

POR UMA COMUNICAÇÃO EM BUSCA DO PRÓXIMO¹

Manuella Vieira Reale²

Élida Fabiani Morais de Cristo³

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

RESUMO

A partir do relacionamento comunicação e religião, com a base teórica fundamentada em Dominique Wolton (2004, 2006 e 2011), John B. Thompson (2009) e Ciro Marcondes Filho (2004 e 2008), este trabalho busca entender como a comunicação é compreendida e exercida no seio da Igreja, a partir de um estudo qualitativo da realidade do grupo de comunicação da Casa da Juventude Comunidade Católica (CAJU), em Belém-PA.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Religião; Casa da Juventude (CAJU).

Meu ponto de partida é o entendimento de que o que está ao meu redor é o que deve me instigar a fazer perguntas-problema “que tem relação vital com nossa existência social, que são também as que tem maior capacidade de apresentar relevância e pertinência teórico-epistemológica, ou seja, de fazer avançar o conhecimento no campo da Comunicação” (LOPES, 2010, p. 44). A partir de leituras, percebo que são necessárias pesquisas que tenham o olhar para a comunicação além dos meios e das técnicas. Sendo a Igreja uma importante instituição social, também é necessário pensar a comunicação nesse ambiente. A comunicação, no sentido de diálogo e de inter-compreensão, tem potencial para resolver problemas, por isso a Igreja precisa estar atenta a este fenômeno.

A metodologia da pesquisa é um processo de tomada de decisões que estruturam o estudo em fases que se realizam num espaço determinado. Na pesquisa qualitativa, é importante buscar as percepções dos sujeitos participantes em um processo de interpretação e envolvimento que requer certa criatividade metodológica.

Gran parte del valor del proceso de investigación em lo cualitativo descansa no sobre la pertinencia em sí de nos datos, sino em la habilidade y la destreza analítica del investigador para producirlos e interpretarlos. [...] El conocimiento adquirido a través de uma investigación cualitativa es um conocimiento referido a procesos micro y mesosociales (OROZCO e GONZÁLEZ, 2012, p. 145 - 146).

Dessa forma, o estudo de caso, método escolhido para este trabalho, é feito em profundidade, com a busca de entender toda a informação constitutiva do objeto de estudo para tomá-lo como um exemplo quando comparado com outra realidade.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Recém-graduada em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: manureale@gmail.com

³ Orientadora do trabalho.

Utilizei os seguintes instrumentos de coleta: entrevistas em profundidade (do tipo semi-aberta) e questionários. A escolha por questionário com respondentes anônimos foi justamente para manter a “vigilância epistemológica” (LOPES, 2010) da pesquisa e não enviar as respostas que seriam dadas. A escolha dos entrevistados foi estratégica de acordo com a relação de cada um com o objeto empírico escolhido.

A Casa da Juventude

A Comunidade Católica Casa da Juventude (CAJU), fundada em 1959 pelo Cônego Raul Tavares de Sousa, é constituída por fieis leigos e é uma comunidade de aliança, com a renovação anual do compromisso, e agrega atualmente 218 membros compromissados⁴. Essa comunidade é organizada para suas atividades por meio de departamentos, que são compostos de grupos de serviços, onde membros compromissados ou colaboradores se engajam no serviço à Igreja. Seu lema é "para que a juventude evangelize a juventude". Além dos grupos de serviço, todo integrante da comunidade também é chamado a participar de um grupo de formação catequético-espiritual nos quais são alocados de acordo com o tempo e amadurecimento comunitário de cada um. O momento formativo, que acontece uma vez por semana, é considerado fundamental para ajudar na formação espiritual.

A comunidade desenvolve trabalhos sociais e de evangelização tais como missas, formação, retiros de espiritualidade, shows católicos, palestras, eventos culturais e inúmeros trabalhos sociais. Atualmente, ela tem núcleos missionários em Brasília-DF, Marabá-PA e São Paulo-SP, e também trabalha para a construção da Igreja São João Paulo II, em Belém.

De acordo com a estrutura organizacional da Casa da Juventude, o Grupo de Comunicação encontra-se alocado junto ao Grupo de Eventos. Esse agrupamento demonstra que a principal função concedida ao grupo é a de divulgar os eventos da Comunidade.

O Grupo de Comunicação

O Grupo de Comunicação da Casa da Juventude integra o Departamento de Comunicação e Eventos. Esse agrupamento demonstra que a principal função concedida ao grupo é a de divulgar os eventos da Comunidade. De acordo com o Planejamento da Comunicação da CAJU (2014), o grupo é responsável por:

- Divulgar amplamente as atividades, encontros e eventos da Caju por meio das redes sociais, site institucional e com sugestão de pautas para a imprensa;

⁴ Número de membros em 2014.

- Ampliar o reconhecimento da vocação Caju em Belém, no Pará, e nas cidades dos núcleos e por todo o mundo;
- Fazer a divulgação e cobertura com produção, release, fotografia, filmagem, reportagem, redes sociais, divulgação na imprensa e afins, de: missas comemorativas, encontros realizados pela comunidade, serviços da comunidade na sociedade e demais serviços de evangelização da comunidade (PLANEJAMENTO DA COMUNICAÇÃO DA CAJU, 2014).

Qualquer pessoa pode participar do Grupo de Comunicação: para isso, é necessário participar das reuniões semanais e colaborar na missão do grupo. Além dos encontros presenciais, os membros se comunicam por e-mail e redes sociais na internet. Outra característica é a preparação que cada membro precisa ter: para preparar tecnicamente as pessoas, o grupo oferece oficinas, como fotografia, edição de texto, edição de vídeo, edição de imagem, criação de artes, postagem no site etc.

As reuniões do Grupo de Comunicação ocorrem semanalmente na sede da Casa da Juventude⁵ e tem duração de duas horas. Elas são organizadas a partir de formações sobre comunicação e religião, oficinas sobre técnicas de comunicação, espiritualidade e reuniões gerais para discussão e decisão acerca dos projetos do grupo. O Grupo se subdivide de acordo com a realização de tarefas e demandas. Os subgrupos são⁶:

Produção: apurar e produzir pautas com os grupos de serviços, núcleos e atividades gerais da CAJU; enviar notícias para cadastrados em *mailing* estratégico e para a imprensa. Reportagem: escrever matérias para o site oficial da CAJU e para imprensa; entrevistar pessoas para publicações nas redes sociais, no site e informativos; escrever para um boletim informativo da comunidade. Redes sociais e site: responsável por atualizar os perfis do *Facebook*, *Twitter* e *Youtube*, sempre remetendo para o site oficial. Criação e identidade visual: criar de artes para meio digital, impresso e serigrafia; trabalhar a identidade visual da comunidade. Monitoramento: fazer *clipping* dos jornais e sites com notícias e/ou notas que citam a Caju. Comunicação interpessoal: produzir ações de marketing em lugares públicos; levar cartazes e panfletos de divulgação para lugares estratégicos. Fotografia, filmagem e edição: planejar, realizar e divulgar os registros fotográficos e audiovisuais da comunidade; administrar o acervo midiático do Grupo; fazer gravação e transmissão ao vivo de missas; gravar e editar vídeos. Secretaria: manter controle da frequência das reuniões; informar sobre as escalas; repassar por e-mail pautas das reuniões.

⁵ A sede da Casa da Juventude fica na Av. Almirante Barroso, nº 883, Marco, em Belém (PA).

⁶ Todas as informações apresentadas a seguir, referentes às funções dos grupos, foram retiradas do documento de Planejamento da Comunicação da Caju (2014), com adaptações.

A comunicação da CAJU sob reflexão

Para realização desta pesquisa foi necessária a utilização dos instrumentos de coleta: entrevistas em profundidade (do tipo semi-aberta) e questionários. As entrevistas foram importantes para chegar a uma valoração qualitativa do objeto de pesquisa. Assim, foi fundamental obter a visão da então coordenadora geral da Casa da Juventude sobre o processo de comunicação, assim como entender a realidade do funcionamento da comunicação a partir do olhar da coordenadora do grupo de comunicação. Foi estruturado um roteiro de perguntas a fim de criar uma estrutura para comparação de respostas e articulação dos resultados.

Também seria essencial obter outras visões acerca desses processos. Para tanto, foi utilizado questionários entregues aos coordenadores e vice-coordenadores dos grupos de serviço da CAJU, pois estes representam pessoas com cargos de liderança na comunidade e que tem o papel de cuidar da formação dos demais participantes do seu grupo. No período de 22 a 30 de novembro de 2014, foram distribuídos 31 questionários para todos os coordenadores e vice-coordenadores dos grupos de serviço da sede da CAJU em Belém. Obtive um retorno de 26 deles, chegando a 78% de devolução. As categorias de análise foram pensadas a partir do objetivo do trabalho, levando em consideração a base teórica.

NOÇÃO DE COMUNICAÇÃO

Nesta primeira categoria, procurei entender o que os entrevistados compreendem por comunicação. Em sua resposta para esta questão, a coordenadora geral da Casa da Juventude, Priscila Marques⁷, afirmou ser “a maneira que as pessoas têm de se comunicar na vida, umas com as outras, ter uma boa comunicação familiar, na relação afetiva, na relação de trabalho” (MARQUES, 2014).

Eu acho que a gente busca muito isso na comunidade: diálogo. Eu preciso escutar todas as partes envolvidas. Você precisa dialogar com todo mundo, e esse processo demora. [...] A comunicação interna é essencial para que as coisas fluam, e às vezes temos nossos entraves, às vezes a informação é mal dada. A gente pede uma coisa e as pessoas entendem outra... Eu acho que isso também depende da compreensão do ser humano de como recebe a informação, porque uma coisa é você dar a informação e outra é como o ser humano quer receber (MARQUES, 2014).

A partir dessa resposta, entendo que a noção de comunicação que a coordenadora apresenta é próxima da comunicação direta como experiência humana em Wolton (2004).

⁷ Entrevista realizada no dia 27 de novembro de 2014. Priscila Marques é membro compromissada da Casa da Juventude e atualmente está no cargo de coordenadora geral. Ela já foi coordenadora do Grupo de Comunicação em 2011 e tem formação profissional em Direito.

Nenhuma técnica de comunicação, por mais eficiente que seja, jamais alcançará o nível de complexidade e de cumplicidade da comunicação humana. Em outras palavras, existe uma margem de manobra, uma capacidade crítica que não poderá jamais ser destruída, porque ela tem suas raízes na dimensão antropológica da comunicação. Capacidade crítica esta que permite selecionar, distinguir, o que, nas promessas, evoca uma realidade funcional, permite separar o verdadeiro do falso, os discursos das realidades, os valores dos interesses (WOLTON, 2004, p. 35).

Ele explica que comunicar é compartilhar com o outro, compreensão e partilha mútua. E também nota-se na resposta da coordenadora a dimensão normativa da comunicação que é ligada ao sentido de compartilhar. Esta dimensão entende que o encontro face a face é suscetível a desentendimentos, mas que podem ser superados em busca da coabitação e mútua compreensão.

Da mesma forma, na entrevista com a coordenadora do Grupo de Comunicação da Casa da Juventude, Edenice Pereira⁸, ela entende a comunicação como um:

[...] processo onde todas as pessoas se comunicam, os seres vivos necessariamente precisam se comunicar para se relacionar. Nós precisamos nos relacionar na sociedade e para isso a gente precisa se comunicar. A comunicação é uma questão de sobrevivência. A gente precisa de sinalização nas vias e nas ruas. O bebê chora porque ele ainda não sabe falar para mostrar que está com fome, que está com dor, é a maneira dele comunicar aos pais. Enfim, a gente precisa de várias maneiras de dizer algo que a gente está vivendo. Então a comunicação é um processo, são várias ligações entre si, é uma relação de ida e volta importante para a sobrevivência (PEREIRA, 2014).

Essa visão de comunicação como um processo que acontece entre pessoas remete à perspectiva teórica de Martín-Barbero (2009), que pensa os processos de comunicação a partir da cultura. Isso implica entender a importância do outro e romper com a redução da problemática da comunicação às tecnologias.

Pensar os processos de comunicação neste sentido, a partir da cultura, significa deixar de pensá-los a partir das disciplinas e dos meios. Significa romper com a segurança proporcionada pela redução da problemática da comunicação à das tecnologias (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 287).

Ambas as perspectivas também se aproximam da noção de comunicação construída pela Igreja nas últimas décadas, de que a comunicação é “uma conquista mais humana que tecnológica” (FRANCISCO, 2014). Uma comunicação dialógica, que requer confiança e se põe no lugar do outro. A mútua compreensão se dá no diálogo humilde, que sabe que o outro tem algo interessante a dizer, e não na comunicação funcional, que tem como um de seus principais objetivos convencer os outros de suas ideias.

⁸ Entrevista realizada no dia 30 de novembro de 2014. Edenice Pereira é membro compromissada da Casa da Juventude e há dois anos está no cargo de coordenadora do Grupo de Comunicação. Ela tem graduação em Jornalismo e é mestre em Ciências da Comunicação.

A partir de questionários realizados com os coordenadores dos demais grupos de serviço da Casa da Juventude, aferi que, com exceção de uma resposta “Não sei”, todos concordaram que a comunicação tem papel central na vida da sociedade. Em outras duas questões, todos responderam que “SIM”, a comunicação é importante para a sua formação cristã, e também que “SIM”, a comunicação é fundamental para a edificação da Igreja Católica.

Em relação à pergunta sobre qual o significado de comunicação, interpretei as respostas classificando-as em quatro principais tipos.

A) Comunicação funcional (WOLTON, 2004): Em seis respostas encontrei indícios de uma visão funcional da comunicação, a qual remete à ideia de transmissão e de difusão, e que insiste na tecnocratização do mundo. As respostas apresentam a comunicação como “transmissão de mensagem”, “levar informações e divulgar”, “transmitirmos ideias, opiniões e conhecimento”, “ferramenta (meio) que faz com que a informação se torne coletiva”, “meio de informação”.

Destaco uma resposta para analisar de maneira mais atenta: “A comunicação significa envio de mensagens. Na Igreja Católica é fundamental, é a base de qualquer obra evangelizadora”. Percebo nessa resposta a visão funcional da comunicação, principalmente por não mencionar o receptor. Nesse caso, comunicar-se seria apenas enviar mensagens, então não importa quem está do outro lado para receber e se apropriar do que foi dito, apenas o produtor de conteúdo se mostra como importante.

B) Comunicação normativa (WOLTON, 2004): Em nove respostas localizei vestígios de uma visão normativa da comunicação, baseada na troca para compartilhamento e compreensão; essa dimensão tem como objetivo a busca pela inter-compreensão. As respostas estabelecem comunicação como “integração entre os indivíduos”, “integração de membros fieis”, “aprofundar o contato com as pessoas”, “conhecer o outro”, “relacionamento”, “interação” e “diálogo”.

Enfatizo uma resposta para examinar detalhadamente: “Entender e fazer-se entendido para a busca de um mesmo ideal”. Apesar de simples, esta resposta resume a dimensão normativa da comunicação. É importante “entender” (ouvir, estar aberto ao outro, compreender) assim como “fazer-se entendido”.

C) Em cinco respostas interpretei ambas as perspectivas: funcional e normativa. Elas apresentaram a comunicação como inter-compreensão entre pessoas, mas também como meios e técnicas. Ressalto a seguinte resposta: “Comunicação é, de forma ampla: para

divulgar eventos, mas também para facilitar o diálogo entre uma pessoa e outra, entre grupo de pessoas”.

D) Por fim, encontrei cinco respostas afirmando a comunicação como algo importante, mas sem defini-la especificamente. Elas apresentam a comunicação como “primordial para todos os âmbitos em nossa vida”, “fundamental para nossa comunidade”, “fundamental em tudo o que fazemos”, “de fundamental importância para vivermos em sociedade” e “porta para a descoberta de algo”.

O que observei nos dados coletados acerca dessa categoria de análise é que houve uma amplitude grande sobre o que pessoas entendem por comunicação. Havendo respostas que entendem comunicação desde como uma “porta aberta para se descobrir algo” até as que a colocam como fundamental para a “sobrevivência do ser humano”. No universo pesquisado, há um reconhecimento da importância significativa da comunicação para a sociedade, mas também percebo a dificuldade deles a definirem por seu um objeto complexo. Apesar do *corpus* de pesquisa pequeno, foi possível perceber divergências radicais no olhar sobre essa temática.

OBJETIVO DO GRUPO DE COMUNICAÇÃO

Nesta categoria buscarei compreender o que as pessoas percebem ser o objetivo do Grupo de Comunicação da Casa da Juventude. No questionário, apresentei os objetivos do Grupo propostos do Planejamento da Comunicação da CAJU (2014) e pedi para que os coordenadores definissem a importância das funções do grupo de comunicação, atribuindo o maior valor ao mais importante e o menor valor ao menos importante. Abaixo apresento a ordem de importância definida nas respostas. A função definida como a mais importante está posicionada em primeiro lugar e a menos em oitavo:

Ordem de importância das funções do grupo de comunicação, segundo a resposta dos questionários⁹	
1º	Ampliar o reconhecimento da vocação CAJU em Belém, no Pará, e nas cidades dos núcleos e por todo o mundo
2º	Divulgar as atividades da CAJU nas redes sociais
3º	Fazer a cobertura de eventos da CAJU (Missas, Encontros internos e externos,

⁹ Para chegar à ordem de importância definida nas respostas dos coordenadores, realizei o seguinte processo: orientei que eles atribuíssem o maior valor ao que consideravam a função mais importante e o menor valor ao que consideravam menos. Em seguida, fiz a somatória de todos os valores atribuídos por cada respondente a cada função. Por exemplo, o item “Ampliar o reconhecimento da vocação CAJU em Belém, no Pará, e nas cidades dos núcleos e por todo o mundo” ficou em primeiro lugar em ordem de importância devido à somatória das respostas dadas pelos coordenadores ter sido a de maior valor. No fim, obtive a soma das vinte e seis respostas de acordo com cada função apresentada. Demonstrando, assim, qual foi a ordem de função considerada mais importante até a menos.

	serviços da comunidade na sociedade)
4º	Divulgar as atividades da CAJU no site
5º	Promover a facilitação do diálogo entre os membros, os grupos e os núcleos da CAJU
6º	Produção de artes (cartazes, camisas, produtos, folders)
7º	Transmitir eventos da CAJU na internet
8º	Fomentar a formação e discussão sobre comunicação dentro da Comunidade

Para essa categoria analisada, observei que a visão que os coordenadores têm do Grupo de Comunicação parece mais ligada à dimensão funcional (WOLTON, 2004) da comunicação, pois as quatro funções consideradas mais importantes são relacionadas à divulgação e transmissão de mensagens. Observa-se a promoção do diálogo entre os membros, os grupos e os núcleos da CAJU apenas na quinta posição. Essa interpretação é fortalecida pelo fato de que 77% dos coordenadores afirmaram que a relação do seu grupo de serviço com o Grupo de Comunicação acontecia quando precisavam divulgar suas atividades.

Ao ser questionada sobre qual é a função do Grupo de Comunicação, a coordenadora geral da CAJU, Priscila Marques, afirmou que “o grupo da comunicação toma conta mais dessa questão do divulgar a imagem da CAJU, divulgar aquilo que a CAJU faz, aquilo que é missão da CAJU”.

Apesar disso, a própria Igreja do Brasil, por meio do seu Diretório de Comunicação¹⁰, indica como principais diretrizes para os grupos e pastorais de comunicação a participação da comunicação em todas as atividades, devendo seguir os eixos de formação, articulação, produção e espiritualidade. A comunicação social colabora para uma melhor vida comunitária.

Dessa forma, enxergo na resposta da coordenadora do Grupo de Comunicação, Edenice Pereira, como a única mais próxima dessa perspectiva:

Nós, do grupo de comunicação da CAJU, temos o objetivo de fazer com que a CAJU se comunique. Isso por si só é um objetivo bem complexo, porque a gente precisa levar algo com menos ruídos possíveis para outra pessoa. Então, para levar algo com menos ruídos possíveis, precisamos estar presentes em todo o processo. Então a nossa função é auxiliar os demais grupos da comunidade a fazer o seu serviço de maneira mais clara. É divulgar sim o serviço deles, mas mais do que isso, é colaborar na maneira que eles fazem esse serviço (PEREIRA, 2014).

¹⁰ Documento 99 da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil. Lançado durante a 52ª Assembleia Geral dos Bispos do Brasil, em 2014, este documento é atualmente a maior fonte de diretrizes para os responsáveis que atuam na comunicação eclesial e nas relações com a sociedade. O texto oferece conteúdos com referenciais comunicacionais, sociológicos, éticos, políticos, teológicos e pastorais.

A fala da coordenadora incentiva a participação da comunicação em todos os grupos de serviço. O Grupo de Comunicação, pelo olhar da coordenadora, serviria também de mediador em atividades diversas, colaborando para um melhor diálogo e compreensão entre todos. Está claro que, para a maioria do universo de pessoas entrevistadas, o objetivo do grupo de comunicação da Casa da Juventude é a divulgação. Entretanto, percebo que essa visão vai de encontro com a perspectiva apresentada pela Igreja nas últimas décadas (comunicação ao serviço da cultura do encontro). “Reduzir a comunicação à performance técnica ou negar sua importância humana e democrática é a mesma coisa” (WOLTON, 2006, p. 83). Encontro em Wolton uma possível alternativa para essa problemática.

Para sair da incomunicação é preciso valorizar o papel das profissões intermediárias, de jornalistas, acadêmicos e outros, pois elas simbolizam a competência, visto que ninguém pode conhecer todos os assuntos (WOLTON, 2011, p. 90).

O autor afirma que os *intermediários* contribuem para um mínimo de intercompreensão ao facilitar a negociação entre diferentes que se ignoram. Acredito ser essa uma função válida ao Grupo de Comunicação, a de mediar o trabalho entre os diferentes grupos. Não como uma função exclusiva, mas estar presente desde a concepção de um processo (seja ele evento, produto, encontro etc.) pode ser uma solução válida à realidade da comunidade. Porém, essa parece ser uma perspectiva apenas da coordenadora do Grupo – que, vale lembrar, possui formação acadêmica em Comunicação.

COMUNICAÇÃO EM TODOS OS LUGARES

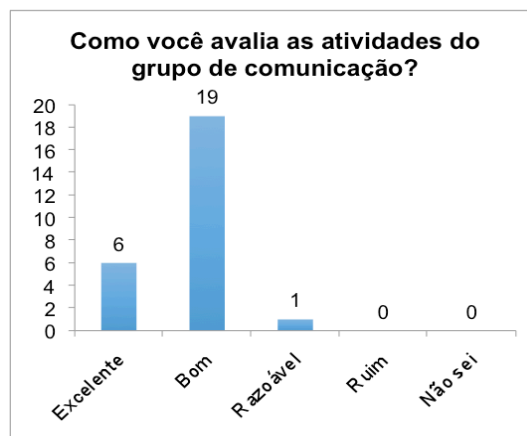
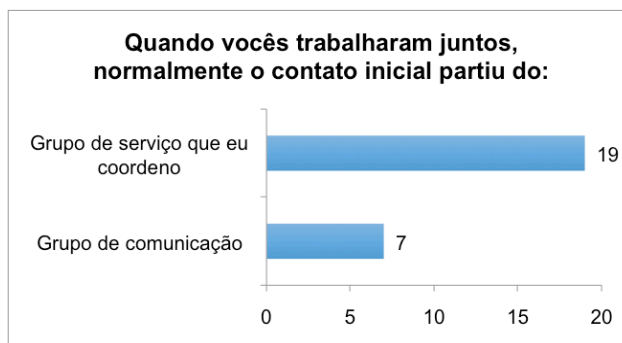
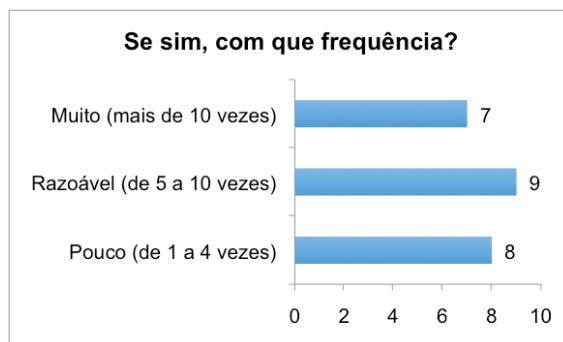
De acordo com a entrevista feita com Edenice Pereira, a comunicação da Casa da Juventude acontece em diversas formas, como nos avisos internos aos finais das formações, avisos comunitários aos finais das missas, nas formações, nos eventos e nos diversos serviços.

A CAJU se comunica bastante nas formações, através de seus eventos, através de seu serviço, como tem da Assistência Social nas Ilhas¹¹, é a Caju, ali se comunicando, levando o carisma através das pessoas, da maneira como elas estão servindo, se elas estão sorrindo, se elas estão dando atenção para alguém, levando o Evangelho. A primeira vez que a gente teve a Primeira Eucaristia nas Ilhas foi esse ano. Então a Caju está comunicando Jesus Cristo ali. [...] Nós temos os encontros, o Renascer e a Páscoa Jovem voltadas para a comunidade externa, que é um momento em que a comunidade está comunicando. A gente acredita que a comunidade está comunicando o amor de Deus, comunicando algo que às vezes a pessoa nunca sentiu na vida e está sentindo ali naquele encontro. Os encontros

¹¹ A CAJU integra o projeto “Lançai as Redes e Evangelizai” destinado à evangelização das comunidades ribeirinhas do entorno da região metropolitana de Belém. Mensalmente, um grupo de, em média, 25 pessoas visita duas ilhas para levar à população local dinâmicas lúdicas e formativas, além da Santa Missa.

internos para os membros é a maneira da gente se olhar e encarar alguns processos comunitários que são difíceis. Além do momento de oração e das Santas Missas (PEREIRA, 2014).

Para compreender como acontece/onde encontra-se a comunicação da/na CAJU, fiz as seguintes perguntas nos questionários com os coordenadores (gráficos 1, 2, 3 e 4):



Ao serem questionados sobre o que poderia melhorar no grupo, muitas respostas mencionaram a necessidade de melhoras nos equipamentos, terceirização de atividades técnicas, mais rapidez na resposta e realização de demandas, e também um maior número de pessoas no grupo. Destaco abaixo três delas:

- 1) As melhorias necessárias, muitas vezes, independem da atuação do grupo, mas existem em função da falta de pessoas capacitadas no contexto da comunicação para melhor divisão das funções atribuídas do grupo. Neste contexto, talvez uma melhor programação, divisão de tarefas, transparência nas relações e integração maior com os demais grupos pudesse favorecer a relação entre os grupos e a organização do próprio grupo comunicador.
- 2) Uma maior capacitação da comunidade, para que algumas tarefas possam ser fragmentadas ou terceirizadas. Pois hoje elas estão muito concentradas no grupo que se sobrecarrega.
- 3) Devido à grande demanda de compromissos do grupo de comunicação, percebi que precisa ser melhorado o tempo para a postagem, pois as divulgações têm ocorrido com atrasos e às vezes não foram divulgadas.

Por outro lado, quando questionada sobre como a comunicação acontece na CAJU, a coordenadora do Grupo de Comunicação responde:

Os processos de grupos ainda têm uma quebra. Eu vejo na comunicação interna que a gente faz algumas coisas, mas a gente não consegue se enxergar (os grupos, especificamente). Eu falo isso servindo pela comunicação. Às vezes a gente sabe de coisas de repente, por outra pessoa, e que nós deveríamos saber anteriormente, para nós enquanto grupo de comunicação, nos prepararmos e passarmos com outros coordenadores de outros grupos, para essa comunicação efetiva de determinado assunto acontecer. Então eu acho que os grupos entre si, faltam se comunicar mais. Com a percepção do outro, se juntando, poderia ser uma coisa mais fluida, poderia ser a Casa da Juventude fazendo algo, e não o grupo específico (PEREIRA, 2014).

O Diretório de Comunicação da Igreja Católica no Brasil afirma que a missão de toda a Igreja é evangelizar, e isso implica uma comunidade em contínuo estado de missão, com novos métodos. Diante disso, todos os aspectos da vida em uma comunidade católica devem ter em mente a comunicação a serviço do outro. Desde a catequese até a liturgia. E também Puntel (2010) afirma que ter um plano de comunicação não é o suficiente, pois é essencial que a comunicação seja parte integrante de todos os planos da comunidade, visto que a comunicação carrega consigo a possibilidade de aprimorar qualquer atividade ou serviço.

Nenhuma técnica de comunicação, por mais eficiente que seja, jamais alcançará o nível de complexidade e de cumplicidade da comunicação humana. Em outras palavras, *existe uma margem de manobra*, uma capacidade crítica que não poderá jamais ser destruída, porque ela tem suas raízes na dimensão antropológica da comunicação. Capacidade crítica esta que permite selecionar, distinguir, o que, nas promessas, evoca uma realidade funcional, permite separar o verdadeiro do falso, os discursos das realidades, os valores dos interesses (WOLTON, 2004, p. 35).

Percebo essa “margem de manobra” é certas vezes deixada de lado pelas respostas dos questionários. Os respondentes dizem reconhecer a importância do Grupo de Comunicação, mas percebe-se uma ausência de interação entre as ações dos grupos e a falta de vontade em buscar o próximo. Existe uma carência em pensar as ações em conjunto e reconhecer a capacidade específica que cada grupo pode trazer a um projeto. Essa limitação, muitas vezes, gera ações que apenas informam e difundem, ao invés de ações que comunicam e envolvem o público destinado.

CULTURA DO ENCONTRO

Na carta desse ano para o Dia Mundial das Comunicações Sociais, o Papa Francisco afirmou que os fiéis precisam harmonizar as diferenças por meio de formas de diálogo, que os permitam crescer na compreensão e no respeito. A cultura do encontro requer que se esteja disposto não só a dar, mas também a receber de outros.

Comunicação é antes *um processo*, um acontecimento, um encontro feliz, o momento mágico entre duas intencionalidades, que se produz no “atrito dos corpos” (se tomarmos palavras, músicas, ideias também como corpos); ela vem da criação de um ambiente comum em que os dois lados participam e extraem de sua participação algo novo, inesperado, que não estava em nenhum deles, e que altera o estatuto anterior de ambos, apesar de as diferenças individuais se manterem. [...] A comunicação não está na difusão em massa dos jornais, rádios, televisões, revistas, publicidades de rua e semelhantes; aí ela é apenas difusão, eu emito sinais e formas livremente e alguém os capta, mas, rigorosamente, não se trata de comunicação, pois não há a ação recíproca, a troca, o aprendizado instantâneo e num mesmo ambiente contextual de um como outro (MARCONDES FILHO, 2004, p. 15-16).

A partir disso, procurei observar de que forma a Casa da Juventude trabalha em direção a essa cultura. Na pergunta sobre o significado de comunicação do questionário, entre as respostas destaco a seguinte: “A forma de expressão, de se conhecer o outro”. “Em minha opinião, comunicação é o meio eficiente de relacionamento entre as pessoas. Através dela, conseguimos conectar-nos uns aos outros e fazer-nos entender por meio daquilo que fazemos, produzimos e pensamos”. Essas respostas mostram a comunicação que aproxima as pessoas, que gera relacionamento. Percebo, então, a existência do que é indicado pelo Papa Francisco: a comunicação que traz para perto e gera aprendizado mútuo.

Também no seu relato a coordenadora geral Priscila Marques diz que “a CAJU começou com essa comunicação face a face. Antes não tinha nada disso, quando a CAJU começou não tinha nem celular, então o ponto de encontro era a CAJU [seu espaço físico]. A gente valoriza muito essa questão do estar junto” (MARQUES, 2014).

Ela ressalta a importância da coordenação geral estar junto aos núcleos missionários, já que eles se encontram apenas três vezes ao ano (durante dois encontros internos e em uma visita pastoral durante o aniversário do núcleo). Durante essa ida aos núcleos, Priscila descreve que a coordenação geral passa um final de semana para comemorar o aniversário. Sendo que essa comemoração acontece por meio de um encontro espiritual conduzido e concebido pela coordenação geral a partir da realidade de cada núcleo. Por fim ela comenta sobre qual a importância do encontro face a face para a dinâmica da CAJU em relação aos seus núcleos:

Você sente que você está levando a comunidade para eles e eles querem receber isso. É uma forma de você estar ali junto com a comunidade o tempo inteiro. E isso alimenta muito a vocação deles. Quem tem essa experiência de ir ao núcleo, volta com um olhar diferente, algo inflama no coração. [...] Quando você vai pro núcleo e vê que é tudo igual, a mesma forma que a gente celebra, a mesma forma que a gente fala, a mesma forma que a gente começa os momentos, tudo é igual. Então, você vê que a distância física é grande, mas ela se torna mínima diante daquilo que Deus faz igual (MARQUES, 2014).

Dessa forma, observo que dentro da Casa da Juventude existe essa cultura do encontro. Ainda existem momentos para essa cultura de olhar para o outro e se reconhecer, apesar da sociedade em rede trabalhar mais pela melhoria das técnicas e conexões. A Igreja procura se fazer presente no mundo além da transmissão de informações: ela está também no fazer-se próximo do outro. Não se tratando de reconhecer o outro como igual, mas tendo a capacidade de se fazer semelhante ao diferente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da discussão teórica e dos dados, compreendo que pensar a comunicação é uma tarefa difícil, tanto no meio acadêmico quanto fora dele. Com isso em mente, para defender a comunicação é preciso mais do que valorizar a experiência humana. É necessário discutir esse fenômeno e questioná-lo constantemente. “É tão fácil dialogar de um lado ao outro do mundo que esquecemos das dificuldades indispensáveis do ‘cara a cara’. As técnicas não resolveram os problemas da comunicação humana” (WOLTON, 2004, p. 83).

A partir da reflexão sobre os dados coletados nas entrevistas semi-estruturadas e nos questionários surgem quatro categorias de análise. Ao tratar sobre a “noção de comunicação” observei que as respostas indicam que a comunicação é importante, mas também há a dificuldade em defini-la. Acerca do “objetivo do grupo de comunicação”, a maioria do universo pesquisado indicou ser a divulgação. Entretanto, mostro como essa

perspectiva vai de encontro àquela defendida atualmente pela Igreja, que promove uma comunicação ao serviço da cultura do encontro.

Na categoria “comunicação em todos os lugares”, a maioria das respostas à pergunta sobre o que poderia melhorar no grupo mencionou melhores equipamentos, terceirização de atividades técnicas, mais rapidez na resposta e realização de demandas, assim como um maior número de pessoas no grupo. Enquanto que a coordenadora do Grupo de Comunicação sente falta da integração entre os grupos de serviço. A Igreja insiste que a comunicação é essencial em todos os planos da comunidade, pois ela carrega consigo a possibilidade de aprimorar qualquer atividade ou serviço. Por fim, na categoria “cultura do encontro”, observei em que momentos essa cultura do encontro está presente na CAJU.

Será que nos comunicamos de verdade? A comunicação deve “organizar a convivência pacífica entre pontos de vista contraditórios num mundo onde cada um vê tudo e quer conservar sua identidade e sua liberdade de expressão” (WOLTON, 2011, p. 87).

Wolton (2004) deixa a reflexão de que o homem está confrontado com três tipos de comunicação. A comunicação humana, que é a menos sofisticada e eficaz, e a mais arcaica e lenta, mas provavelmente o alicerce da sociedade. A comunicação midiática, que é condição do laço social. E a comunicação digital, cuja eficácia é proporcional às dimensões antropológicas que ela deixa de lado. E assim deve-se buscar as três formas. “A primeira porque dá sentido à vida, a segunda porque está ligada à sociedade e à democracia, e a terceira porque está em sintonia com a abertura das sociedades e do lugar cada vez maior dos fluxos imateriais” (WOLTON, 2004, p. 394). É fundamental que a Igreja, por sua vez a CAJU, preserve essas três formas.

A Igreja usa a formação para que as pessoas entendam os ensinamentos de Jesus Cristo, a partir do Evangelho. Apesar dos questionários terem colocado “a formação e discussão sobre comunicação dentro da Comunidade” como a função menos importante do Grupo de Comunicação, enxergo a formação sobre comunicação uma maneira de discutir e entender que a comunicação é fundamental para o cumprimento da missão da Igreja de evangelizar a todos. E isso é mais do que ensinar técnicas e contar com pessoas especializadas.

Foi construída uma base teórica que abre caminhos para futuras possibilidades de estudo. Assim, esse trabalho, longe de ser uma conclusão, é um ponto de partida para a compreensão do mundo da comunicação.

REFERÊNCIAS

BENTO XVI. **Mensagem para o 43º Dia Mundial das Comunicações Sociais**: Novas tecnologias, novas relações. Promover uma cultura de respeito, de diálogo, de amizade. 24 de Maio de 2009.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**: a era da informação: economia, sociedade e cultura. Tradução Roneide Venancio Majer. 6ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CNBB. **Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 2014.

FRANCISCO. **Mensagem para o 48º Dia Mundial das Comunicações Sociais**: Comunicação ao serviço de uma autêntica cultura do encontro. 1 de junho de 2014.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guaracira Lopes Louro. 11ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Reflexividade e Relacionismo como questões epistemológicas na pesquisa empírica em comunicação. In: BRAGA, José Luiz; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; MARTINO, Luiz Claudio. (orgs) **Pesquisa empírica em comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010.

MARCONDES FILHO, Ciro **Para entender a comunicação: contatos antecipados com a nova teoria** - São Paulo: Paulus, 2008.

_____. **Até que ponto, de fato, nos comunicamos?** 3ª ed. São Paulo: Paulus, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Prefácio de Néstor Garcia Canclini; Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes e PAULA, Maria Aparecida. **O que é comunicação estratégica nas organizações?** São Paulo: Paulus, 2008.

OROZCO, Guillermo e GONZÁLEZ, Rodrigo. **Una coartada metodológica**: Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias. México: Productora de contenidos culturales, 2012.

PUNTEL, Joana T. **Comunicação**: diálogo dos saberes na cultura midiática. São Paulo: Paulinas, 2010.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. 11ª ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. Tradução Vanise Pereira Dresch. São Paulo: Paulus, 2006.

_____. **Informar não é comunicar**. Tradução de Juremir Machado Silva. Porto Alegre: SULINA, 2011.

_____. **Pensar a comunicação**. Tradução de Zélia Leal Adghirni. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.