



Análise das Ferramentas de Comunicação dos Grupos de Oração Universitários (GOU) de Curitiba¹

Beatriz de Paula MENANI²

Maurini de SOUZA³

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

O artigo pretende avaliar as ferramentas de comunicação utilizadas pelo Movimento Universidades Renovadas (MUR), organização de pessoas ligadas à Igreja Católica, em seus Grupos de Oração Universitários (GOU) de Curitiba, Paraná, utilizando-se de descrição de tais ferramentas sob o olhar da proposta teórica de Margarida Kunsch através de seu livro Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação eficaz, ferramentas da comunicação, Grupo de Oração Universitário.

Os Grupos de Orações Universitários (GOU) compreendem 15 minutos de orações e reflexões religiosas dentro do ambiente universitário. Possuem uma estrutura definida e a curta duração facilita sua inserção num ambiente com horários rígidos como a universidade. Para atuar nesse ambiente, é necessário que se utilize de uma comunicação eficaz, que traga resultados (mais pessoas conheçam, visitem e permaneçam no grupo). Através dos estudos de Margarida Kunsch, serão analisados as formas de comunicação que estão presentes no GOU. Existem três GOUs em Curitiba, um na Pontifícia Universidade Católica (PUC), um no campus Politécnico da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e um no campus sede da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

O GOU está inserido no Ministério Universidades Renovadas (MUR), que coordena as atividades desses grupos. O MUR faz parte do movimento Renovação Carismática Católica (RCC) da Igreja Católica. A RCC começou dentro de uma universidade, como se encontra no site oficial da RCC Brasil: “A Renovação

¹ Trabalho apresentado no IJ 03 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

² Graduanda do Curso de Tecnologia em Comunicação Institucional da UTFPR, email: biamenani@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Tecnologia em Comunicação Institucional – UTFPR, email: maurini@utfpr.edu.br



Carismática Católica, ou o Pentecostalismo Católico, como foi inicialmente conhecida, teve origem com um retiro espiritual realizado nos dias 17-19 de fevereiro de 1967, na Universidade de Duquesne (Pittsburgh, Pensylvania, EUA).⁴ Mas o MUR nasceu somente em 1994, em Viçosa, MG. Nessa cidade há o Seara, encontro de carnaval promovido pela RCC. Esse evento acontece na Universidade Federal de Viçosa (UFV). Durante o evento, em 1994, Fernando Galvani, conhecido como Mococa, ao refletir sobre a passagem da Bíblia que se encontra em Atos dos Apóstolos, capítulo 5, versículo 28⁵ argumentou que, nas universidades, os estudantes sofrem perseguição religiosa “daí vem o desejo profundo de encher as universidades do amor de Deus e mais do que isso, o sonho de ver as Universidades Renovadas. Vem também a constatação de que é extremamente necessário e urgente que o meio universitário seja evangelizado.”⁶

Para a RCC “o Grupo de Oração é a base da estrutura da Renovação Carismática. Organizados geralmente nas paróquias e liderados por leigos, eles são formados por um número variado de pessoas, em reuniões que acontecem semanalmente.”⁷ E o GOU tem sua organização da mesma maneira e tem a mesma representação para o MUR, pois segundo o site oficial do MUR, o Grupo de Oração Universitário “é uma célula fundamental da RCC e é o coração de todas as atividades de evangelização do MUR”⁸. O MUR se fez presente, além do Brasil, em países como Bolívia, Chile, México, Peru, Argentina e Itália.

No Material de Formação disponível no site do Ministério Universidades Renovadas encontra-se que “todo GOU caracteriza-se por três momentos distintos: *núcleo de serviço, reunião de oração e grupo de perseverança*” (grifo do autor):

Núcleo de serviço: composto por aqueles que lideram e são responsáveis pelo Grupo de Oração, que devem se reunir em um momento distinto do GOU para fazer um momento de oração.

Reunião de oração: o momento designado para acontecer o GOU, que envolve o núcleo de serviço e todos os que quiserem participar.

⁴ <http://www.rccbrasil.org.br/interna.php?paginas=42> Acesso em 22 de março de 2014.

⁵ “Nós tínhamos proibido expressamente ensinar o nome de Jesus e, no entanto, vocês encheram Jerusalém com a doutrina de vocês. E querem nos tornar responsáveis pela morte desse homem!” Bíblia Sagrada – Edição Pastoral, editora Paulus, 1990.

⁶ Disponível em http://www.universidadesrenovadas.com.br/p/quem-somos_25.html, acesso em 12/02/2014

⁷ <http://www.rccbrasil.org.br/interna.php?paginas=42> Acesso em 22 de março de 2014.

⁸ <http://www.universidadesrenovadas.com.br/p/o-que-e-o-gou.html> Acesso em 25 de março de 2014.



Grupo de perseverança: aqueles que perseverarem no GOU devem ser levados a um grupo de perseverança, onde poderão ter experiências de fé e formação.

Estruturalmente, a reunião de oração possui um formato fixo; Primeiramente deve ser preparada a acolhida. O ambiente deve ser preparado (arrumar cadeiras, escrever no quadro, colocar cartazes na porta, por exemplo). É necessário recepcionar as pessoas que chegam. Pode acontecer em dois momentos: 1ª acolhida ou pré-reunião que é a recepção no corredor ou na porta do local onde ocorrerá o GOU; 2ª acolhida que ocorre na reunião de oração, costuma ser feita pelo coordenador e é um momento de dizer o quanto são bem vindos. Logo após se faz o Sinal da Cruz (o gesto de cristão). Com orações e músicas clama o Espírito Santo. Tem-se o momento de animação, utilizando-se de músicas previamente escolhidas e que tenham relação com o tema a ser tratado no grupo de oração naquele dia. E faz-se oração de louvor e de acordo com o Material de Formação 02 – Ministério Universidades Renovadas – Grupo de Oração Universitário “louvar é aplaudir, elogiar, parabenizar a Deus. Vale destacar que se louva a Deus por aquilo que Ele é (misericordioso, benevolente), no louvor a pessoa reconhece que Deus é Deus, e agradece-se a Deus por tudo que Ele faz seja na nossa vida ou na vida da comunidade”. Após esses momentos de oração há a “pregação” que pode ser com a leitura da Bíblia (proclamação da Palavra). Consiste em transmitir uma mensagem, um ensinamento, em fazer-se conhecer Jesus. E termina com oração. Pode-se ter um momento de testemunho (partilha), em que um ou mais membros do grupo sentem a necessidade de compartilhar algum acontecimento ou sentimento. Em seguida um momento para avisos; a oração final e envio, ainda de acordo com o Material de Formação 02 é “envio porque ela serve como uma síntese da mensagem passada no GOU e um envio dos participantes para a prática durante a semana do que ouviram no grupo.”

Análise da comunicação

O MUR tem como lema “Um sonho de amor para o mundo” e alguns de seus objetivos através dos Grupos de Oração são:

Os Grupos de Oração Universitários devem proporcionar, através da vivência do Batismo no Espírito Santo ou da experiência de Pentecostes:



- a) - Transformação de vida, fazendo com que saiam de nossas universidades/faculdades homens novos e profissionais renovados, que usam seus conhecimentos técnicos para o bem comum e a edificação do homem todo e de todos os homens.
- b) - Um reavivar da fé em cada coração, a partir da manifestação dos carismas do Espírito Santo, levando todos a uma ação evangelizadora viva e eficaz para a edificação da Igreja, suscitando e reinflamando a dimensão do serviço.
- c) - Despertar em todos a importância vital da oração pessoal, de uma vida sacramental e de vivermos como família, em comunidade, de sermos verdadeiramente irmãos.
- d) - Gerar os frutos imprescindíveis de conversão e batismo no Espírito, que são a alegria, a paz e o comprometimento. Basta que nos lembremos de Pedro, de Paulo... e percebamos que tais frutos são visíveis após Pentecostes.” (Material de Formação 02 – Ministério Universidades Renovadas – Grupo de Oração Universitário - Brasil – 2009)

A partir do trecho do Material de Formação do MUR, percebe-se que o objetivo do GOU relatado é ajudar na formação dos universitários de uma forma que eles possam viver bem dentro e fora da universidade e que, quando profissionais, exerçam sua profissão de forma ética e tragam benefícios às pessoas e à sociedade. O GOU pretende, também, ajudar os estudantes a ter coragem de transmitir os ensinamentos da Igreja Católica e ajudar a buscar um comportamento em que se comprometam com esses ensinamentos. Para que esses objetivos sejam alcançados é necessário que os universitários conheçam o grupo. Para isso é preciso uma comunicação efetiva, que leve, ao conhecimento dos estudantes, a presença do grupo dentro da universidade. E a comunicação deve ser feita de forma a informar e interessar.

No Manual de Formação encontram-se sugestões de formas de divulgação do GOU:

A divulgação pode ser realizada de várias maneiras: cartazes, boca a boca, panfletagem entre outros. A palavra é CRIATIVIDADE! Cartazes alegres e coloridos realizam bem a sua função, quando pregados de sala em sala, corredores, e painéis. Você estará chamando a atenção de pessoas formadoras de opinião, em sua maioria. Cuidado com o excesso de informação no cartaz, ele deve ser prático e objetivo. O boca a boca dará mais trabalho, mas é o modo mais eficaz de levar a pessoa porque é íntimo e pessoal e exige testemunho e tempo individual. Além disso, uma simples conversa ou a observação de camisetas e cruzeiros ou outros sinais que os colegas da faculdade trazem são meios usados por Deus quando menos esperamos.

A panfletagem pode ser realizada durante as matrículas dos calouros e nos dias do GOU antes de começar as aulas, principalmente no começo do período. Panfletos inteligentes e de bom gosto devem ser estudados, como marcadores de livro em papel cartão, com a



impressão do calendário de aulas. Mas, o que vai ser fundamental na ajuda da divulgação do grupo é o testemunho de vida e criatividade. (2009, p.19-20)

Através do Material de Formação, pode-se perceber a preocupação do Ministério em criar uma comunicação eficiente para o GOU. O material cita diversas ferramentas de comunicação que, se baseando em Kunsch (2003), podem ser classificados como meios orais, escritos, escrito-pictográficos⁹ e simbólicos. Uma das ferramentas que se utiliza de meios de comunicação escrito-pictográficos e audiovisuais¹⁰ é a internet, que é usada pelo MUR através de e-mail e redes sociais. O e-mail é utilizado para divulgações de missas, eventos e para a distribuição de vídeos e leituras para formação. O *Facebook* é a rede social utilizada em conjunto com o e-mail, divulgando os mesmos tópicos e outros mais informais. Nele há grupos, páginas e perfil. Através dos quais os membros podem interagir, compartilhar experiências e informações, marcar encontros, eventos, pedir carona para os eventos da Igreja, tirar dúvidas, se conhecerem e conversar. O perfil, na rede social *Facebook*, o “Ministério Universidades Renovadas Curitiba” conta com 1092 amigos¹¹, atinge um número significativo de pessoas.

Analisando o GOU da UTFPR, a única forma de comunicação é a internet e o “boca-a-boca”. Não foram produzidos cartazes (além de uma folha de caderno, com local e datas do grupo na capela da Universidade) e nem feito panfletagens ou eventos de divulgação dentro do campus. A abordagem da internet não é suficiente, pois o que é divulgado na página e perfil do MUR é visto, em sua maioria, por aqueles que já conhecem o grupo. O método que traz mais resultados é o “boca-a-boca”. E isso se constata ao participar dos encontros do grupo, pois é comum que novos membros tenham conhecido o grupo através de um amigo.

No livro *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada* de Margarida Kunsch (2003) há uma classificação dos meios de comunicação nas organizações no qual se encontram os meios orais diretos que se constituem em: conversa, diálogo, entrevistas, reuniões, palestras e encontros com o presidente face a face. Como forma de fazer conhecer o movimento, utiliza-se dos meios orais diretos, principalmente da conversa. Em uma conversa informal se comenta sobre o grupo de

⁹ “Os meios escrito-pictográficos se valem da palavra escrita e da ilustração. São os cartazes, gráficos, diplomas e filmes com legenda”. (KUNSCH, 2003, p. 87)

¹⁰ “Os meios audiovisuais são constituídos principalmente por vídeos institucionais, de treinamentos e outros, telejornais, televisão corporativa, clipes eletrônicos, documentários, filmes etc”. (KUNSCH, 2003, p.87)

¹¹ Dados de 23 de março de 2014, 19 horas e 8 minutos.



oração, o faz conhecido, se convida para participar. É esse o modo mais eficaz de “marketing” do GOU.

Ainda no mesmo livro, dentre os meios de comunicação citados encontra-se o panfleto como um dos meios escritos. Essa ferramenta fez-se presente quando o MUR ainda era um projeto e, por isso, chamado de Projeto Universidades Renovadas (PUR). Os participantes carregavam consigo uma espécie “kit” que podia conter camiseta, folder e cartilha. Porém, atualmente, em Curitiba os GOUs estão desprovidos de panfletos informativos, uma prática que poderia ser retomada para ser usada em conjunto com a conversa. Para que o receptor da mensagem possa receber algo que contenha as informações principais: uma breve explicação do que é o GOU ou o MUR e dia, horário e local do grupo de oração. Os meios escritos, porém, não devem ser usados isolados, pois é somente na conversa que ambos podem trocar informações e o que seria “receptor” deixa de sê-lo somente, para também falar, tirar dúvidas e opinar. É dessa forma que se dá uma comunicação eficaz – todos os envolvidos na conversa podem ouvir e falar. De acordo com Kunsch (2003, p. 87) “Os *meios escritos* dizem respeito a todo material informativo impresso, a saber: instruções e ordens, cartas, circulares, quadros de avisos, volantes, panfletos, boletins, manuais, relatórios, jornais e revistas” (grifo da autora). Como meio escrito, utiliza-se a correspondência na forma de e-mail. Ele não é a única forma de passar avisos, pois para o público ao qual é dirigido – universitários – é necessário que se utilize, como é feito, o e-mail em conjunto com as redes sociais. Pois as redes sociais representam um modo de chamar a atenção do jovem, de fazê-lo interagir com os outros membros para debater sobre o aviso recebido. E também, porque elas estão presentes no dia a dia dos jovens. Mesmo assim a utilização do e-mail é eficaz para que a mensagem não se perca em meio às “notificações” do *Facebook*.

O grupo precisa ser conhecido na universidade, mas também dentro da Igreja Católica e dentro da RCC (o movimento do qual faz parte).

Daniel Katz e Robert L. Kahn afirmam que “as organizações sociais precisam também de suprimentos renovados de energia de outras instituições, de pessoas, ou do meio ambiente material. Nenhuma estrutura social é auto-suficiente ou autocontida”(1978, p.35). A interdependência das organizações em si as leva ao relacionamento e à integração com as demais e de cada uma em si com seu mundo interno e externo. E isto só se dará, [...], por meio da comunicação e na comunicação. (KUNSCH, 2003, p.70)



O MUR é dependente da RCC e, conseqüentemente, da Igreja Católica e procura estar presente nos eventos da RCC, vestindo a camiseta com a marca do Ministério para ter maior reconhecimento pela Renovação Carismática Católica. Apesar de já ser reconhecido, ainda é necessário que dentro da Igreja Católica e, principalmente, dentro da RCC, seu nome e sigla se tornem conhecidos, sendo que não sejam necessárias explicações extensas para que os membros da RCC saibam do que está se falando quando se cita GOU ou MUR em uma conversa.

Barreiras na comunicação

Para Kunsch (2003, p.87) “Os *meios simbólicos* são insígnias, bandeiras, luzes, flâmulas, sirenes, sinos e outros sinais que se classificam como visuais quanto auditivos” (grifo da autora). O MUR possui logomarca, que ajuda a construir sua identidade e, que está presente nos cartazes dos diversos GOUs. Manter a identidade visual ajuda a construir uma imagem única e a mantê-la. Sendo possível, para aqueles que já tiveram contato com o ministério reconhecê-lo quando se fizer presente, independente do local em que se encontram. Porém, ao observar o GOU da UTFPR observa-se que não há elementos visuais presentes no ambiente das reuniões. Em consonância com a proposta de Kunsch, o espaço poderia ser preenchido com cartazes, imagens ou escrita no quadro (pois o grupo é feito em sala de aula). O ambiente costuma ser preparado colocando as carteiras em círculo. Porém, é necessário que a imagem do grupo esteja presente no ambiente. Essa imagem é necessária não só dentro da sala de aula, mas também fora dela, para que seja possível reconhecer que há um grupo de oração naquele local.

Kunsch classifica algumas barreiras, dentre elas há a pressão de tempo, que a estrutura do Grupo de Oração não permite que ocorra.

Outra barreira muito comum na comunicação organizacional é a pressão de tempo, que impede um encontro mais freqüente entre chefes e subalternos. Esse “curto-circuito” no processo comunicativo pode gerar problemas com conseqüências mais amplas, comprometendo a eficiência e a eficácia da comunicação. (KUNSCH, 2003, p.77)

Não há essa barreira dentro dos GOUs, pois como os encontros são semanais, os membros e os coordenadores se veem pelo menos uma vez por semana, e se há outros



compromissos do grupo, o número de oportunidades que tem para conversar aumenta. Além disso, o fato de que geralmente os membros estudam na mesma faculdade auxilia nessa frequência de encontros. A situação no GOU é de uma “diretoria” aberta para a comunicação, pois como se vê no Material de Formação 02 do MUR “uma grande marca do MUR é o sentimento de **família** que envolve a grande maioria dos participantes” (grifo do autor), ou seja, o que se cria no grupo é um sentimento familiar em que se procura deixar todos os membros à vontade para conversarem e trocarem ideias e opiniões sobre o grupo.

Para entender qual a forma ideal de se comunicar de uma organização, é preciso entender o ambiente em que está inserida. Segundo Kunsch (2003, p. 30) “Temos de considerá-la [uma organização] vinculada ao ambiente em que ela vive, incluindo os aspectos sociais, econômicos, políticos, tecnológicos, ecológicos e culturais, variáveis que interferem enormemente na vida organizacional.” Analisando o ambiente externo do Grupo de Oração Universitário, tem-se a dificuldade de aceitação de uma organização baseada numa fé específica dentro de um ambiente voltado à ciência. É nesse ponto que se encontra uma das dificuldades de comunicação: se mostrar válido e interessante para aqueles que consideram o que é vinculado à fé como algo ultrapassado. Essa dificuldade se caracteriza em duas das barreiras citadas por Kunsch (2003, p.74): As barreiras semânticas que “são as que decorrem do uso inadequado de uma linguagem não comum ao receptor ou a grupos visados. Isto é, os códigos e sinais empregados não fazem parte do repertório dos conhecimentos em determinado ambiente comunicacional.” e as barreiras psicológicas que “são os preconceitos e estereótipos que fazem com que a comunicação fique prejudicada. Estão relacionadas com atitudes, crenças, valores e a cultura de pessoas. São percepções equivocadas de acordo com determinadas experiências e distintos marcos de referência”. É nesse ponto que a comunicação, através de panfletos, cartazes e site não é eficiente. E que os meios orais se fazem mais eficazes, pois é através da conversa aberta que se quebram os preconceitos do público com a organização e da organização com o público.

Através das observações feitas, é possível identificar as principais barreiras, sob a ótica da Kunsch, dentro da universidade para o GOU se inserir (barreiras psicológicas e semânticas) e que para vencê-las é preciso um esforço dos membros para informar os universitários sobre o GOU, transmitindo a verdadeira imagem do grupo (comunicação oral direta), trazendo informações de maneira prática (panfletos e cartazes) e fazendo-se notar (cartazes na porta das reuniões de oração e presença nos eventos da Igreja



Católica, principalmente os voltados para jovens). Assim, esforçando-se para fazer uma boa comunicação, o Grupo de Oração Universitário pode-se fazer conhecido e abranger cada vez mais universitários. Ou seja, podem atuar no meio universitário e profissional com os valores de sua fé.

REFERÊNCIAS

KUNSCH, M. M. K. *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. São Paulo: Summus, 2003.

PEREIRA, A. V. *Há Fé na Terra da Razão. Livro Reportagem sobre o Projeto Universidades Renovadas*. Disponível em <http://www.hottopos.com/videtur24/>

“A História da RCC”. In *Site oficial da RCC* Disponível em <http://www.rccbrasil.org.br/interna.php?paginas=42>. Acesso em 22 de março de 2014.

Site oficial do Movimento Universidades Renovadas. Disponível em <http://www.universidadesrenovadas.com.br>. Acesso em 12 de fevereiro de 2014.