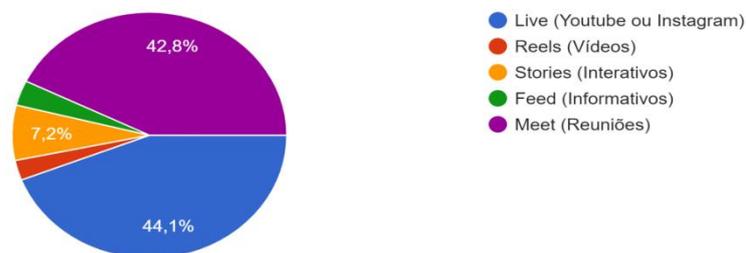
Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Uma pessoa afirma que não mudou nada, 0,7% das respostas, sete pessoas disseram que não mudou 4,69%, trinta e nove responderam razoável 25,8%, setenta pessoas afirmam que suas vidas mudaram 46,1% e trinta e cinco pessoas disseram que suas vidas mudaram extremamente, somando 23% dos entrevistados.

Gráfico 11 – Dos conteúdos oferecidos durante o período do isolamento social, qual você mais consumiu?

Dos conteúdos oferecidos durante o período do isolamento social, qual você mais consumiu?

152 respostas



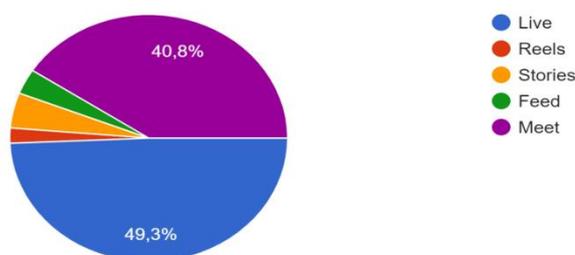
Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Muitos foram os conteúdos oferecidos em diversas plataformas digitais, sejam as famosas lives, que durante o isolamento tomaram uma grande proporção na qual 44,1% afirmam ter consumido mais somando sessenta e sete dos entrevistados, seguido das reuniões na plataforma do Google Meet, onde sessenta e cinco pessoas responderam que foi a segunda plataforma mais utilizada somando 42,8%, e apenas

onze pessoas afirmaram ter consumido os Stories, 7,2% dos entrevistados, cinco pessoas posts no feed 3,3% dos que responderam, e quatro pessoas Reels somando 2,6% das pessoas.

Gráfico 12 – Dos conteúdos oferecidos durante o período do isolamento social, qual foi mais útil para você?

Dos conteúdos oferecidos durante o período do isolamento social, qual foi mais útil para você?
152 respostas

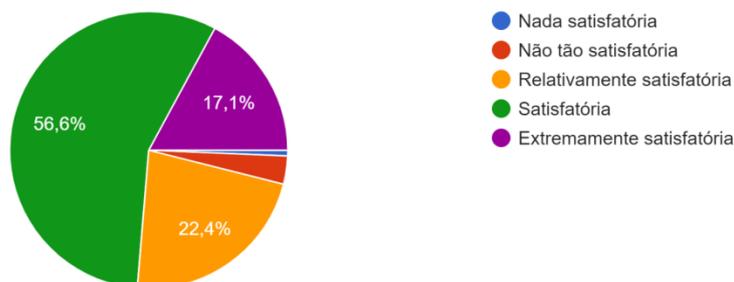


Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Os conteúdos oferecidos estão empatados com os conteúdos mais úteis para os entrevistados somando 49,3% acreditam que as lives foram mais úteis, com um total de setenta e cinco pessoas, sessenta e duas pessoas afirmaram que foram as reuniões no Google Meet com 40,8%, sete pessoas os stories chegando a 4,6%, cinco pessoas afirmam que foram os posts do feed, total de 3,3% e o conteúdo menos útil foi o Reels com 2% dos votos com apenas duas pessoas que acreditam que foi o mais útil.

Gráfico 13 – A comunicação realizada nas mídias sociais digitais durante o período de isolamento social foi satisfatória?

De 1 a 5 a comunicação realizada nas mídias sociais digitais durante o período de isolamento social foi satisfatória?
152 respostas



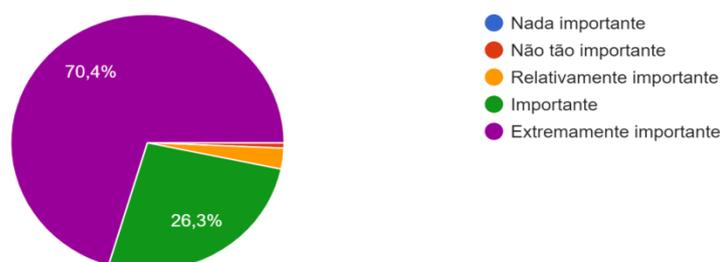
Fonte: Elaborado pela autora (2024).

A comunicação precisa alcançar o seu público de forma eficaz e ao analisar o gráfico entende-se que a comunidade Doce Mãe de Deus realizou uma comunicação satisfatória quando os entrevistados foram questionados apenas uma pessoa afirma que a comunicação não é nada satisfatória 0,7% e cinco pessoas disseram que não é tão satisfatória 3,3%, somando 2,4% dos respondentes afirmam que ela é relativamente satisfatória, no total de trinta e quatro pessoas. As outras pessoas afirmam que é satisfatória e extremamente satisfatória somando um total de cento e doze pessoas, onde oitenta e seis disseram ser satisfatória somando a maior parte dos entrevistados com 56,6% e vinte e seis disseram ser extremamente satisfatória um total de 17,1% dos entrevistados conforme gráfico abaixo.

Gráfico 14 – Qual a importância do trabalho de evangelização da Comunidade nas mídias sociais digitais?

De 1 a 5 qual a importância do trabalho de evangelização da Comunidade nas mídias sociais digitais?

152 respostas



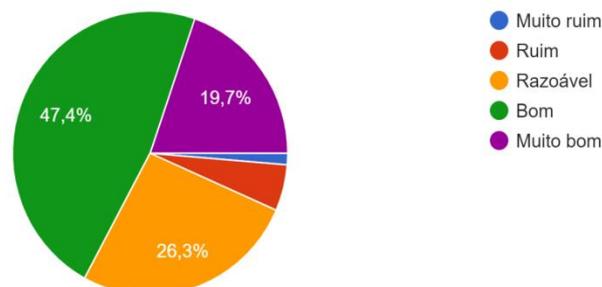
Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Todos os setores pararam, mas os trabalhos nas mídias sociais digitais precisavam acontecer, os entrevistados foram questionados sobre a importância desse trabalho e cento e sete entrevistados responderam que os trabalhos desenvolvidos foram extremamente importantes, somando um total de 70,4% das respostas, quarenta pessoas afirmam que foi importante, total de 26,3%, quatro pessoas acreditam ter sido relativamente importante 2,6% e uma pessoa acredita que não foi tão importante 0,7%, nenhum dos entrevistados responderam que não foi nada importante.

Gráfico 15 – Como está a comunicação da comunidade após o isolamento social?

De 1 a 5 como está a comunicação da comunidade após o isolamento social?

152 respostas



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

A comunicação da comunidade Doce Mãe de Deus tem vivido seus altos e baixos desde o período do isolamento social, e o reflexo disso foi o levantamento feito com a equipe que estava à frente da comunicação no tempo do isolamento social e principalmente os que permanecem após isolamento, para 47,4% dos entrevistados, somados setenta e duas pessoas a comunicação está boa e trinta pessoas afirmam está muito boa somando 19,7%. Quarenta pessoas afirmam que a comunicação está razoável, somando 26,3%, oito pessoas dizem que está ruim, total de 5,3% e duas que está muito ruim, somando assim 1,3% dos entrevistados.

Analisando os gráficos, que comparados com as entrevistas, e uma observação mais cuidadosa neste último gráfico compreendemos que por muitas vezes o setor de comunicação vive uma aparência e uma realidade que não é alcançada pelos membros da comunidade, mas que se torna uma luta para quem está dentro.

Também foram analisados os insights do Instagram @docemaededeus no período de 2020 a 2022. Segundo dados fornecidos pelos membros da comunicação da comunidade Doce Mãe de Deus, em março de 2020, no início da pandemia, a comunidade tinha 23 mil seguidores.

Figura 1 - Print do Instagram @docmaededeus Post em agradecimento pelos 20 mil seguidores no Instagram



Fonte: Instagram Doce Mãe de Deus (24 de abril de 2019).

Com um mês de isolamento em abril de 2020 eles chegaram à marca de 25 mil seguidores.

Figura 2 - Print do Instagram @docmaededeus Post em agradecimento pelos 25 mil seguidores no Instagram



Fonte: Instagram Doce Mãe de Deus (13 de abril de 2020).

Assim, observamos o crescimento gradativo durante o isolamento social, onde este número dobrou em junho de 2022, alcançando 30 mil seguidores.

Figura 3 - Print do Instagram @docemaededeus 30 mil seguidores no Instagram



Fonte: Instagram Doce Mãe de Deus (08 de agosto de 2022).

Os desafios encontrados durante a pandemia não foram encontrados apenas pelos membros da comunicação em produzir conteúdo, pelos fiéis que não estavam adaptados ao meio digital. Porém, diante do isolamento, precisaram acolher e adaptar-se ao máximo à nova forma de participação do que era promovido de forma *on-line*, tendo em vista que seria o único meio que existia para ouvir a palavra de Deus. Visto que este público era exatamente aquele público que desejava estar inserido dentro das paróquias, e que no momento em questão estavam fechadas em virtude do isolamento social.

A adaptação dos fiéis no meio digital precisou ser imediata, principalmente daqueles que não tinham costume de utilizar tais meios, a comunicação da comunidade percebe isso diante da ausência de um determinado público à medida que está voltando ao novo normal, tendo em vista que no início da pandemia esse público era mais presente. Assim, podemos afirmar que as atividades desenvolvidas de forma *on-line* tinham a capacidade de aproximar aquelas pessoas de Deus.

Podemos ver nas figuras abaixo de prints dos *insights* do Instagram @docemaededeus no ano de 2022 que mostrará a resposta do público e a aceitação para as mídias sociais digitais.

Figura 4 - Print do Insights do Instagram @docemaededeus



Fonte: Instagram Doce Mãe de Deus (2022).

Figura 5 - Print do Instagram @docemaededeus



Fonte: Instagram Doce Mãe de Deus (2022).

Figura 6 - Print do Instagram
@docemaededeus



Fonte: Instagram Doce Mãe de Deus (2022).

Após analisar cuidadosamente as entrevistas, como a pesquisa realizada com o público não constitutivo e os números alcançados durante o período de isolamento social, podemos compreender que o setor de comunicação ainda não é pauta prioritária para a Comunidade Doce Mãe de Deus, pois não oferece formação aos membros do setor e não faz um investimento em equipamentos para proporcionar uma estrutura e uma qualidade de trabalho mais eficaz.

A falta de profissionais mencionada não seria problema se existisse a capacitação por meio de cursos básicos para os membros do setor de comunicação. Quanto aos trabalhos realizados durante o período de isolamento social pela comunicação foi satisfatório para o público não constitutivo, porém a não continuidade dos trabalhos deixou a desejar, porém as pessoas afirmam que o trabalho ainda é bom.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de construção deste trabalho de conclusão de curso foi atravessado por novos desafios sociais devido à pandemia do novo Coronavírus (SARS-CoV-2). Em análise feita com a Comunidade Doce Mãe de Deus, em seu Instagram, foi possível identificar a evolução das mídias sociais digitais utilizadas pela instituição principalmente durante o isolamento social. Também foi identificado neste processo o aumento dos seguidores no Instagram e o relacionamento da comunidade com o seu público.

Analisamos também a evolução da Igreja Católica Apostólica Romana em comunicar-se com seus fiéis, e a aceitação dos meios de comunicação a partir do Papa Leão XII e, de forma particular, no Brasil, os meios de comunicação se deu após a publicação do documento Igreja e Comunicação rumo ao Novo Milênio, em 1997 escrito pelos Bispos do Brasil.

A Comunidade Doce Mãe de Deus vem se reinventando após o isolamento social para levar ao seu público a pregação de forma autêntica, a adaptação do novo tempo foi um grande desafio, já que a comunidade não usava suas redes sociais para transmissões e reuniões, elas eram geridas apenas com publicações sobre o evangelho e a forma de vida da comunidade.

A falta de qualificação dos membros também interfere na identidade própria da comunidade dentro das mídias sociais digitais, como o trabalho é voluntário em alguns locais os membros ficam apenas um ano naquele serviço, e as mudanças e adaptações são constantes, como não existe um manual de identidade a ser seguido, nem formação para os que chegam, cada pessoa segue o seu instinto e faz da forma que acredita ser a melhor.

Com a mudança devido ao isolamento social a equipe de comunicação percebeu uma grande aceitação de seu público e isso fez com que mais gente respondesse de forma positiva aquela forma de evangelização e nesse processo podemos perceber essa evolução mais visível com a pandemia.

Compreendemos também, como o acesso midiático de divulgação do evangelho se deu, bem como o avanço e o desenvolvimento das plataformas de comunicação por parte da igreja e em especial da comunidade Doce Mãe de Deus. Podemos compreender uma maior adequação dos fiéis aos conteúdos e evangelização midiática, demonstrando que a igreja está presente para servir todos

os povos, levando a todos a boa-nova, ao conhecimento e principalmente ao cuidado e zelo pela vida dos seus.

Compreendemos que o processo pandêmico, mesmo com suas controvérsias, conseguiu contribuir para um grande aumento da evangelização através das publicações e lives em seu Instagram. Entendemos também que a disposição de recursos e estruturas de comunicação sofre devido a sua falta de homogeneidade. Enquanto alguns setores midiáticos da igreja conseguem se desenvolver e alcançar mais propagação; outros sobrevivem de doações e possuem poucos recursos de desenvolvimento.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTRO, G. G. S. Ter clientes é para os fracos: o que importa é ter fãs! São Paulo: ESPM, 2013

CATECISMODA IGREJA CATÓLICA. **Comunidade**. 2023. Disponível em: <<https://www.vaticannews.va/pt/igreja/news/2023-02/parouquia-comunidade-papa.html>> Acesso em: 10 jul. 2024

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. Diretório de comunicação da Igreja no Brasil. Brasília: Edições CNBB, 2014.

DATAREPORTAL, **Digital 2024 Brazil**. 2024. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>> Acesso em: 28 fev. 2024

DENZIN; Norman K. LINCOLN. Norman K. **A disciplina e a prática da pesquisa qualitativa** 2006. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7895700/mod_resource/content/1/2006_Denzin_planejamento%20da%20pesquisa%20qualitativa.pdf> Acesso em: 16 de jul de 2024

FRANÇA, Fábio. Públicos: como identifica-los em nova visão estratégica: business relationship. 3. ed. São Caetano do Sul, SP: Yendis Editora, 2012

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 5a. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINUZZO, José Antônio. **Seis questões fundamentais da comunicação organizacional estratégica em rede**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2013.

MARQUÊZ, Paulo. Mapeamento de Públicos: Estratégia de Relações Públicas na Gestão de Relacionamentos. **Colóquio de Moda**, v. 6, n. 1, p. 03, 2010.

PASTORAL DA COMUNICAÇÃO DO BRASIL. **Pascom**. 2014 Disponível em: <<https://pascombrasil.org.br/pascom/>> Acesso em: 28 de fevereiro de 2024

PORTAL DOCE MÃE DE DEUS. **Quem somos?** 2016. Disponível em: <<http://docemaededeus.org/quem-somos/>> Acesso em: 08 fev. 2022.

PUNTEL, Joana T. **A Igreja a caminho n a comunicação**. 2011. Disponível em: <https://www.google.com/search?q=A+Igreja+a+caminho+na+comunica%C3%A7%C3%A3o&rlz=1C1JZAP_pt-BRBR834BR834&oq=A+Igreja+a+caminho+na+comunica%C3%A7%C3%A3o&aqs=chrome..69i57.1130j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8> Acesso em: 08 fev. 2022

RÜDIGER, Francisco. **Introdução à teoria da comunicação**. São Paulo: Edicom, 1998.

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

SOUSA, Thamiris; SOUSA, Rodrigo; MAIA, Mauro. **Novas Formas de Evangelizar: Igreja e Mídias atuais no mundo religioso pós-moderno**. 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2955-1.pdf>> Acesso em: 08 fev. 2022.

TERRA, Carolina Frazon. **Relacionamentos nas mídias sociais (ou relações públicas digitais): estamos falando da midiatisação das relações públicas?** n. 22, 1º sem. 2015

VATICAN, **A Vida Fraterna em Comunidade**. 1994. Disponível em: <https://www.vatican.va/roman_curia/congregations/ccsclife/documents/rc_con_ccsclife_doc_02021994_fraternal-life-in-community_po.html#:~:text=A%20comunidade%20religiosa%20%C3%A9%20c%C3%A9lula,de%20minist%C3%A9rios%20e%20de%20carismas> Acesso em: 10 jul. 2024;

VATICAN. **Clemens XIII**. 1766. Disponível em: <<https://www.vatican.va/content/clemens-xiii/it/documents/enciclica-christianae-reipublicae-25-novembre-1766.html>> Acesso em: 17 jun. 2022.

VATICAN. **Homilia do Papa João Paulo II no domingo de Pentecostes**. 1998. Disponível em: <https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/homilies/1998/documents/hf_jp-ii_hom_31051998.html> Acesso em: 11 jul. de 2022

VATICAN. **Paróquia, comunidade de comunidades**. 2023. Disponível em: <<https://www.vaticannews.va/pt/igreja/news/2023-02/paroquia-comunidade-papa.html>> Acesso em: 10 jul. 2024

VATICAN. **Communio et Progressio**. 1971. Disponível em: <https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio_po.html> Acesso em: 10 jul. 2022.

VATICAN. **Christianae Reipublicae**. 1766. Disponível em: <<https://www.vatican.va/content/clemens-xiii/it/documents/enciclica-christianae-reipublicae-25-novembre-1766.html>> Acesso em: 16 jul. 2024

VATICAN. **A vida fraterna em Comunidade**. 2015. Disponível em: <https://www.vatican.va/roman_curia/congregations/ccsclife/documents/rc_con_ccsclife_doc_02021994_fraternal-life-in-community_po.html> Acesso em: 16 jul. 2024

VATICAN. **Mensagem do Papa Bento para o 45º dia Mundial das Comunicações Sociais**. 2011. Disponível em: <https://www.vatican.va/content/benedict->

[xvi/pt/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20110124_45th-world-communications-day.pdf](#) Acesso em: 16 agos. 2024