



Comunicação e Evangelização da Juventude nos “Jovens Conectados”¹

Lidiane Vitor RIBEIRO²
Sônia BERTOL³
Universidade de Passo Fundo

Resumo

A comunicação digital é um meio propício para interagir e potencializar as relações sociais. Sendo assim, as instituições como a Igreja Católica estão utilizando esta ferramenta para anunciar sua mensagem. Frente a isso, este trabalho busca compreender o uso das novas mídias para a evangelização da juventude a partir do site Jovens Conectados. Para tanto, este artigo entrega uma pesquisa em andamento e visa realizar uma revisão bibliográfica sobre os assuntos que norteiam o tema e tem como finalidade entender como o site Jovens Conectados contribui na evangelização da juventude.

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

Introdução

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

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

Nesse sentido, a Igreja percebe a necessidade de ser presença nos meios de comunicação digitais, assim como a importância de anunciar a Boa Nova nesta nova ambiência que agrega multidões de fiéis. “O ambiente digital não é um mundo paralelo

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Interfaces Comunicacionais do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

² Estudante do 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UPF, email: lidids@yahoo.com.br.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UPF, email: sobertol@upf.br.



ou puramente virtual, mas faz parte da realidade cotidiana de muitas pessoas, especialmente dos mais jovens” (BENTO XVI, 2014).

Por isso, neste trabalho vai se apresentar conceitos de como a comunicação pode auxiliar na missão evangelizadora da juventude realizada pela Igreja Católica. Para isso, será abordado a postura da Igreja frente aos meios de comunicações por meio de documentos, a sua prática comunicacional em especial na Internet como meio de evangelização da juventude. Como também, descreve um breve histórico do site Jovens Conectados que é objeto de nossa pesquisa que está em andamento, para assim compreender como o Jovens Conectados desenvolve seu processo de evangelização junto a juventude.

Interfaces Comunicacionais: A Comunicação na Igreja Católica

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

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

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

Após ter aceitado os novos meios de comunicação, surge a terceira fase que corresponde a aceleração com que se dão as transformações sociais e tecnológicas. Para tanto, a igreja percebe a necessidade de “acertar o passo” e se adaptar às novas



exigências do mundo contemporâneo. Esta fase, provocou uma brusca mudança de rota em relação a postura da Igreja com a comunicação, pois ela admite que os modernos meios de comunicação tem condições de expandir a mensagem do Evangelho (MELO, 2005, P. 25-26).

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

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

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

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

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

A Comunicação nos Documentos da Igreja

Nos seus documentos a Igreja Católica vem ratificando a importância dos meios de comunicação para a evangelização e a transmissão dos valores cristãos. Para tal



afirmação, a Igreja aprovou em 04 de dezembro de 1963, o primeiro documento oficial que trata sobre a comunicação, intitulado *Inter Mirifica*. O documento é resultado do Concílio Vaticano II e apresenta a necessidade e o direito da Igreja em utilizar os diferentes meios de comunicação social (PUNTEL, 2008, P. 122).

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

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

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

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

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



De acordo com Puntel, outro fator importante que o documento *Inter Mirifica* proporcionou foi a criação do Dia Mundial das Comunicações que serve como instrumento para orientar os fiéis e toda a população por meio de reflexão, as práticas pastorais em relação a comunicação (PUNTEL, 2008, P. 127).

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

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

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

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

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



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

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

Relação Igreja - Internet

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

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

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



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

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

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

Dessa forma, tudo nos leva a acreditar que os meios de comunicação digital são para a Igreja importantes ferramentas para a evangelização dos jovens. Como também, afirma o documento da CNBB que é preciso valorizar e utilizar os “meios de comunicação social de forma ética, tendo em vista sua contribuição na evangelização da juventude” (CNBB 2007, p 118).

O Site Jovens Conectados como Ferramenta de Evangelização da Juventude

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

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



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

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

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

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

Os diferentes sites e portais disponíveis para acesso na rede pela instituição tem revelado esta capacidade de abertura da Igreja em colocar-se no processo de aprendizagem, pois a Igreja “que foi mestre e detentora do código escrito, tem muito mais para aprender do que para ensinar nesta nova interface digital” (PULGA, 2006, p. 101).



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

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

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

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

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

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



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

Ao relacionar a internet como uma grande janela para o mundo, Pulga revela que a Igreja deve olhar a internet como uma grande oportunidade para “marcar posição, entrar para incutir seus valores, reascender suas crenças e intensificar sua presença nos lares cristãos” (PULGA, 2006, p. 106).

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

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

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

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

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



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

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

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

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

A Igreja ao buscar uma verdadeira evangelização da juventude reconhece que os jovens são protagonistas e sujeitos na ação evangelizadora de outros jovens. Com isso, a Igreja se propõe a realizar este anúncio querigmático que é apresentar a pessoa de Jesus e o seu projeto para a juventude, como também ser “portadora do amor de Deus” para os jovens. Contudo, o documento ressalta que para evangelizar o jovem é preciso antes conhecê-lo. “Não se pode amar nem evangelizar a quem não se conhece” (CNBB, 2007, p. 15).



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

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

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

Uma das pistas de ações relatadas pelo documento para melhor fortalecer as estruturas que acompanham no processo formativo na fé dos jovens é “investir na comunicação através da Internet, como meio eficaz e barato de passar informações e conteúdos e de fortalecer as estruturas de acompanhamento” (CNBB, 2007, p. 102). Um desafio apontado pelo documento é o impacto que os meios de comunicação causam à vida da juventude ao dizer que:

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



Esta afirmação revela mais uma vez a importância da utilização do ciberespaço como meio propício para a evangelização da juventude. Dessa forma, vale destacar que para a Igreja as novas mídias podem contribuir para que os jovens possam assumir sua missão de evangelizar. O pontífice Bento XVI ao lançar seu olhar sobre os novos tempos expressa: “A vós, jovens, que vos encontrais quase espontaneamente em sintonia com estes novos meios de comunicação, compete de modo particular a tarefa da evangelização deste ‘continente digital’” (BENTO XVI, 2015).

Site Jovens Conectados

Jovens Conectados é o site oficial da Comissão Episcopal Pastoral⁴ para a Juventude, da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil. A ideia de criar o site Jovens Conectados se deu em março de 2010, quando a Comissão para a juventude pensou em instituir uma Equipe Jovem de Comunicação. Após uma pesquisa realizada no campo cibernético, a equipe pode identificar o que os jovens católicos internautas desejariam encontrar na página, para assim atingir o seu objetivo que é a evangelização da juventude.

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

De acordo com os Jovens Conectados, o principal objetivo do site “é servir como canal para que as várias expressões eclesiais que trabalham com a juventude se conheçam e se articulem, a fim de melhor evangelizar os jovens”. Ao cumprir o seu objetivo, o site é um ambiente propício para trocar experiências, partilhar ideias e divulgar notícias, mas as notícias precisam estar de acordo com os princípios doutrinários

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



da Igreja Católica e seja de interesse da juventude. O site também preza para que a expressão eclesial da diversidade juvenil presente no país seja respeitada e valorizada.

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

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

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

Este estudo que está em andamento, tem a intenção de analisar as notícias publicadas no site Jovens Conectados, para assim compreender como o Jovens Conectados contribui na evangelização da juventude. Por sua vez, esta pesquisa apresenta um referencial teórico que vem colaborar na compreensão da presença religiosa nas novas mídias e sua relação comunicacional com o jovem a partir das ferramentas disponíveis no meio digital.

Referências

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

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



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

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

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

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

MELO, José Marques de. **Comunicação eclesial: utopia e realidade**. São Paulo: Paulinas, 2005.

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

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

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

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

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

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

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