

PUCRS

ESCOLA DE HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS
MESTRADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

GABRIELA FERREIRA VIEIRA

ATIVISMO RELIGIOSO *ONLINE*: A PLURALIDADE E A TRANSPARÊNCIA DA FÉ DA
JUVENTUDE PORTO-ALEGRENSE CATÓLICA E EVANGÉLICA NA MÍDIA SOCIAL
INSTAGRAM

Porto Alegre
2022

PÓS-GRADUAÇÃO - *STRICTO SENSU*



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

ESCOLA DE HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS
MESTRADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

GABRIELA FERREIRA VIEIRA

**ATIVISMO RELIGIOSO *ONLINE*: A PLURALIDADE E A TRANSPARÊNCIA
DA FÉ DA JUVENTUDE PORTO-ALEGRENSE CATÓLICA E EVANGÉLICA NA
MÍDIA SOCIAL INSTAGRAM**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Ciências Sociais, na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Escola de Humanidades, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais.

Orientadora: Prof^ª. Dra. Fernanda Bittencourt Ribeiro

Porto Alegre
2022

Ficha Catalográfica

V658a Vieira, Gabriela Ferreira

Ativismo religioso online : a pluralidade e a transparência da fé da
juventude porto-alegrense católica e evangélica na mídia social
Instagram / Gabriela Ferreira Vieira. – 2022.

204 f.

Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Ciências
Sociais, PUCRS.

Orientadora: Profa. Dra. Fernanda Bittencourt Ribeiro.

1. Ativismo religioso online. 2. juventude. 3. Instagram. 4. Igreja Católica.
5. Igreja Evangélica. I. Ribeiro, Fernanda Bittencourt. II. Título.

GABRIELA FERREIRA VIEIRA

**ATIVISMO RELIGIOSO *ONLINE*: A PLURALIDADE E A TRANSPARÊNCIA
DA FÉ DA JUVENTUDE PORTO-ALEGRENSE CATÓLICA E EVANGÉLICA NA
MÍDIA SOCIAL INSTAGRAM**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Ciências Sociais, na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Escola de Humanidades, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais.

Defesa em: 30 de março de 2022 às 9 horas e 30 minutos

BANCA EXAMINADORA:

Prof^a. Dra. Fernanda Bittencourt Ribeiro

Prof^a. Dra. Laude Erandi Brandenburg

Prof^a. Dra. Maria Luisa Celia Escalona de Dios

Porto Alegre
2022

Dedico essa dissertação a Deus, por ter me proporcionado tanta força nos momentos difíceis e aos meus pais, que me apoiaram, incentivaram e fizeram o possível e o impossível para me proporcionarem a melhor educação.

AGRADECIMENTOS

O mestrado foi um sonho idealizado desde 2013, planejei por anos cada momento e quando conquistei tudo foi completamente intenso e atípico. Para a surpresa não só minha como de todas as pessoas do mundo surge uma pandemia, que gerou tanta tristeza e fez com que eu vivesse esse sonho praticamente 100% *online* e dentro da minha casa.

Abraços, o calor humano e as conversas em sala de aula e entre corredores fizeram falta, mas com criatividade, amor, tecnologia e paciência, tudo deu certo, graças ao corpo docente que foi desafiado e se superou, transmitindo conteúdos de forma única. Queridos(as) professores(as), obrigada por terem feito com que eu saísse da zona de conforto da minha área de origem, me “tirando” da caixa e apresentando de forma profunda e apaixonante as Ciências Sociais.

Ressalto a importância do professor e coordenador do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Rafael Machado Madeira, que com extrema atenção, paciência e cuidado, me deu um suporte incrível em todas as fases desse processo, assim como a secretária Rosane Andrade, que além de me acolher, sempre respondeu minhas inúmeras dúvidas. O meu reconhecimento a minha orientadora Fernanda Bittencourt Ribeiro, que me ajudou tanto na jornada de escrita com suas dicas fundamentais para chegar ao resultado aqui apresentado e por ter acreditado em minha pesquisa, mantendo meu equilíbrio com seu profissionalismo.

Responsável pelo financiamento deste estudo, a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal Nível Superior – Brasil (CAPES) merece um agradecimento especial, assim como o Professor Airton Luiz Jungblut, que antes e após sua partida foi extremamente inspirador em minha pesquisa, sendo meu primeiro orientador. Esta dissertação também não seria possível se não fosse o aceite de cada um(a) dos(as) entrevistados(as) e de todo o envolvimento e ajuda de tantas pessoas para que conseguisse alcançar o número determinado de participantes da análise, por isso, o meu agradecimento a cada um(a) que contribuiu nessa etapa.

Faço questão também de agradecer e valorizar as ideias e indicações da banca formada pelas professoras Laude Erandi Brandenburg e Maria Luisa Celia Escalona de Dios, que me fizeram repensar vários detalhes e contribuíram demais para o desfecho final deste estudo. Reconheço aqui a imensidão da importância dos(as)

educadores(as) em geral da minha trajetória, que me fizeram amar a educação e querer ser um pouquinho de cada um(a) deles(as), mas principalmente o professor Mauro Nunes, que marcou minha história no Ensino Médio e na formatura disse: “Nunca pare de estudar!” e os(as) especiais da graduação: Camila Morales, Rodrigo Rodembusch, Mariceia Benetti, Ana Isaia Barretto e Marcelo de Barros Tavares, por cada conselho, bate-papo e por me apoiarem tanto durante o processo seletivo do mestrado.

Sou grata a todos(as) amigos(as) que fiz no mestrado, em especial a colega Jéssica Perla, que vivenciou comigo do início ao fim, sem largar a minha mão nas horas alegres e difíceis, assim como meus/minhas colegas de trabalho, alunos(as) e amizades como um todo, que entenderam minhas ausências, me apoiaram e torceram tanto por essa conquista. O meu agradecimento especial as minhas madrinhas, os meus padrinhos, as minhas avós, o meu avô, demais familiares meus e das minhas amizades e amigos(as) da família que torcem tanto pelo meu sucesso educacional. Agradeço também por dois influenciadores essenciais na minha vida profissional e pessoal, a minha professora e amiga Juliana Fontoura que me ensina a língua inglesa e ao *coach* Francisco Penteadó Neto que me acompanhou em uma fase difícil e me fez reconhecer aspectos internos e externos.

Por fim e evidentemente não menos importante ressalto a minha gratidão eterna a Deus, por despejar luz em minha vida e acalentar meu coração e aos meus pais, que são pessoas incríveis que me ajudaram e acompanharam do início ao fim as etapas do mestrado, apoiaram minhas ideias, deram força quando precisei, colo quando chorei, tiveram paciência quando me estressei, me abraçaram quando comemorei e acreditaram no meu potencial e em meus sonhos. Pai e mãe, amo vocês, obrigada por terem feito tudo pela minha felicidade!

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance Code 001

RESUMO

Quebrando barreiras e conquistando a religião, entre outros tantos setores, a transformação digital impacta e continua gerando transformações constantes. Com demonstrações de suas vantagens, a *internet* e as redes e mídias sociais cada vez mais informam, tem acessos numerosos e conquistam pessoas. Entre estes(as) usuários(as), estão os(as) jovens católicos(as) e evangélicos(as), que unem tecnologia com religião e disseminam suas crenças de formas criativas, inspiradoras, diferentes e transparentes. O objetivo central desta dissertação é analisar como a transformação digital gerou efeitos comportamentais de alto ativismo religioso, a partir das diversas exposições de fé nos perfis do Instagram dos(as) participantes jovens porto-alegrenses católicos(as) e evangélicos(as) que compõem os movimentos CLJ – Curso de Liderança Juvenil, Sociedade dos Guelfos, Força Jovem Universal Gaúcha e Jovens Encontros de Fé. Para alcançar este propósito a metodologia utilizada tem natureza qualitativa, delineamentos sendo a pesquisa bibliográfica e exploratória, além de instrumentos como fotografias, matérias de jornais e revistas *online*, redes sociais, relatório do IBGE, entre outros. A amostragem foi não-probabilística e direcionada, de tipicidade ou intencional e a técnica e instrumento de coleta de dados conduzida foi a entrevista individual, com técnica estruturada junto a etnografia digital. A análise foi feita com 8 (oito) jovens, metade católicos(as) e os(as) demais evangélicos(as), sendo 2 (dois) por grupo estudado (uma jovem mulher e um jovem homem), na faixa etária de 19 (dezenove) a 28 (vinte e oito) anos, consumidores(as) de conteúdos religiosos virtualmente e com contas ativas no Instagram. Além de entrevistados(as), tiveram suas publicações de fé dos seus perfis escolhidos do Instagram tanto de *feed* quanto de *stories* analisadas por 15 (quinze) dias corridos próximos a data de entrevista e também das publicações religiosas feitas anteriormente na mesma plataforma que estejam localizadas nos destaques, no *feed* e demais formatos do Instagram (*reels*, IGTV). Os temas abordados são: pluralidade virtual, cibercultura, consumidor(a) contemporâneo(a), mídias e redes sociais, exposição via Instagram, religiosidade brasileira, catolicismo, evangelicalismo, fé entre os meios de comunicação, conceptualização da juventude, gerações Y e Z, jovens cristãos/cristãs e movimentos juvenis católicos e evangélicos. O desfecho confirma o ativismo religioso *online* no Instagram presente entre a juventude de ambas religiões e o

quanto há um pluralismo nas maneiras de expressões de fé originadas do fenômeno tecnológico frenético.

Palavras-chave: Ativismo religioso *online*; juventude; Instagram; Igreja Católica; Igreja Evangélica.

ABSTRACT

Breaking barriers and conquering religion, among many other sectors, digital transformation impacts and continues to generate constant transformations. With examples of its advantages, the internet and networks and social media increasingly inform, have widespread access and influence people. Among these users, are young Catholics and Evangelicals, who integrate technology with religion and spread their beliefs in creative, inspiring, different and transparent ways. The main objective of this dissertation is to analyze how the digital transformation resulted in behavioral effects of high religious activism, from the various displays of faith in the Instagram profiles of the young Catholic and Evangelical Porto Alegre participants who take part in the movements CLJ – Youth Leadership Course, Guelfos Society, Universal Youth Force Gaúcha and Young Encounters of Faith. To achieve this purpose the methodology used has a qualitative nature, outlines being bibliographic and exploratory research, as well as other sources such as photographs, articles from online newspapers and magazines, social networks, IBGE reports, among others. The sampling was non-probabilistic and directed, typical or intentional and the technique and instrument of data collection conducted was the individual interview, with a structured technique in conjunction with digital ethnography. The analysis was carried out with 8 (eight) youngs, half of them Catholics and the other Evangelicals, 2 (two) per group studied (one young female and one young male), aged 19 (nineteen) to 28 (twenty-eight) years old, active Instagram users and consumers of religious content on the internet. As well as being interviewed, they were also analyzed for their faith publications from their chosen Instagram profiles both feeds and stories for 15 (fifteen) calendar days prior to the interview date and also from previous religious publications posted on the same platform that are located in the highlights, feed and other Instagram formats (reels, IGTV). Topics covered include: virtual plurality, cyberculture, contemporary consumer, medias and social networks, exposure via Instagram, Brazilian religiosity, Catholicism, Evangelicalism, faith coverage in the media, the conceptualization of youth, generations Y and Z, Christian youth and Catholic and Evangelical youth movements. The outcome confirms the online religious activism on Instagram present among the youth of both religions and how much there is pluralism in the ways of expressions of faith originating from the frenetic technological phenomenon.

Keywords: Religious activism online; youth; Instagram; Catholic Church; Evangelical Church.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Integrantes do CLJ em 2019 cantando nas ruas do bairro Cidade Baixa em direção à Paróquia Sagrada Família para o Festival de Música Católica, conhecido como Ruah.....	76
Figura 2 – Guerreiros da Sociedade dos Guelfos usando suas capas.....	82
Figura 3 – Encontro Jovem #FJU, chamado “A preparação!” em fevereiro de 2020.....	87
Figura 4 – Participantes do <i>Inside +</i> em momento de louvor.....	91
Figura 5 – Descrição de publicação religiosa do Arthur.....	106
Figura 6 – <i>Story</i> religioso publicado por Camila.....	118
Figura 7 – Exposição de Fé de Júlia via <i>story</i> com ponto de meditação de São Josemaria Escrivá.....	128
Figura 8 – Montagem estilo meme religioso compartilhada por Leonardo.....	136
Figura 9 – Religiosidade de Ana expressa em um compartilhamento nos <i>stories</i>	143
Figura 10 – Publicação do <i>feed</i> de Marcelo, onde unifica paisagem com versículo bíblico.....	145
Figura 11 – <i>Lettering</i> religioso desenvolvido por Luana.....	150
Figura 12 – Compartilhamento de <i>story</i> conectado à religião e salvo no destaque de Miguel.....	159

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal Nível Superior – Brasil

CLJ – Curso de Liderança Juvenil

CRM - *Costumer Relationship Management*

FJU – Força Jovem Universal

IEB - Igreja Evangélica Brasileira

JAC - Juventude Agrária Católica

JEC - Juventude Estudantil Católica

JIC - Juventude Independente Católica

JMJ – Jornada Mundial da Juventude

JOC - Juventude Operária Católica

JUC - Juventude Universitária Católica

PSP - Pequeno Secretariado Paroquial

RSO - Redes Sociais *Online*

SECOM – Secretaria Especial de Comunicação Social

TBT - *Throwback Thursday*

VICA POA – Vicariato de Porto Alegre

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	17
2 PLURALIDADE VIRTUAL: UMA CIVILIZAÇÃO QUE VIVE A EXPOSIÇÃO, POSICIONA-SE E ESTÁ MERGULHADA NA INFORMAÇÃO.....	28
2.1 CIBERCULTURA: RESSIGNIFICANDO COMPORTAMENTOS NO AMBIENTE DIGITAL.....	31
2.2 O(A) CONSUMIDOR(A) CONTEMPORÂNEO(A): FRUTO DA CONVERGÊNCIA ENTRE A GLOBALIZAÇÃO E A TECNOLOGIA.....	34
2.3 NOVOS ESPAÇOS DE CONEXÃO <i>ONLINE</i> : CONCEPTUALIZAÇÃO DAS MÍDIAS E REDES SOCIAIS.....	37
2.3.1 Instagram: uma vitrine de exposição.....	40
3 DE EXEMPLO À MOVIMENTO: ENTENDENDO O MOVIMENTO CULTURAL BRASILEIRO RELIGIOSO.....	44
3.1 IGREJA CATÓLICA: A NÚMERO UM ENTRE OS(AS) FIÉIS BRASILEIROS(AS).....	48
3.2 IGREJA EVANGÉLICA: COM AUMENTO CRESCENTE, MAS EM SEGUNDO LUGAR DE ADEPTOS(AS) BRASILEIROS(AS).....	51
3.3 A POTÊNCIA DA PRESENÇA RELIGIOSA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO.....	55
4 O TERMO JUVENTUDE E SEUS REFLEXOS.....	60
4.1 PRAZER, GERAÇÃO Y, TAMBÉM CONHECIDA COMO <i>MILLENIALS</i>	63
4.2 GERAÇÃO Z: DESPERTADA EM MEIO AOS AVANÇOS DA TECNOLOGIA E A <i>INTERNET</i>	67
4.3 JOVENS CRISTÃOS/CRISTÃS: DISSEMINANDO ATIVISMO E FÉ NAS SUAS RELAÇÕES MÍDIÁTICAS.....	70
4.3.1 CLJ – Curso de Liderança Juvenil: a transformação do retiro de crismandos(as) para um grande movimento de evangelização de jovens.....	75
4.3.2 Sociedade dos Guelfos: uma mistura de fé com tempos medievais.....	80
4.3.3 Força Jovem Universal Gaúcha: um processo de salvação através da aproximação de Cristo.....	84
4.3.4 Jovens Encontros de Fé: um <i>show</i> de louvor.....	90
5 DIÁRIO DE CAMPO: UM COMPILADO DA BUSCA DE PARTICIPANTES E UM OLHAR OBSERVATIVO SOBRE AS ENTREVISTAS E PUBLICAÇÕES RELIGIOSAS DOS(AS) JOVENS FIÉIS.....	94
5.1 VOCÊ CONSEGUE ME AJUDAR? A JORNADA E APRENDIZADOS PARA ENCONTRAR INTERLOCUTORES(AS).....	94
5.2 A AMPLITUDE TECNOLÓGICA DA FÉ DOS(AS) JUVENIS CATÓLICOS(AS).....	99
5.2.1 Arthur: o primeiro aceite!.....	99
<u>5.2.1.1 Entrevista com o Arthur.....</u>	<u>99</u>
<u>5.2.1.2 Observando a presença da religião no perfil do Instagram do Arthur.....</u>	<u>105</u>
5.2.2 Camila: de tímida à falante.....	107
<u>5.2.2.1 Conversa com a Camila.....</u>	<u>107</u>
<u>5.2.2.2 A ligação da fé da Camila com o Instagram pessoal.....</u>	<u>116</u>

5.2.3 Júlia: o amor por Cristo em cada fala e expressão.....	118
5.2.3.1 Perguntando e escutando Júlia.....	119
5.2.3.2 Instagram da Júlia: onde todas as publicações acabam sendo de cunho religioso.....	127
5.2.4 Leonardo: um guerreiro fazendo apostolado por sua fé.....	130
5.2.4.1 Diálogo com o Leonardo.....	130
5.2.4.2 A evangelização via Instagram do Leonardo.....	135
5.3 A MANIFESTAÇÃO <i>ONLINE</i> DA CRENÇA DOS(AS) JOVENS EVANGÉLICOS(AS).....	137
5.3.1 Ana e Marcelo: o amor, a comunicação e a religião conectados.....	137
5.3.1.1 Prosa com o casal Ana e Marcelo.....	137
5.3.1.2 Análise da fé presente no Instagram da Ana.....	142
5.3.1.3 A religiosidade no perfil pessoal do Instagram do Marcelo.....	144
5.3.2 Luana: a arte gráfica como expressão de fé.....	145
5.3.2.1 Áudios e escritas do WhatsApp da Luana.....	146
5.3.2.2 Crença na prática profissional da Luana.....	149
5.3.3 Miguel: o jovem repleto de testemunho.....	152
5.3.3.1 Colóquio matutino com o Miguel.....	152
5.3.3.2 Reflexão de fé no Instagram do Miguel.....	157
6 CONCLUSÃO.....	160
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	170
APÊNDICES.....	182
APÊNDICE A - Quadro de dados com panorama geral dos(as) entrevistados(as).....	182
APÊNDICE B - Listagem de perguntas da entrevista estruturada.....	182
APÊNDICE C - Termo de autorização de análise de publicações de perfil pessoal/profissional do Instagram.....	190
ANEXOS.....	191
ANEXO A – Descrição religiosa publicada por Camila.....	191
ANEXO B – <i>Story</i> religioso salvo nos destaques de Camila.....	191
ANEXO C – Prática religiosa registrada em foto e presente nos destaques de Camila.....	192
ANEXO D – Imagem presente entre os <i>stories</i> do destaque “casa” de Camila.....	192
ANEXO E – Fotografia da Júlia de um momento cotidiano unindo cozinha e fé.....	193
ANEXO F – Expressão de fé de Júlia na participação de corrente <i>online</i> nos <i>stories</i>	193
ANEXO G – Ponto de meditação 188 destacado em marca texto colorido por Júlia no seu livro chamado “Sulco”.....	194
ANEXO H – <i>Story</i> de Júlia em que se visualiza um caderno onde na borda consta uma frase de Santo Agostinho.....	194
ANEXO I – Meme religioso compartilhado por Leonardo.....	195
ANEXO J – Diversidade religiosa expressa em humor e salva entre os <i>stories</i> de Leonardo.....	195
ANEXO K – Exposição de fé religiosa de Leonardo via <i>story</i> de meme religioso...	196
ANEXO L – A fé misturada com humor através de meme nos destaques de Leonardo.....	196

ANEXO M – Reflexão bíblica apresentada em <i>story</i> de Ana.....	197
ANEXO N – Fotografia publicada por Ana onde expõe parte da vestimenta junto à frase que expressa sua crença.....	197
ANEXO O – Exibição da fé de Ana através do compartilhamento de publicação de outro perfil abordando a vida cristã.....	198
ANEXO P – Colorida e com diversidade de elementos, Ana demonstra sua religiosidade com uma frase de Jesus através da publicação de outro Instagram.....	198
ANEXO Q – Vinculação de Deus com paisagem evidenciada através de publicação no <i>feed</i> do Instagram de Marcelo.....	199
ANEXO R – Divulgação de Marcelo do Programa Frequência Jovem na Rádio Capital, organizado pela Força Jovem Universal,.....	199
ANEXO S – Indicação de livro por Luana via <i>story</i> que une arte e vida cristã.....	200
ANEXO T – <i>Lettering</i> e ilustração religiosa desenvolvida por Luana e salva nos destaques de seu perfil profissional.....	200
ANEXO U – Publicação do <i>feed</i> profissional de Luana em que unifica <i>lettering</i> , ilustração e dobradura de papel.....	201
ANEXO V – Criação de alfabeto floral por Luana associado à trecho bíblico.....	201
ANEXO W – Evidência de crença do Miguel a partir do compartilhamento de publicação de outro perfil do Instagram.....	202
ANEXO X – Percepções compartilhadas por Miguel de Jesus Bíblico e Moderno a partir de uma conta de Instagram que segue.....	202
ANEXO Y – Divulgação de evento do Jovens Encontros de Fé via <i>story</i> no Instagram de Miguel.....	203
ANEXO Z – Escrita, imagem e <i>hashtag</i> em um mesmo <i>story</i> de Miguel que contém versículo bíblico, tudo com o objetivo de demonstrar o respeito à palavra de Cristo.....	203

1 INTRODUÇÃO

A popularização das religiões nas redes sociais se iniciou a partir da transformação digital que chocou, sensibilizou e gerou uma sensação de pertencimento e coragem nos indivíduos que agora expõem suas religiões no ambiente digital, sem inibição, mas com muito orgulho do que creem. Além das pessoas, as próprias instituições religiosas não tinham grande espaço na mídia em geral, havia canais específicos para determinadas religiões e outras não tinham um ao menos que pudessem se divulgar. Com a introdução das redes sociais, todas as religiões viram a oportunidade de apresentarem aquilo em que acreditam, posicionamentos, informações gerais, eventos, formatos de expressões de fé diversos e também se aproximar dos(as) fiéis, quebrar estereótipos, divulgar conteúdos e vivências e diferentes maneiras de inspirar outras pessoas a crerem e terem a mesma fé que elas, além de gerar um reconhecimento e respeito pela crença, dentre outros tantos aspectos.

A disseminação de ambientes digitais e a facilidade das pessoas em lidarem com eles, quando postam expondo desejos, vivências, informações, etc. vem transformando automaticamente a maneira da sociedade se comunicar. Em função dessas mudanças, a população tem maior coragem de expressar seus sentimentos, crenças, opiniões e pensamentos, o que acaba ocasionando conflitos e também admirações na visão de outros. Sendo assim, o tema desta dissertação tem relação total com a pesquisadora, pois a mesma é católica há anos e percebeu que tanto ela quanto outras tantas pessoas da mesma faixa etária, estão utilizando as redes sociais, em especial o Instagram, para exporem suas religiões sem constrangimento de evidenciar o que creem. Com essa visão, acabou observando que foi impactada pela transformação digital, que hoje se sente mais livre para manifestar sua fé e que também já impactou outras pessoas através de suas publicações de conteúdo religioso cristão católico, seja a participarem de determinado evento/curso ou a buscarem saber mais sobre a religião que segue. Ao mesmo tempo, é perceptível para a pesquisadora, a diferença entre as publicações de pessoas da sua religião e da religião evangélica.

Hoje há páginas no Facebook, contas no Instagram de grupos e de instituições religiosas e além desses formatos, atualmente, todos(as) são vistos(as) como influenciadores(as) digitais, pois a partir da fala, através de um vídeo, da escrita em

uma publicação ou até mesmo de uma imagem, se pode buscar influenciar o pensamento de alguma pessoa que acompanha ou segue aquele perfil. Nas redes sociais são cada vez mais constantes publicações de pessoas expondo suas religiões e até trazendo curiosidades e informações relevantes que geram aprendizados aos(as) leitores(as). O ambiente digital agora é visto como um espaço social ao qual se deve respeito, uma conquista para o universo religioso e uma forma mais próxima de se relacionar com os(as) fiéis, além de conquistar outros(as), porém, existem sim momentos de conflito e completa falta de respeito ao próximo. Estes momentos de divergências de opiniões e ideias entre as religiões e fiéis e não fiéis tomam um maior alcance em situações específicas frente a assuntos polêmicos ou tabus em nossa sociedade atual, destacando: abusos, aborto, gênero, sexualidade, preconceito e política.

O formato de compartilhamento e vivência de fé se modernizou, as instituições buscaram alternativas para essa proximidade com a juventude que está cada vez mais exigente. A partir da vivência religiosa e da constatação de alterações comportamentais da juventude cristã nos espaços religiosos digitais e presenciais, a pesquisadora dessa dissertação destaca a música como uma ferramenta que está sendo muito utilizada pelas instituições religiosas para a atração de jovens, tanto que em alguns destes lugares a presença deles(as) é maior em dias que a organização, seja do culto ou da missa, é feita pela juventude, fora os assuntos abordados que são vinculados a Bíblia, mas trazem atualizações das perspectivas e uma linguagem informal e explicativa.

No século XXI, considerando os avanços tecnológicos, as pautas abordadas na sociedade e onde o acesso à informação é persistente, atingindo mais pessoas da sociedade, a pesquisadora observa que houve também retrocessos e indicações explícitas de que o conservadorismo ainda é existente e que nem todos(as) possuem as mesmas perspectivas bíblicas, não só entre os(as) adultos(as), como entre os(as) jovens. Nem toda a juventude cristã pensa igual referente às formas de comportamento e vestimenta no decorrer dos momentos que fazem parte da instituição religiosa, por exemplo, nem todos(as) se reconhecem em uma Igreja animada com som alto, efeitos de luz e músicas coreografadas, há os(as) que preferem cantos com arranjos mais calmos, sem muita animação, seguindo o ritual mais tradicional das missas e cultos. Assim como existe o jovem que gosta de ir até a missa ou culto com roupas informais como um tênis, regata e bermuda há também

a jovem clássica que prefere usar vestimentas com modéstia, como saias, vestidos abaixo do joelho, blusas não decotadas e véu sobre a cabeça. Ou seja, existe hoje uma juventude com opiniões e atitudes diferentes dentro de uma mesma Igreja e de um mesmo movimento, pois há um lado mais liberal que busca se modernizar e outro lado mais tradicional, que busca retomar e manter as origens antigas das instituições.

O ativismo religioso é o tema conduzido nesta pesquisa, sendo que sua delimitação considera esse ativismo, a partir da transformação digital que diariamente é vivenciada pela sociedade e também é impactada pela mesma, principalmente pelos(as) jovens que se desenvolveram junto com essas atualizações. O foco foi compreender as diversas expressões de fé dos(as) participantes dos movimentos jovens católicos e evangélicos da cidade de Porto Alegre na mídia social Instagram. Para tanto, a juventude católica estudada foi a do CLJ – Curso de Liderança Juvenil e da Sociedade dos Guelfos e a juventude evangélica analisada correspondem à Força Jovem Universal Gaúcha e o Jovens Encontros de Fé. A abordagem aqui proposta visou apresentar as diferenças na forma de exposição de jovens atuantes em grupos e instituições religiosas católicas e evangélicas, referente às suas crenças em seus perfis individuais do Instagram.

Entre tantos movimentos cristãos existentes na cidade de Porto Alegre pertencentes às religiões católica e evangélica, os católicos escolhidos têm pontos adversos e semelhantes e uma destas semelhanças é o “mistério dos retiros”, que repercute em curiosidade e gera interesse de muitos(as) para entender e conhecer os objetivos. Além disso, são dois grupos bastante reconhecidos na capital gaúcha e que muitas vezes possuem jovens que vivenciaram ambas as experiências católicas. O CLJ que trabalha muito com questões de liderança e perseverança tem uma longa trajetória e a sua forma de evangelização promove um engajamento duradouro além da idade prevista. É difícil algum(a) católico(a) não conhecer pelo menos uma pessoa que participou do CLJ. Já a Sociedade dos Guelfos, que expõe sua fé a partir de variados santos e com posicionamentos mais tradicionais, não é tão antiga na cidade, mas vem alcançando um espaço significativo e despertando olhares quando apresenta uma temática medieval, atraindo atenção desde o nome do retiro até as suas vestimentas.

Sem mistérios, muita ação social e participação ativa da comunidade jovem, os grupos evangélicos estudados contam com dinâmicas diversas de vivência de culto,

estilos variados entre os(as) fiéis, mas seguindo a mesma religião. Sendo assim, ambos os grupos evangelizam e trazem temáticas com o intuito de direcionar os(as) jovens para que sigam um caminho do bem, alcançando não só sucesso espiritual e pessoal, como também o profissional. No movimento Jovens Encontros de Fé se vivencia um *show* para Cristo, onde a música e efeitos especiais através de luzes é muito persistente, além de eventos pós-culto para unir a comunidade e buscar que se sintam bem de fazer parte daquele lugar, vivendo em um espaço mais liberal e descontraído, onde seu líder também é jovem. A Força Jovem Universal Gaúcha tem como principal objetivo e foco a ajuda ao próximo e o combate às drogas, através de ações sociais, capacitações e eventos de entretenimento, focando nos(as) jovens para que busquem uma vida sem entorpecentes e tendo visão em um futuro próspero e do bem.

Seguindo essa mesma linha de raciocínio, se observa que um público que foi impactado por essa metamorfose que envolve religião, *internet* e posicionamentos e conseqüentemente vem crescendo é o da juventude católica e evangélica. Entre o desligamento de muitos(as) jovens religiosos(as) neste processo que tem pontos conservadores e liberais, a evolução cibernética acabou fornecendo novas ferramentas para a reaproximação das Igrejas com a juventude, utilizando sua linguagem, tentando entender suas necessidades e levando em consideração o contexto do mundo atual junto às antigas tradições.

Estas mudanças também ocorreram em Porto Alegre nos movimentos jovens católicos e evangélicos que são inúmeros e presentes no Instagram, onde enquanto há adolescentes que se encontraram em grupos mais conservadores, outros(as) afirmam o que é fé e ser amado(a) por Deus em espaços mais liberais. Deste modo, o questionamento da pesquisa acabou sendo: de que forma a transformação digital proporcionou uma pluralidade de culturas de comportamento ativas e transparentes de fé nas contas de Instagram pessoais/profissionais da juventude porto-alegrense católica e evangélica que representa os movimentos CLJ – Curso de Liderança Juvenil, Sociedade dos Guelfos, Força Jovem Universal Gaúcha e Jovens Encontros de Fé?

Com carismas¹ diversos, singularidades explícitas, estratégias e posicionamentos diferentes no Instagram, mas com o mesmo propósito de *viver para*

¹ Segundo Griese (s.d.), “Um carisma é, portanto, uma graça especial que o Espírito Santo deixa para o bem da Igreja. Não existe uma classificação de carismas. Sendo assim existem muitos tipos”.

*Cristo*², esta pesquisa trabalhou com 4 (quatro) grupos cristãos da cidade de Porto Alegre, sendo 2 (dois) seguidores da Igreja Católica e outros dois (2) seguidores da Igreja Evangélica. Ambas as religiões são destaques quando se fala em sociedade brasileira e no Rio Grande do Sul unificam uma enormidade de fiéis. Segundo o Censo Demográfico de 2010 do IBGE, há 1.959.088 gaúchos(as) evangélicos(as) e 7.408.440 católicos(as) gaúchos(as). Os motivos que levaram à escolha destas 2 (duas) vertentes cristãs, onde observamos tanto um lado conservador quanto outro liberal, foram que ambas estão presentes fortemente com inúmeros(as) seguidores(as) nas redes sociais, utilizando uma diversidade de estratégias para se destacar entre os(as) jovens, presencialmente ou na mídia. Além disso, é interessante observar as semelhanças e diferenças existentes entre o público religioso jovem – católicos(as) e evangélicos(as) tanto liberais como conservadores(as) - em Porto Alegre.

Quanto ao Instagram, foi importante analisar nele os(as) juvenis católicos(as) e evangélicos(as) de Porto Alegre integrantes dos movimentos estudados, pois esta rede social vem alcançando cada vez mais pessoas, entre elas a juventude que acaba se comunicando muito através dela e se apresentando, se posicionando e escondendo as questões que não acham tão atrativas ou interessantes. O Instagram oferece uma grande variedade de formas de divulgação, como no *feed* (vídeos, fotos e imagens fixas no perfil), *stories* (com duração de até 24 horas, quando não salvos nos destaques do perfil, sendo vídeos, fotos, imagens e *boomerangs* – vídeos que repetem o movimento feito – que contam com efeitos, músicas, *gifs*, enquetes, perguntas, testes e contagem regressiva), *reels* (vídeos com dublagens, danças e textos em tempos determinados), *lives* (vídeos ao vivo que podem adicionar mais de uma pessoa e outras assistirem simultaneamente), anúncios (formato vídeo ou imagem que podem alcançar mais pessoas através de um investimento pago), IGTV (possibilidade de adicionar vídeos com uma duração maior de tempo), contas comerciais que dão a oportunidade de adicionar botões de direcionamento para contato direto e verificar os resultados numéricos como alcance e engajamento,

Disponível em: <<http://www.novaalianca.com.br/index.php/carisma/371-o-que-e-o-carisma>>. Acesso em: 31 maio 2022.

² De acordo com o Pastor Antonio Junior (s.d.), “Para viver para Cristo, é preciso morrer. Morrer para o pecado, morrer para tudo o que nos atrapalha a caminhar com o Senhor, e só assim nasceremos para Ele. À partir disso, Cristo passa a ser a nossa vida e o nosso ‘eu’ deixa de existir [...]”. Disponível em: <<https://www.pastorantoniojunior.com.br/mensagens-evangelicas/viver-para-cristo>>. Acesso em: 13 dez. 2021.

entre outras tantas possibilidades existentes nesta mídia e que fazem parte da lista de preferência de muitos(as).

Esse estudo teve como objetivo geral analisar como a transformação digital gerou efeitos comportamentais de alto ativismo religioso, a partir das diversas exposições de fé nos perfis do Instagram dos(as) participantes jovens porto-alegrenses católicos(as) e evangélicos(as) que compõem os movimentos CLJ – Curso de Liderança Juvenil, Sociedade dos Guelfos, Força Jovem Universal Gaúcha e Jovens Encontros de Fé. Já os objetivos específicos da análise foram: verificar quais são os impactos que os movimentos católicos e evangélicos estudados visam alcançar no Instagram consequentes das publicações religiosas dos(as) seus/suas jovens fiéis; Averiguar a percepção dos(as) jovens católicos(as) e evangélicos(as) de Porto Alegre dos grupos analisados, quanto a repercussão da transformação digital nas suas religiões; Investigar o que motiva a juventude católica e evangélica porto-alegrense pertencente a estes grupos a disseminar suas fés através de contas do Instagram; Identificar como são as exposições de fé através de publicações no Instagram dos(as) participantes jovens católicos(as) e evangélicos(as) da cidade de Porto Alegre que frequentam os movimentos abordados nesta pesquisa; Compreender as semelhanças e diversidades dos posicionamentos existentes entre as juventudes dos referidos grupos das religiões católica e evangélica através das publicações pessoais/profissionais na mídia social Instagram; e observar o papel individual de cada um(a) destes(as) jovens católicos(as) e evangélicos(as) da capital do Rio Grande do Sul, participantes dos grupos escolhidos no Instagram.

Quanto a metodologia utilizada, a caracterização desta pesquisa foi de natureza qualitativa, conhecida também como não-probabilística, que segundo Goldenberg (2004) é um tipo de pesquisa em que a atenção do(a) investigador(a) não é com a representação numérica da coletividade pesquisada, mas com o aperfeiçoamento do conhecimento de um grupo da sociedade, de uma empresa, de uma instituição, de uma jornada etc. Sendo assim, o(a) investigador(a) não deve criar julgamentos nem possibilitar que seus preconceitos e crenças contagiem o estudo.

Para a autora Minayo (1994), a pesquisa qualitativa opera com um coletivo de valores, atitudes, aspirações, crenças, significados e motivos, o que condiz com um ambiente mais acentuado das ligações, dos procedimentos e dos casos que não podem ser restringidos à operação de variantes. Ou seja, a pesquisa qualitativa se

caracteriza por: ter como objetivo o fenômeno; Categorizar as atividades de detalhar, entender, informar e definir as vinculações entre o global e o local em estipulado fato; Observar as diversidades entre o campo social e o campo natural; Considerar a essência participativa entre os objetivos investigados pelos(as) pesquisadores(as), suas referências teóricas e suas informações empíricas; Procurar resultados mais seguros possíveis; Ser oposta a hipótese que preserva um padrão restrito de pesquisa para todas as ciências (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

Junto a esses detalhamentos, temos também os delineamentos da pesquisa, que foram a pesquisa bibliográfica³ e exploratória. De acordo com Gil (2008), a pesquisa bibliográfica é concebida através de conteúdo já estruturado, contendo primordialmente livros e artigos científicos. Apesar de na maioria das pesquisas ser imposto algum tipo de trabalho desta natureza, existem estudos produzidos unicamente com base em fontes bibliográficas. O substancial benefício da pesquisa bibliográfica está no ato de possibilitar ao/a pesquisador(a) a abrangência de fenômenos muito mais abundante do que aquela que seria possível investigar diretamente. Essa prerrogativa se torna essencialmente significativa quando o problema de pesquisa necessita informações muito disseminadas pelo espaço.

Referente à pesquisa exploratória, Selltiz *et al.* (1967) declaram que numerosas pesquisas exploratórias têm como foco a elaboração de um problema para estudo mais certo ou para o desenvolvimento de hipóteses. Todavia, uma investigação exploratória tem a possibilidade de ter outras funcionalidades: ampliar o entendimento do(a) pesquisador(a) no que concerne o fenômeno que tenciona pesquisar em análise futura, mais concebida, ou do contexto em que planeja efetuar tal análise; A explicação de princípios; A definição de preferências para próximos estudos; A aquisição de dados sobre possíveis execuções de pesquisas em casos da vida real; e identificação de um levantamento de problemas vistos como urgentes por indivíduos que atuam em específica área de relações sociais.

³ Os capítulos, subcapítulos e intertítulos teóricos e descritivos desta pesquisa se originam de artigos, dissertações, teses, livros, redes sociais (Instagram, Facebook, Twitter, YouTube e Spotify), matérias jornalísticas etc., que incorporam uma vasta variedade de palavras-chaves como: transformação tecnológica, cibercultura, midiatização, consumidor(a) contemporâneo(a), redes sociais, religião, webfé, Igreja Evangélica, Igreja Católica, juventude, jovens cristãos/cristãs, geração Y, geração Z, entre outras. O conteúdo, além de seguir essas diretrizes, pontua menções de uma diversidade de autores(as), como por exemplo, sociólogos(as), filósofos(as), cientistas políticos(as), historiadores(as), professores(as), psicólogos(as), comunicadores(as), administradores(as) e mestres(as) e doutores(as) em Teologia, Comunicação, Ciências Sociais e Antropologia Social.

A pesquisa também considerou materiais diversos, tais como fotografias, matérias de jornais e revistas *online*, redes sociais, relatório do IBGE etc., para caracterizar dados específicos e principalmente para a descrição dos grupos pesquisados. Já a amostragem da pesquisa foi não-probabilística e direcionada, de tipicidade ou intencional, que em conformidade com Gil (2002), é um tipo de amostra onde as pessoas são escolhidas embasadas em determinados atributos considerados como pertinentes pelos(as) investigadores(as) e participantes, apresenta-se mais compatível para o alcance de informações de natureza qualitativa; como a pesquisa-ação.

A técnica e instrumento de coleta de dados que se conduziu nesta dissertação foi a entrevista individual, com técnica estruturada, ou seja, perguntas fixas para direcionar o andamento da conversa. Para Marconi e Lakatos (2003, p. 195) a entrevista é:

Um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. É um procedimento utilizado na investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social.

Vinculado a essa questão, as autoras Marconi e Lakatos (2003) abordam que a entrevista é um formato de pesquisa essencial em uma diversidade de áreas das Ciências Sociais e demais áreas, como Antropologia, Sociologia, Política, Psicologia Social, Jornalismo, Serviço Social, Pesquisa de Mercado, Relações Públicas, etc. Outra técnica que acabou sendo utilizada para a coleta de dados desta pesquisa foi a etnografia digital e é importante lembrar que na área antropológica, como Miller e Slater (2004) pontuam, os pontos básicos que envolvem a etnografia são a observação participante e o tempo que se passa na comunidade ou no ambiente social que está sendo estudado. Estes pesquisadores também expõem que durante a aplicação da etnografia virtual:

Apesar da ausência de contato face a face, ela envolveu aquela triangulação de participação, observação, conversa, texto e, claro, relacionamentos que – sustentados ao longo do tempo – produziram inconsistências, por exemplo, entre discurso e comportamento, que se mostraram centrais para a análise final. (MILLER; SLATER, 2004, p. 44)

Representando a juventude de Porto Alegre católica e evangélica que está *online* no Instagram, a amostragem escolhida foi de um total de 8 (oito) jovens, sendo 4 (quatro) deles(as) vinculados(as) ao cristianismo católico e os(as) outros(as) 4 (quatro) ligados(as) ao cristianismo evangélico. Dentre estes(as) católicos(as), 2 (dois) são participantes do CLJ – Curso de Liderança Juvenil e 2 (dois) da Sociedade dos Guelfos. O grupo de evangélicos(as), foi composto pela Força Jovem Universal Gaúcha e o Jovens Encontros de Fé, tendo em cada um deles 2 (dois) juvenis atuantes. Cada minigrupo de 2 (duas) pessoas de cada um dos movimentos estudados, teve uma jovem mulher e um jovem homem.

As pessoas selecionadas precisavam corresponder à faixa etária de 15 (quinze) a 29 (vinte e nove) anos, serem moradoras de Porto Alegre (RS), consumidoras de conteúdos religiosos virtualmente e terem contas ativas no Instagram. Além de entrevistadas para a pesquisa através de uma plataforma que possibilitasse reuniões virtuais ou via WhatsApp e com suas permissões, tiveram suas publicações do perfil do Instagram tanto de *feed* quanto de *stories* analisadas por 15 (quinze) dias corridos próximos a data de entrevista. O diário de campo com a análise tem observações da entrevista feita com o(a) jovem e também das publicações religiosas feitas anteriormente pelo(a) participante no seu perfil pessoal/profissional do Instagram que estejam localizadas nos destaques (*stories* escolhidos pelo(a) administrador(a) para ficarem salvos no perfil sendo de fácil acesso para visualização de seguidores(as) e do público em geral quando a conta for aberta ao público), no *feed* e demais formatos do Instagram (*reels*, IGTV) e as feitas no período de 15 (quinze) dias, tanto no *feed* quanto nos *stories*, *reels* e IGTV, pois seguindo nessa linha de observação e raciocínio a prática etnográfica digital se aplicou observando detalhes, tipos de publicações, forma de linguagem, posicionamentos e todos os aspectos fundamentais quanto suas exposições de fé que se destacaram neste prazo e espaço. Sendo assim, essa amostragem foi por conveniência, já que o perfil dos indivíduos entrevistados e que tiveram seus *posts* analisados se definiu conforme conveniência da pesquisadora.

Essa problemática se relaciona com a linha de pesquisa Identidades e Sociabilidades do Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais, porque buscou compreender um novo fenômeno de multiplicidades comportamentais virtuais religiosas que vem ocorrendo na realidade social atual via redes e mídias sociais, que nada mais é que outro formato de relacionamento entre as pessoas e suas

religiões. Além disso, é um estudo que trabalhou com outros aspectos dessa linha de pesquisa, como a cultura, as religiões, as diferenças e as formas de interações entre as diferentes práticas religiosas, assim como grupos e indivíduos se comportam no cotidiano dessas práticas sociais.

Esta pesquisa é relevante, porque procurou compreender de forma completa as diversidades de comportamentos e as formas de expressões de fé individuais no Instagram da juventude porto-alegrense católica e evangélica participante dos grupos analisados, tanto interiormente na mesma religião quanto contraposto com a religião oposta. Esse ativismo religioso *online* faz parte de um fenômeno atual, que ainda é rodeado de dúvidas, está em constante crescimento e que vive em busca de cada vez mais espaço, liberdade, posicionamento, reconhecimento e respeito.

Outro ponto importante do assunto trabalhado nesta pesquisa é que quanto mais conhecimento dos temas, mais empatia haverá entre os públicos, independente das diferenças culturais, religiosas, dentre outras. Dessa forma, os(as) beneficiados(as), não são apenas os(as) pesquisadores(as) da área de Ciências Sociais, mas também pessoas religiosas, instituições de religiões diversas e a sociedade em geral.

Conectando um capítulo com outro, a revisão bibliográfica é constituída de 3 (três) capítulos compostos de subcapítulos e intertítulos que apresentam apontamentos importantes para fundamentar a pesquisa. O capítulo 2 (dois) aborda a pluralidade virtual, apresentando uma civilização que vive em meio à era tecnológica, onde o digital é real e constantemente presente em informações e atos. No primeiro subcapítulo, a cibercultura é singularizada e no segundo se expõe o reconhecimento, o medo, a vergonha e o poder individual do(a) consumidor(a) digital em meio à nova sociedade que vive no espaço cibernético. No terceiro subcapítulo se expressa sobre os novos espaços de conexão no mundo virtual e se conceitua mídia e redes sociais, já o intertítulo dele se cita o fenômeno Instagram.

O terceiro capítulo desta dissertação, expressa o pluralismo religioso brasileiro e seus próximos dois subcapítulos ampliam a compreensão básica da Igreja Católica e da Igreja Evangélica. O último subcapítulo do capítulo 3 (três) é referente à conexão da presença da religião na mídia.

Finalizando a revisão bibliográfica, o quarto capítulo se constitui da conceituação e vivência da juventude e nessa mesma linha, tem os subcapítulos especificando a geração Y e a geração Z e por fim, um subcapítulo que relata o(a)

jovem religioso(a) *online*, unificado a intertítulos particulares dos movimentos católicos e evangélicos estudados, onde se menciona desde as suas histórias, o impacto que causam nos(as) jovens até o número de seguidores(as) nas redes sociais que são atuantes. Após a revisão bibliográfica, há o quinto capítulo, que conta com o diário de campo escrito no decorrer da análise das entrevistas e publicações de caráter religioso dos(as) jovens participantes da pesquisa completo de observações, trechos destaques e descrições específicas que unificam elementos importantes para o estudo.

2 PLURALIDADE VIRTUAL: UMA CIVILIZAÇÃO QUE VIVE A EXPOSIÇÃO, POSICIONA-SE E ESTÁ MERGULHADA NA INFORMAÇÃO

Antes mesmo de introduzir detalhes sobre religiosidade e do público-alvo da pesquisa, é fundamental se compreender de uma forma geral a realidade da sociedade em que se vive nos dias atuais, carregada de diversidades, semelhanças e ainda impactada por uma realidade virtual que gerou e ainda ocasiona inúmeras mudanças nos comportamentos, formas de consumo, cultura, informações e em tudo que gira ao redor.

De acordo com Furtado (2012), estamos em uma nova era, que modificou indivíduos, ideologias, comunidades, plataformas, e gerou uma comunicação modificada e em ininterrupta mudança. Segundo Elias (1993, p. 270):

Nossos códigos de conduta estão tão cheios de contradições e de desproporções como as formas de vida social, como aliás, também, a estrutura de nossa sociedade. As restrições às quais o indivíduo está submetido hoje, e os modos correspondentes a elas, são em seu caráter, força e estrutura decisivamente determinados pelas forças específicas geradas pela estrutura de nossa sociedade, que acabamos de discutir: pelo seu poder e outros diferenciais, e as imensas tensões que criam.

Para Jamil e Neves (2000) as modificações radicais nas tecnologias, a partir do surgimento de inéditos dispositivos, materiais, qualificações e aperfeiçoamentos são fornecidos à humanidade moderna como componente incentivador de aprimoramentos nos seus modelos de vida. Em um momento secundário, estas modificações atuam como realizadoras de uma nova realidade, de impressionante proximidade e imediatismo, tornando-se pretexto para desempenho de atos, em qualquer nível. Furtado (2012, p. 127) assinala que:

Os avanços tecnológicos da última década configuram um novo mundo, em que o digital permeia a sociedade nas suas mais diversas formas. Neste novo cenário, mudam as pessoas e o seu dia a dia, mediado por novas tecnologias, novas ferramentas. Tal transformação tem reflexos na comunicação contemporânea e, conseqüentemente, na publicidade tradicional.

Benício e Paiva (2004) afirmam que inúmeros acontecimentos de relevância histórica, têm modificado o ambiente comunitário da humanidade no término dos dois mil anos da Era Cristã. Uma transformação da tecnologia compenetrada nas

tecnologias da informação está refundindo a estrutura concreta da comunidade em movimento frenético. Sendov (1994, p. 32) conta que é:

[...] evidente que estamos em uma nova fase do desenvolvimento humano, que deve ser chamada Era da Informação. Não porque nas eras anteriores a informação deixasse de desempenhar seu papel na sociedade, pelo contrário. Seres humanos sempre precisaram e consumiram informação. A necessidade de informação para o desenvolvimento do ser humano é tão importante quanto alimento e água. Mas na era da informação, esta se tornou um dos mais importantes recursos econômicos.

Castells (1999b) assinala que esse novo formato de estrutura social é o mesmo que uma sociedade em rede, pois é composta de redes produtivas, poder e prática, que produzem a cultura da potencialidade nos movimentos globais os quais, no que lhe diz respeito, superam o tempo e o espaço. Consoante com os estudos de Jamil e Neves (2000, p. 41):

A informação tem se tornado, nos dias atuais, um dos mais importantes recursos das organizações. Autores de diversas áreas tem se referido a este momento como "A era da informação", ressaltando os impactos sociais, econômicos, políticos e psicológicos deste período. São destacados fatos históricos recentes que identificam este processo, analisadas algumas repercussões desta valorização da informação para a sociedade e definidos conceitos sobre as ferramentas de tecnologia da informação utilizadas pelas diversas organizações.

Em conformidade com os autores recém-citados, o alcance rápido da mensagem e, especialmente, da mensagem qualificada, é o enorme obstáculo dos tempos atuais (JAMIL; NEVES, 2000). Enunciado por McAdam, Tarrow e Tilly (2009), as comunicabilidades globais têm a capacidade de diminuir os elos entre o centro e o subúrbio da sistematização do mundo. As comunicações tecnológicas descontroladas e restritas, como os computadores ligados em rede, agilizam o avanço das informações correlativas do mundo.

Em concordância com Jamil e Neves (2000), em síntese, a *internet* é, antes de qualquer coisa, uma maneira de conectar computadores e propagar conhecimentos. Além de que, a *web* é ferramenta substancial para o desenvolvimento desse atual contexto de instituições e informações virtuais. Todavia, usufruída junto com a ampla rede, ou em característica de inserção separada, institucional, sabe-se de inúmeros instrumentos empregados em padrões pensados e programados das organizações que vêm efetuando repercussões significantes com associação as práticas sociais,

econômicas e políticas. Isto acaba por repercutir em novas transmutações nas estruturas e comportamentos das pessoas (JAMIL; NEVES, 2000).

Segundo Capella, Brasil e Alves (2016, p. 5):

Com a propagação de novos meios de comunicação de massa, os estudos sobre a agenda midiática nascem voltados ao entendimento do processo de seleção de notícias e, posteriormente, sobre os efeitos que poderiam causar no público. As transformações na velocidade da produção e veiculação de notícias unida à rápida difusão de veículos de comunicação com alta capacidade de alcance de público começaram a despertar a atenção de pesquisadores.

Exposto por Vermelho *et al.* (2014) as atuais tecnologias possibilitam a concepção de meios de comunicação mais participativos, desenvolvendo as pessoas das contenções de tempo e espaço, mudando a comunicação para mais versátil. Basta um clique, para qualquer indivíduo conseguir obter uma notícia exclusiva e perpetuar diálogo com pessoas que estejam à longa distância.

Alexandre (2018, p. 15), conta que:

Em 1974, Elisabeth Noelle-Neumann apresentou a espiral do silêncio. Segundo esta teoria, a disposição do indivíduo para assumir em público o seu ponto de vista sobre temas controversos depende da avaliação que faz acerca da distribuição atual das opiniões e da sua evolução futura. As pessoas estão mais predispostas a exprimir publicamente as suas opiniões quando pressentem que a maioria está, e estará do seu lado. Por outro lado, tendem a silenciar-se e a serem cautelosas quando pressentem que estão, e estarão do lado de uma minoria.

É narrado por Alexandre (2018) que a espiral do silêncio é um sistema dinâmico que se modifica ao longo do tempo. É uma teoria da posição pública que une os níveis micro, macro e meso (times de referência). De outro modo, a noção de cada pessoa a respeito do que os(as) outros(as) idealizam é decisória na escolha de revelar ou não sua opinião para o público. Estas definições individuais impressionam a visão social ou coletiva, que no que lhe diz respeito, induz a clareza e a tendência de cada pessoa em se expor. É assim elaborada uma espiral que estabelece um ponto de vista importante ou uma regra social. A teoria que acaba por se destacar nem sempre é a que condiz ao pensamento da maioria no começo do desenvolvimento de espiral. Ocasionalmente, existe uma minoridade mais barulhenta que se sobrepõe a uma pluralidade silenciosa. De qualquer forma, norma geral, a ideia principal não é integral. Existem permanentemente pontos de

resistência, constituídos por pessoas disponíveis a declararem de forma pública suas opiniões, mesmo quando conhecem ou sabem que estão do lado de pequena parte da população.

Seguindo a mesma ideia, Noelle-Neumann e Peterson (2004 *apud* ALEXANDRE, 2018, p. 177) revelam que realmente, a inclinação para proferir de forma aberta ou manter-se em silêncio é meramente uma parcela de uma análise teórica abundantemente ampla que busca explicitar como que o ponto de vista do público influencia as vidas e as atitudes dos indivíduos, como é que propicia a união coletiva e colabora para o método de tomada de decisão.

2.1 CIBERCULTURA: RESSIGNIFICANDO COMPORTAMENTOS NO AMBIENTE DIGITAL

Em conformidade com Lemos (2008, p. 11) “Não se deve confundir a cibercultura com uma subcultura particular, a cultura de uma ou algumas ‘tribos’. Ao contrário, a cibercultura é a nova forma da cultura” e cada pessoa, cada equipe, cada formato de vida, cada objeto, se transformará em seu automédium, seu particular enunciador de informações e de esclarecimentos em um ambiente de comunicação onde a riqueza e a transparência se ativam e se contrastam (LEMOS, 2008). Conforme Martel (2015):

O digital transforma profundamente a cultura, os conteúdos, os conhecimentos, as identidades. A transição digital duplica os efeitos já consideráveis da globalização, efeitos que se somam e decuplicam. Estamos no meio de uma revolução, talvez de uma mudança civilizacional. Habitualmente, no início de uma revolução, ainda não nos damos conta das formas do mundo futuro, tomados de medo ante o que vemos desaparecer à nossa frente, sentados em meio aos escombros do mundo passado, incapazes de imaginar o futuro. Somos como o Tocqueville do Antigo Regime e da Revolução. Entramos no "século digital". É terrivelmente angustiante, mas incrivelmente excitante.

A autora Furtado (2012) assegura que a velocidade dessas transmutações faz com que elas se encontrem introduzidas espontaneamente no cotidiano das pessoas, produzindo de forma silenciosa um mundo singular. Habitamos em uma sociedade da informação, que em movimento rápido lança seus *bytes* em povos vorazes pela sua consumação. Benício e Paiva (2004) também citam que uma principiante técnica de comunicação que pronuncia gradativamente uma linguagem

universal digital, tanto está propiciando a associação mundial da elaboração e organização de figuras, palavras e sonoridades da nossa cultura, como customizando a vontade das individualidades e temperamentos das pessoas. Tais autores, recém-mencionados, afirmam que:

[...] a identidade está se tornando a principal e, às vezes, a única fonte de significado em um período histórico caracterizado pela ampla desestruturação das organizações, deslegitimação das instituições, enfraquecimento de importantes movimentos sociais e expressões culturais efêmeras. (BENÍCIO; PAIVA, 2004, p. 2)

Para Lemos (2008) a cibercultura vai se identificar pela composição de uma sociedade elaborada a partir de uma ligação telemática disseminada, estendendo a competência comunicativa, possibilitando a transição de informações sob os mais diferentes formatos, incrementando conjuntos sociais. Apresentado por Jungblut (2015, p. 13-14):

O termo “ciberativismo” tem sido empregado para nomear essa prática desenvolvida por grupos e indivíduos no ciberespaço e que tem prosperado, sobretudo, através de ruidosas e eficientes campanhas “virais”. Esse fenômeno tem sido bastante investigado academicamente, o que tem permitido compreender, principalmente, as lógicas organizacionais acionadas nessas ações em rede. Contudo, ainda muito pouco se sabe sobre as autonomias e motivações individuais dos agentes nelas envolvidos, sobre as características sócio antropológicas de seus novos poderes e sobre os diferentes tipos de engajamento pessoal em movimentos sociais deflagrados no ciberespaço.

No ponto de vista de Pierre Lévy (1999), distante de serem insensíveis, os relacionamentos *online* não omitem as emoções intensas. Além do mais, nem ao menos a responsabilidade individual nem o ponto de vista público e seu julgamento somem no ciberespaço. Em síntese, é difícil que a comunicação através das redes computacionais preencha verdadeiramente e unicamente os encontros face a face: em grande fração do tempo, é uma complementação ou um aditivo. Jungblut (2015) indica que a sociabilidade, elaboração de pensamento, notícias, entretenimentos, política, arte, etc. quaisquer ações humanas estão sendo excepcionalmente impactadas pelo avanço rápido desse inédito mundo nomeado como ciberespaço. O autor, também aponta que:

As diversificadas plataformas de interação social disponíveis no ciberespaço são pródigas no oferecimento de soluções econômicas para a manifestação

de afinidades, simpatias, concordâncias, engajamentos, etc. Em *sites* de relacionamentos, por exemplo, é comum as pessoas, quando compõem o quadro de informações que estruturam seus “perfis”, associarem-se a comunidades, causas, ideais políticos, etc. que possuam alguma forma de existência nessas plataformas. É possível, também, manifestar economicamente posicionamentos políticos com recursos como o botão “like” ou “curtir” em *sites* como Facebook. Em plataformas de *microblogs* como o Twitter é possível associar-se a determinada causa, posição, debate, etc. incorporando às mensagens do usuário as chamadas *hashtags*. Também, o recurso “causes” disponibilizado por alguns *sites* (inclusive os de relacionamento, como o Facebook) que permite vincular-se, de forma rápida e explícita, a uma causa, movimento, reivindicação, abaixo-assinado, etc. (JUNGBLUT, 2015, p. 15-16)

Do mesmo modo, Sendov (1994) discursa que as telecomunicações e os computadores são os mecanismos substanciais para organizar e viabilizar notícias. Neste cenário, são determinantes o poder e a aptidão dessas ferramentas. Em contrapartida, não utilizamos os mecanismos, mas a mensagem gerada e disponibilizada através deles. Dessa forma, é mais relevante entender melhor o meio e diversos sistemas da mensagem. Medeiros (2012, p. 45-46) diz que:

A sociedade informacional estabelece uma nova relação entre a tecnologia e os processos comunicacionais sociais. Não restam dúvidas de que o processo de liberação da palavra gerou mudanças na esfera de conversação mundial, que vem cada vez mais se expandindo. Realidade que pode ser comprovada com a expansão de sistemas e ferramentas de comunicação como *blogs*, *wikis*, *podcasting*, *softwares* sociais (como o Facebook e o Orkut, mais populares no Brasil), ou novos sistemas de “*mobile social networking*”. Esses modernos meios de comunicação, possibilitam a troca de informação, entre pessoas e comunidades em mobilidade, por meio de dispositivos portáteis de acesso sem fio às redes. A liberação da emissão contribui para o avanço da esfera pública mundial e da manifestação de novas formas de conversação e de veiculação da opinião pública, atualmente, também, planetária.

No entendimento de Jungblut (2015), os indivíduos sustentam essas definições de maneira ágil, sem muitos critérios e dificilmente avaliam seu efeito. Porém, dessa mesma forma, refere-se a atos políticos, significando uma condição econômica de ciberativismo. Sem dúvida alguns exercem isso com mais assiduidade do que outros o que os faz mais ciberativistas. Também é verídico que sempre haverá a possibilidade de que uma atividade econômica como essa seja o acesso de entrada para uma atividade com maior grau de propósito conscientizado.

Brosius e Kepplinger (1990 *apud* FORMIGA, 2006, p. 51) emitem que a Agenda-Setting é um modelo “[...] conceitualizado como um processo dinâmico cujas mudanças na cobertura dos meios de comunicação causam subseqüentes

mudanças na consciência do público sobre os temas”. Em sua dissertação em Comunicação, Ferreira (2018) expressa que na sociedade contemporânea, a concepção da vida cruza as telecomunicações de uma maneira recente e completamente diferente da linguagem verbal, simplesmente, o indivíduo começa a conquistar renovadas maneiras de vivência. Isto posto, na sociedade pós-industrial, essa intromissão dos meios de comunicação nas composições de vida e relacionamentos sociais a modificaram em moderadora de todas as demais esferas sociais, ocorrendo, assim, uma troca entre elas. Da mesma forma que:

Tais relações se desenvolvem dentro de campos sociais e se intensificam na sociedade em vias de midiatização. Neste sentido, cada campo social possui características próprias e específicas que irão definir a dinâmica de funcionamento de suas práticas e traduzir a sua natureza. A partir do domínio dessa experiência, o campo exercerá legitimidade e competências particulares, como é o caso da religião. Atenta-se para o fato de que estes domínios são configurados de formas diferentes, na sociedade dos meios e na sociedade em vias de midiatização. (FANTONI, 2015, p. 24)

Mencionada por Mata (1999 *apud* FERREIRA, 2018, p. 34), essa recharacterização do corpo social, como consequência dos meios de comunicação, direciona para uma modificação no que até o momento se intitulava sociedade de massa. Visto que a mídia conquistou um espaço e atingiu posições que as próprias organizações, adotadas para a ideação de sentido, não tinham atingido até essa ocasião. Jenkins (2009, p. 50) também manifesta que “Os cidadãos foram melhor servidos pela cultura popular do que pelo noticiário ou pelo discurso político”. Porém, Verón (1997 *apud* FERREIRA, 2018, p. 35) contesta que, desde o instante que os meios de comunicação influenciam na vida das pessoas e na composição da realidade, isto abala de maneira decisiva, no jeito com que as pessoas acabam observando o mundo.

2.2 O(A) CONSUMIDOR(A) CONTEMPORÂNEO(A): FRUTO DA CONVERGÊNCIA ENTRE A GLOBALIZAÇÃO E A TECNOLOGIA

Consoante com Furtado (2012) origina-se um(a) novo(a) consumidor(a), interativo(a), que com as modernas tecnologias em mãos impede a pausa publicitária de antes e solicita uma fala mais cativante. A publicidade inicia, então, a repensar a sua essência e modernizar em sua maneira e conteúdo. O

entretenimento aparenta ser a tática da vez, emitindo “mapas” para se atingir esse(a) consumidor(a). Além disso, a autora Furtado (2012) afirma que o(a) consumidor(a) já não é mais indiferente, mas comunicativo(a). De comum receptor(a), modifica-se e acaba sendo também produtor(a) de conteúdos e notícias. Equipamentos não faltam: redes sociais, *sites* de vídeos, fotos, plataformas de *blogs*, etc.

Jungblut (2012) exprime que os sujeitos em comunicação no espaço cibernético possuem a oportunidade de serem concomitantemente emissores e receptores de informações, criadores e consumidores de notícias, e eis o motivo dos elos de poder entre os membros neste ambiente de comunicação conduzirem-se à “semelhança” em discordância à “dessemelhança” notada nos meios de comunicação de massa. O filósofo Honneth (2009) explica que as pessoas precisam do reconhecimento tanto de suas necessidades da mesma maneira que de suas capacidades e princípios para conseguirem envolverem-se livremente na vida em sociedade, pois não é o bastante perceber sua autonomia apenas como efeito do respeito intersubjetivo por sua aptidão racional de conceber bom senso e tomar decisão, bem pelo contrário, é fundamental complementarmente um enaltecimento da essência individual de suas necessidades e de seu compartilhamento particular. Elias (1993, p. 270) aponta:

Os medos e ansiedades criados pelo homem, sejam eles medos ao que vem de fora ou ao que está dentro de nós, finalmente mantêm em seu poder até mesmo o adulto. A vergonha, o medo da guerra e o medo de Deus, o medo que o homem sente de si mesmo, de ser dominado pelos seus próprios impulsos afetivos, todos eles são direta ou indiretamente induzidos nele por outras pessoas. Sua força, forma e o papel que desempenham na personalidade do indivíduo dependem da estrutura da sociedade e de seu destino nela.

Declarado por Bastos (2007), a globalização é necessária ser compreendida como fenômeno e não como evento isolado no processamento de progresso das coletividades. Fantoni (2015) fala que refletir a nova sociedade é pensar sobre a *web* como uma técnica fundamental de diálogo e, simultaneamente, um ponto essencial no desenvolvimento da pessoa.

Em um artigo escrito por Galindo e Bassetto (2011), os mesmos comunicam que a dimensão de ser comunidade ou situar-se na comunidade é importante para assimilar que o(a) consumidor(a) contemporâneo(a) move-se por diversas tribos

constituídas por preferências diferentes, porém, movimentadas por participantes que partilham interesses semelhantes. De acordo com Godin (2010 *apud* GALINDO; BASSETTO, 2011, p. 8), os(as) usuários(as) estão unificados(as) por desejos semelhantes “[...] seja em ‘*pools*’ (recursos), ou em ‘*Webs*’ (as redes sociais) ou ainda em ‘*Hubs*’ (nós de alta convergência nas redes), ou seja, figuras expressivas e de confiança (*leards*)”.

É confirmado por Furtado (2012) que a *web* 2.0 e suas tecnologias, proporcionaram domínio aos(as) consumidores(as) para elaborarem e compartilharem seus conteúdos autênticos, quando atualmente já existem programas de televisão, jornais e diferentes meios que necessitam dessa matéria. Ademais, as tecnologias digitais da informação tem possibilitado, no decorrer de sua evolução, uma atuação crescentemente, favorecendo sua exibição nas mais diferentes maneiras e estimulando a coletividade. Deste jeito, prospera a pessoa e prospera a sociedade que ela faz parte. A partir das percepções de Galindo e Bassetto (2011) a liberdade dos(as) consumidores(as) está inclinada para as suas relações no ambiente virtual e não unicamente para uma compra.

Em harmonia com Cremades (2007, p. 14 *apud* GALINDO; BASSETTO, 2011, p. 4):

O micropoder, precisamente não é outra coisa que o poder individual de manifestar sua opinião e decidir como votante, como consumidor, acionista, etc. Este poder individual que foi desvalorizado pelo poder institucional ao longo da história. Hoje, graças às comunicações eletrônicas é mais relevante que nunca.

Já no ponto de vista de Miskolci (2016), na plataforma *online*, as pessoas se consideram mais protegidas para expor apontamentos discrepantes e que geram confusões, além de contar com a ajuda de outros(as) utilizadores(as) que – em conjuntura frente a frente – possivelmente não se manifestassem muito menos apoiariam as condutas coletivas. Basicamente, tais vivências que particularizam a socialização *online* nos últimos anos têm demonstrado que seus resultados se ampliam ao *offline*. Seguindo esse argumento, Miskolci (2016, p. 286-287) também afirma que:

[...] a esfera *online* opera sem regulações e mediações de justiça, o que pode transformá-la em um verdadeiro vale-tudo no qual assistimos conflitos, cruzadas morais e perseguições individuais e, por fim, em contextos como o

brasileiro, talvez por nosso histórico de justiça lenta e desigual, a substituição da demanda de justiça pelos meios apropriados pela rede têm levado à reatualização, agora na era digital, da substituição da justiça pela vingança ou punição.

Apresentado por Galindo e Bassetto (2011), este(a) consumidor(a) atualmente se pronuncia e a sua fala tem autenticidade e capacidade de persuadir os seus pares, em outras palavras, qualquer outro sujeito social *online* em todo e qualquer espaço desse planeta. Tavares (2014, p. 23) indica que:

O homem contemporâneo quer seja religioso ou secular tem todos os meios adequados para receber e dar suas opiniões, não está passivo diante dessa realidade. Ele tem sua própria opinião sobre os acontecimentos e procura a partir de suas experiências tirarem conclusões. A comunicação, portanto, faz essa ponte entre religião e esfera pública, religião e sociedades. A queda dos regimes comunistas ateus aprofundou o retorno da religião.

Apontado por Elias (1993), o que realmente mudou foi a forma como os indivíduos se conectavam uns aos outros. Por essa razão, modificou-se o comportamento e também o discernimento, a redução das paixões, e o próprio sistema como um todo. “Situações” que se modificam não são algo que acontece aos homens exteriormente: são na realidade as ligações entre os próprios indivíduos.

2.3 NOVOS ESPAÇOS DE CONEXÃO ONLINE: CONCEPTUALIZAÇÃO DAS MÍDIAS E REDES SOCIAIS

Em resenha escrita por Alcântara (2017) se enuncia que a sociedade mantém-se em contínua transformação. As pessoas sempre viveram na procura de novos recursos, de novas jornadas com o conhecimento, a convivência e a cultura, que, por sua parte, proporcionaram diferentes maneiras de viver. Nos tempos atuais, não é novidade o comportamento que as tecnologias digitais e a *internet* vêm representando no que diz respeito à geração de inéditas maneiras de socializar e de atuação social e política. No entendimento de Hoover (2011 *apud* FANTONI, 2015, p. 16) há:

[...] duas dimensões importantes deste atravessamento das tecnologias sobre as relações humanas. A primeira é a capacidade das mídias digitais de fazer e transformar a natureza da comunidade e, a segunda, é a maneira

pela qual as mídias digitais promovem a participação e a interação, o que leva a uma sensação de controle e autonomia por parte dos indivíduos.

Torres (2009) reitera que as mídias sociais estão presentes na *internet* como *sites* que disponibilizam o desenvolvimento e o compartilhamento de notícias e conteúdos pela população e para as populações, em que o(a) consumidor(a) é concomitantemente fornecedor(a) e consumidor(a) da informação. Assinalado por Ferreira (2017, p. 143), “As mídias sociais reinventaram o mundo virtual caracterizando-se como veículos interativos, pois são um meio de compartilhamento ilimitado de informações e aplicações como textos, imagens e arquivos multimídia”. Kotler e Keller (2012, p. 589) abordam que:

Existem três plataformas principais de mídia social: (1) comunidades e fóruns *on-line*, (2) “*bloggers*” (indivíduos e redes como Sugar e Gawker) e (3) redes sociais (como Facebook, Twitter e YouTube). [...] As comunidades e fóruns *on-line* assumem as mais variadas formas e tamanhos. Muitos são criados por consumidores ou grupos de consumidores sem interesses comerciais ou ligações com empresas.

Ferreira (2017) cita que as mídias sociais e o universo cultural oferecem todas as capacidades de comunicação em massa, mas conservam suas desvantagens e vantagem como instrumento de comunicação. Em harmonia com Vermelho *et al.* (2014, p. 183) o “Termo ‘rede social’ tornou-se sinônimo de tecnologia da informação e comunicação; seu uso transcorreu áreas e destruiu fronteiras sendo apropriado, hoje, por muitos atores sociais”. Para Marteleto (2007), o conhecimento de redes sociais representa de forma completa um grupo de procedimentos, definições, princípios e padrões do conhecimento humano, que detêm fundamentos habituais entre eles. Castells (1999a, p. 414) se referindo as Redes Sociais *Online* (RSO) comenta que:

O surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial está mudando e mudará para sempre nossa cultura.

Em conformidade com Aquino (2012 *apud* FURTADO, 2012, p. 128), as redes sociais estabelecem-se como um fato global, como a comScore, grande referência em mensuração *online*, em janeiro de 2012. Furtado (2012, p. 132) afirma que as “Redes sociais, por sua vez, se multiplicaram em conteúdo e aumentaram em números formando uma diversa e difundida sociedade virtual na *web*” e ressalta que

além de globalizado, o planeta se transformou absolutamente digital (FURTADO, 2012). Expressado por D'Andréa (2015, p. 63):

A complexificação do ecossistema midiático na contemporaneidade tem como uma de suas características mais marcantes um constante tensionamento entre dois grandes modelos de comunicação. Ao mesmo tempo em que identificamos formas reconfiguradas de um modelo massivo de produção e de circulação de informações, é cada vez mais clara a consolidação de uma lógica colaborativa baseada na auto publicação e no compartilhamento em rede.

Em seu artigo, D'Andréa (2015) exprime que a televisão e toda teia formada no decorrer do século XX em função dessa ferramenta (formatos de transmissão, canais, modelos publicitários etc.) pode ser classificada como um dos mais representativos exemplos do padrão massivo, ao passo que as redes sociais *online* são prontamente caracterizadas como motivadoras da cultura da participação que configura o formato colaborativo. Medeiros (2012) emite que no espaço cibernético, relacionamentos de identidade se acentuam. Com a flexibilidade contemporânea, a conexão das pessoas com os meios de comunicação passa por mudanças que atingem até a experiência religiosa da sociedade. Já Santos e Cypriano (2014, p. 75-76) afirmam que:

Nas redes de sociabilidade *on-line*, os membros são conhecidos pelas mesmas características costumeiramente utilizadas para a identificação dos indivíduos na vida *off-line*, a saber, sua fotografia, sua idade, seu gênero, sua atividade profissional, e assim por diante. O que os *sites* de redes sociais acrescentam de novidade a esses signos indicativos de identidade é a possibilidade de disponibilizar neles uns cem números de outras informações e traços individuais que servem para consolidar as marcas identitárias dos participantes. Assim é que, visando a rede de amigos que se possui, todo tipo de informação ou comentário postado, todo tipo de bem cultural a que é oferecido acesso, concorre para aumentar a visibilidade do indivíduo e enriquece seus índices de identificação. Essas contribuições tornam-se, por conseguinte, importantes operadores de aceitação pelos outros e de pertencimento ao grupo de amigos. Um interessante processo é, então, desencadeado pelas trocas entre pares. Por um lado, certo número de traços identitários agrega indivíduos que possuem afinidades e, por outro, essa aproximação "afinitária" frequentemente é acompanhada por demonstrações de distinção, das inevitáveis diferenças entre pares. Seja lá como for, esse movimento ambíguo de identificação e distinção com relação aos outros está a serviço da produção de vínculo social.

Os autores recém-citados comentam que é essencial considerar que com perceptível regularidade há nos perfis pessoais de muitos indivíduos das redes sociais *on-line* informações biográficas, fotografias e vídeos que referem-se às suas

vidas íntimas, ou seja, toda essa fonte de dados - às vezes interno aos perfis da vida privada deles – foi oferecido pelos respectivos criadores/sujeitos dessas notícias (SANTOS; CYPRIANO, 2014). Puntel (2011) manifesta que se modificam os formatos, mas a necessidade dos seres humanos de se relacionarem continua. É de enorme relevância manter a ideia principal de que a humanidade vive a prática contínua de autocompreensão de si própria, assim como de autoconstrução. É por esse motivo que a todo o momento comentamos do seu carecimento peculiar de estar em conexão com a sociedade, consigo mesmo, com o racional e com o outro. As pessoas procuraram sempre a conexão, a relação com o outro.

2.3.1 Instagram: uma vitrine de exposição

Segundo Demezio *et al.* (2016), criado em outubro de 2010, o Instagram foi desenvolvido pelo americano Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, onde o objetivo focava-se no compartilhamento de vídeos e fotos entre pessoas da família, amigos e colegas. Narrado pelos autores recentemente mencionados, o Instagram tinha:

A primeira versão disponível apenas para IOS (sistema operacional Mac). Com o passar do tempo, o aplicativo chamou atenção por sua praticidade e qualidade, desta forma conduziu os investidores a aplicarem mais recursos na plataforma. (DEMEZIO *et al.*, 2016, p. 5)

Demezio *et al.* (2016) também relatam que até o mês de abril do ano de 2012 o aplicativo do Instagram se mantinha restrito ao sistema operacional do Iphone (IOS), todavia, o Google adquiriu os seus direitos proporcionando o aplicativo no sistema Android. Apenas no Google Play foram efetuados aproximadamente um milhão de *downloads*. Na escrita de sua monografia de Ciências Sociais, Piza (2012, p. 7) revela que a ideia do aplicativo Instagram:

[...] era resgatar a nostalgia do instantâneo cunhada ao longo de vários anos pelas clássicas *Polaroids*, câmeras fotográficas de filme, cujas fotos revelam-se no ato do disparo. O Instagram nasceu a partir de uma simplificação de outro aplicativo, também desenvolvido pelos dois engenheiros, chamado de Burbn, cuja proposta inicial era a de uma rede social que agruparia várias funções, onde os usuários poderiam compartilhar a sua localização, imagens, vídeos, planos para o final de semana, etc. Porém, o desenvolvimento deste aplicativo mostrou-se muito complexo, motivando Kevin e Mike a escolher uma das funções que consideram mais atrativa: fotografia.

Piza (2012) alude que embora com a funcionalidade de câmera, o que possibilita ao/a usuário(a) fazer registros fotográficos através do próprio aplicativo, o Instagram é com maior intensidade aproveitado para a distribuição de imagens. Para isto, as pessoas conseguem produzir uma fotografia com o aparelho celular particular, utilizar alguma foto que já se encontre salva entre os arquivos do celular, ou carregar imagens efetuadas com outros aparelhos, por exemplo, as exclusivas câmeras de fotografia digitais. Além de tudo “Depois de feita e escolhida, o usuário poderá dar um título à fotografia, seja para dizer o local o qual foi realizada, ou escrever uma frase simbólica com um significado subjetivo” (PIZA, 2012, p. 9).

Os estudos de Piza (2012) mencionam que de forma padronizada, as imagens são públicas no aplicativo Instagram, podendo ser vistas por qualquer pessoa, mas se o(a) usuário(a) desejar privacidade, ele(a) consegue ajustar a sua conta para privada, o que requer uma permissão antecipada para que seja possível outros(as) usuários(as) as verem. Este aplicativo também fornece a viabilidade de utilizar filtros para modernizar as fotos (PIZA, 2012).

Assegurado por Piza (2012, p. 10) as alternativas de composição são infinitas, o que conseqüentemente “[...] acaba atraindo cada vez mais e mais usuários, exatamente por proporcionar uma individualidade a cada usuário, tomando o conteúdo disponibilizado de caráter exclusivo”. Já Oliveira (2014) informa que no Instagram também existe a possibilidade de incluir vídeos de no máximo 15 segundos, junto à aplicabilidade de filtros peculiares e um método de permanência das imagens gravadas.

O número de usuários(as) manteve seu crescimento e no mês de setembro de 2011, alcançou mais de 10 milhões de inscritos(as), conforme Demezio *et al.* (2016, p. 5), apontando também que no “Início da utilização do Instagram as pessoas costumavam publicar fotos de comidas, paisagens e festas, compartilhavam o que estavam fazendo no momento da foto”. Estes autores, com estudo direcionado para o Instagram, assinalam que a partir das renovações de usabilidade e popularização do Instagram o número de utilizadores(as) ficou ainda mais progressivo. Por consequência, a aplicação das *hashtags* converteu-se em um material fundamental no cenário do aplicativo, usadas para descomplicar e filtrar conteúdos, disponibilizando simplicidade e rapidez na pesquisa por interesses (DEMEZIO *et al.*, 2016).

O fenômeno Instagram é fruto de um método dinâmico, decorrente das circunstâncias convenientes da era tecnológica da comunicação (PIZA, 2012). É explanado por Oliveira (2014) que no Instagram, similar ao que ocorre no Facebook e no Twitter, as pessoas conseguem marcar suas fotografias com *hashtags*, que são palavras-chaves introduzidas pelo símbolo “#” e que se associam a algum tema ou notícia importante. Do mesmo modo, Silva (2012) explica que o Instagram é tendência revelando dentro de si mesmo a perspectiva da privacidade, dos vínculos de consumo, das vivências do indivíduo. Esta exibição supõe uma expectativa ou confiança na promessa de ser notado, não ser desdenhado. Algo muito semelhante no momento em que imaginamos uma dimensão biográfica para as histórias atuais.

A pesquisadora Piza (2012, p. 11) declara:

A base de relacionamentos do Instagram, características comumente presente nas redes sociais da *internet*, se mantém em torno de ter amigos ou seguidores, ou seja, indivíduos que estão vinculados à conta de usuários, com o intuito de acompanhar continuamente as atualizações do outro na rede. No Instagram o usuário pode seguir diferentes perfis. Essa opção encontra-se no topo da página de cada usuário. Ali também podem ser encontradas informações tais como “nome de usuário”, a foto que ilustra e identifica aquele determinado perfil, quantas fotos foram enviadas por ele, quantos seguidores a conta possui, e quantos a conta está seguindo. Quando o usuário opta por seguir alguém, as fotos aparecem imediatamente no fluxo (*feed*), permitindo “curtir” fotos e comentá-las.

Da mesma forma, Piza (2012) reconhece que no aplicativo Instagram, os vínculos vão sendo desenvolvidos através das interatividades que se constituem por meio de breves atos, como por exemplo, comentar uma imagem de um(a) usuário(a), ou curtir alguma das fotos. Quando esses fatos se transformam em algo sucessivo, acontece uma conexão desejada entre os(as) usuários(as) envolvidos(as) e assim, se inicia uma determinada confiança. Além disso, Demezio *et al.* (2016) falam que por causa do sucesso deste aplicativo, no ano de 2012 o Instagram acabou sendo vendido à empresa Facebook e desde a união entre estas duas ferramentas *on-line*, foi viável uma ampla comunicação entre elas, tendo como exemplo, publicações e páginas que tiveram “curtidas” no Facebook, surgirem, como sugestão, no *feed* notícias do Instagram. Tal área de interação entre as duas ferramentas empregou um sistema de *Customer Relationship Management* (CRM), isto é, uma gestão de relações com os(as) usuários(as), pondo os(as) consumidores(as) das duas plataformas como importante ponto para os negócios,

sendo assim capaz de pressupor suas necessidades, prometendo o contentamento de seus/suas clientes, assim como existindo em seu cotidiano.

Da mesma maneira o Instagram conquistou visibilidade por referir-se a uma mídia social que alcançou, já em seu começo, uma anuência numerosa de pessoas. Com esse acontecimento, as organizações começaram a criar táticas publicitárias que desfrutam do conteúdo e do linguajar do moderno aplicativo com o propósito de conservar os(as) seus/suas consumidores(as) fiéis (OLIVEIRA, 2014). Em estudo sobre Instagram, Demezio *et al.* (2016, p. 2) observam que contrariamente do que muitos(as) utilizadores(as) creem, “[...] a plataforma tornou-se um meio comercial, diversas micro e macro empresas possuem perfis onde podem divulgar a sua marca/produto/serviço de uma maneira mais interativa com o seu público-alvo”.

Em compensação, atualmente, o aplicativo inaugurou âmbitos para pequenas e grandes firmas disseminarem seus serviços ou produtos. Estas por sua parte dialogam com seus/suas clientes pelo meio de instrumentos fornecidos pelas *hashtags* e por *storytelling* (DEMEZIO *et al.*, 2016). Confirmado por Oliveira (2014), nos dias atuais, o Instagram computa mais de 100 milhões de utilizadores(as) em todo o planeta Terra.

3 DE EXEMPLO À MOVIMENTO: ENTENDENDO O MOVIMENTO CULTURAL BRASILEIRO RELIGIOSO

Com o intuito de interpretar a amplitude da religiosidade brasileira, no decorrer deste capítulo e seus subcapítulos é possível entender um pouco do movimento religioso brasileiro como um todo e também se consegue conceber a ideia da formação, dos avanços, peculiaridades, aspectos e dificuldades de duas religiões cristãs em destaque e aqui pesquisadas, a católica e a evangélica, quando também impactadas pela era digital.

Conforme Pace (2009, p. 12):

As religiões são como grandes compassos: partem de um ponto gerador e depois, à medida que se abrem em círculos cada vez mais amplos, aceitam os caminhos sempre novos dos ambientes que se alteram (culturas, populações, línguas distintas).

Silva e Nalini (2015) abordam que no mundo inteiro, as religiões preenchem categoria importante na base da sociedade e política dos humanos. Basta visualizar a história do mundo para se entender a importância das demonstrações de religiosidade na composição da cultura das pessoas, assim como nos suportes dos processos de leis e hábitos que dominam as sociedades civis. Esta proximidade profunda com as questões da vida em sociedade gerou diversas situações difíceis de opressão e intransigência, observados pela humanidade em múltiplos fatos da história antiga e atual. Para Pace (2009, p. 9) “Analogicamente, podemos considerar as religiões mundiais como grandes famílias que se conhecem entre si, que mantêm relações de parentesco espiritual, mas também territorial, [...]”.

Londoño (2014) conta que esta formação de discernimento em relação às religiões e as religiosidades têm avançado como uma ação vinculada ao desenvolvimento da pós-graduação brasileira, e o número de pesquisas tem aumentado juntamente a evolução dos programas de pós-graduação em Ciências Humanas de todas as partes do Brasil. Medeiros e Alves (2014, p. 117) definem que religião “[...] enquanto fato cultural e no exercício da função soteriológica, faz parte de nossas vidas e de nossas experiências, sem sequer atentarmos para este fato”. Como dito por Araújo (2013), não há um senso comum a respeito de como caracterizar a religião ou a espiritualidade. Entretanto, um dos conceitos mais

estruturados considera a religião como um agrupamento de ritos, leis, crenças que validam um poder que o indivíduo crê ser divino, com o qual se considera e se identifica dependente e pode iniciar uma relação pessoal, de que ganha beneficiamentos.

Como narrado por Pace (2009, p. 13):

Toda religião tende a ser representada não só como diferente de outra, mas também em virtude da pretensão legítima de conter em si a verdade, a julgar-se superior, mais completa, mais verdadeira em relação à outra, a todas as outras. Custa, na verdade, às religiões, reconhecer a existência das muitas correlações que as tornam menos distantes do que elas tendem a crer, correlações às vezes historicamente documentadas e explícitas, outras vezes escondidas, mas que historiadores e antropólogos trouxeram à luz. Cada uma delas pensa que é pura e coerente, clara e diferente em relação às outras consideradas impuras, contraditórias, confusas e primitivas.

Pace (2009) revela que analisar como uma religião percebe a si mesma representa afastar a provocação de fantasiá-la como um mundo de crenças completamente necessitado de ligação com o âmbito de crenças de outra religião, sendo que toda religião que tenha vida exclusiva vivencia um espaço movimentado de deuses, crenças e outras religiões. É o que conhecemos como meio sócio religioso. Devido a esse fato não é possível analisar um conjunto de crença religiosa sem que se verifique também o âmbito sócio religioso alusivo a ela. Bastos (2007, p. 61-62) acredita que:

A partir da segunda metade do século XX acontece uma explosão religiosa inesperada; antigas religiões adquiriam novo fôlego, e novas formas religiosas foram surgindo. Para espanto dos racionalistas e materialistas que acreditaram que Deus e a religião estavam prestes a desaparecer da vida humana, o que se verificou nestas últimas décadas foi exatamente o contrário, ou seja, a redescoberta do sagrado, após tantos desencantos e frustrações, além de problemas de toda ordem provocados pela Modernidade.

Na percepção de Ortiz (2001), o fim do domínio religioso não se adequa, todavia, com a decadência *tout court* da religião, sua fragmentação expressa de modo preciso pluralidade, diversidade religiosa, quer da opinião individual, quer coletiva (em situações lógicas não existe carência de pensarmos o “retorno” de algo que jamais desapareceu). A sociedade moderna, na sua organização, é multireligiosa. Sugerido por Tavares (2014), o pluralismo religioso surge como um “novo modelo” de interpretação de textos sagrados e influencia a recomeçar e

reexaminar os populares conceitos, acordos e doutrinas religiosas. Vira, por conseguinte, uma ocasião para diferentes análises sobre esse fenômeno religioso. O pluralismo religioso é rumo inconversível do mundo atual. Afirmado por Jungblut (2012, p. 454):

A religião brasileira, inegavelmente, tem se revitalizado nas últimas décadas. Contribuem para esse processo uma série de mudanças no campo religioso local. Com a migração de grande parte da população rural para os centros urbanos, muito do rebanho religioso até então majoritariamente católico começou a ser assediado por novas ofertas religiosas que foram se multiplicando conforme o processo se desenvolvia. Sujeito às ações destradicionalizantes do cosmopolitismo urbano, o campo religioso brasileiro passou a se pluralizar rapidamente evoluindo para uma situação de disputa mercadológica cada vez mais acirrada. Logo começaram a surgir análises que diagnosticavam a emergência de um “mercado religioso” brasileiro, uma situação nova para um país acostumado com o quase absoluto monopólio católico.

Além disso, Bastos (2007) ressalta que nos centros urbanos do Brasil, aumenta de forma veloz o número de seguidores(as) que se engajam as celebrações da renovação carismática católica e aos cultos neopentecostais, aumentam os centros de umbanda e espiritismo, com carregadas particularidades sacrais, alvejando todas as classes e grupos da sociedade. Os gigantes grupos religiosos reconhecidos, Igreja Católica e influentes designações protestantes, apesar de terem suportado demasiadas instabilidades e mudanças de diretriz institucional e até doutrinária, característica ao encadeamento de secularização, exteriorizam perspectivas novas, liturgias inéditas, uso de artes cênicas, que cativam uma enorme quantidade de indivíduos nos centros urbanos: encontros de casais, grupos de jovens, marchas, congressos etc.

Londoño (2014) também diz que a vasta seleção das pesquisas que se atende sob tal título demonstra a relevância que a concepção dos(as) brasileiros(as) vem promovendo ao membro religioso no desenvolvimento histórico do país. Enquanto isso, Souza (2019) assegura que a imagem demográfica da primeira década do século XXI, em expressões de religião no Brasil, apresentou com mais clareza ainda a enorme concorrência que há entre o catolicismo enfraquecido e o pentecostalismo crescente. Também é observado por Souza (2012, p. 137) que:

[...] o cristianismo no Brasil é bastante amplo (mais de 90% da população) e heterogêneo, ainda mais quando se considera o espiritismo como parte do espectro neocristão. Há posturas e práticas distintas entre as diversas

instituições religiosas cristãs. Em face desse universo cristão brasileiro, a presença de outras religiões é bastante pequena e pouco expressiva em termos culturais e políticos. Em nosso cenário religioso, há preponderância ostensiva das instituições cristãs. Aquilo que é chamado diversidade religiosa brasileira, caracteriza-se de fato como um pluralismo cristão.

Ademais, no Brasil, Colônia e Império viveram perante a oficialidade da Igreja Católica. Isso proporcionou culturalmente uma conduta de agir quando o tema é religião. As religiões indígenas e de matriz africana foram escrupulosamente confrontadas e inclusive discriminadas. Juntamente, o relacionamento entre protestantes e católicos(as) até há pouco tempo foi divergente (TAVARES, 2014). Souza (2019) cita que as informações estatísticas referentes à religião no Brasil desde 2010 mostram os contínuos: decadência católica e avanço evangélico. Apontam também que o conjunto dos sem religião teve um significativo enfraquecimento, à proporção que o dos espíritas foi o que mais avançou, provavelmente, pela consolidação de seu destaque religioso, algo que nos auxilia a compreender por qual motivo o progresso mínimo de quem se denomina sem religião. Em artigo sobre a pluralidade cristã, Souza (2019) conclui que o crescimento evangélico – rápido, como observado, pelo neopentecostalismo – impactou não somente o catolicismo, porém, da mesma forma as religiões afro-brasileiras, vigorosamente combatidas por estas Igrejas, especialmente a Igreja Universal do Reino de Deus.

No entendimento de Rosa (2018), as manifestações religiosas têm ganhado relevância em discussões públicas na sociedade brasileira. Dos debates referentes à descriminalização do aborto até controvérsias sobre exposições artísticas e diálogos com relação às bases curriculares de ensino das escolas públicas, a identidade religiosa de agrupamentos cristãos tem sido estimuladora de protestos e conflitos exaltados, que consideram a *web* como espaço excelente para articulação e visibilidade. De acordo com Jesus (2012, p. 65):

[...] as Igrejas inclusivas são um fenômeno recente no Brasil, surgido a partir do final dos anos 1990, com a articulação de alguns grupos que discutiam religião e homossexualidade a partir da experiência de LGBTs em suas Igrejas de origem. Mas é somente a partir do início dos anos 2000 que acontece uma proliferação de diversas denominações religiosas inclusivas no Brasil.

Consoante com Tavares (2014), a comunidade religiosa afro-brasileira é uma das que em maior intensidade padece com atos de intolerância e preconceitos. Em

vista disso, o autor cita que a procura pela condescendência deve ser objetivo das religiões, a paz move-se nessa direção, acrescentando que se anteriormente, de modo específico entre os séculos XVI a XVII aconteceram fervorosas disputas de religião, atualmente existem conflitos de culturas (TAVARES, 2014). Seguindo essa linha de raciocínio, Tavares (2014) afirma que eventos como globalização, progressos da tecnologia, migração global e interconectividade entre as diversas localidades do mundo fomentam os atritos culturais e religiosos.

3.1 IGREJA CATÓLICA: A NÚMERO UM ENTRE OS(AS) FIÉIS BRASILEIROS(AS)

Segundo Rosa (2011), a Igreja Católica, se descreve como a mais ancestral confissão religiosa estruturada de forma institucional, sendo encarregada pelos(as) católicos(as) dispersos(as) pelo universo e possuindo como orientação central o Papa. Esta organização constantemente relatou seu comportamento através de uma matriz doutrinária religiosa e pela afirmação de ser a única intercessora para a salvação dos humanos, a exclusiva capaz de disponibilizar as maneiras, os trajetos, para a verídica felicidade: “o paraíso eterno”. Rosa (2011, p. 13) também narra que:

Embora a Igreja Católica tenha caráter internacional e se prepare continuamente para manter uma unidade institucional com vistas à defesa de seus interesses próprios, metodologicamente a postura mais apropriada é entendê-la como um todo complexo inspirado pelo mesmo princípio doutrinário. Internamente esse todo é marcadamente plural, no qual nem sempre o objetivo institucional pode representar os interesses de cada fiel ou de cada membro do clero. Isso porque a Igreja é composta por grupos diferentes hierarquicamente, culturalmente e socialmente, entre os quais há uma série de relações, direitos e deveres. As ações e os posicionamentos dos membros dessa instituição se diferenciam, influenciados por questões geracionais, geográficas, culturais e sociais.

O catolicismo alcançava, até o meio do século XIX, domínio quase total da manifestação religiosa da população brasileira. Além de tudo, “[...] a Instituição Católica nos seus dois mil anos muito influenciou a maneira de ver e compreender as relações entre religião e sociedade” (TAVARES, 2014, p. 26).

Ainda seguindo este ponto de vista, Medeiros (2012) expõe que para elucidar a função do catolicismo no Brasil é indispensável recordar que a Inquisição Portuguesa a todo o momento teve uma atribuição essencial acerca da progressividade desta religião. No Brasil, esse caso foi deixado pelos colonizadores do país, mas de uma forma indireta. A autora recém-citada aponta que mesmo

entendendo que a ação da Inquisição foi notável para a constituição da religiosidade brasileira, é importante salientar que ameríndios(as) e africanos(as), forçados(as) a escravidão, necessitaram identificarem-se como seguidores(as) da Igreja Católica para serem aprovados na sociedade e assegurarem sua sobrevivência (MEDEIROS, 2012).

Em concordância com Medeiros (2012, p. 22):

Vivendo essa atmosfera de medo acarretada pelas denúncias, visitas, deportações, repressões e confiscos, os brasileiros reagiram, criando um catolicismo ostensivo, perceptível aos olhos de todos. Passaram a praticar seus preceitos, principalmente, em lugares públicos, bem pronunciados e cheios de inovações ortodoxas a Deus, Nossa Senhora e aos demais santos. Logo, todos tinham que ser claramente católicos, digamos assim, para garantir sua posição na sociedade, evitando a suspeita de heresia.

Ademais, o catolicismo transita no século XX em uma dialética diferenciada do que até o momento era vivido no meio religioso. Não mais uma conjuntura assegurada em seu ofício de religião suprema, porém, em virtude dos números indicarem para uma redução de seus/suas fiéis, o processamento de midiatização do corpo social faz com que seus hábitos de encontrarem-se no mundo também se modifiquem (FERREIRA, 2018). Medeiros e Alves (2014, p. 117) ressaltam que:

Nos templos católicos iniciou-se a disseminação dos “santinhos”, pedacinhos de papel com uma oração e imagem de um santo protetor que se propõe a ajudar os fiéis. Ao entrar numa Igreja Católica, geralmente vemos uma mesinha com papéis, e é lá que estão depositados os “santinhos”, esperando serem pegos em uma quantidade considerável para, em seguida, serem repassados como forma de compromisso de que o fiel cumprirá sua parte, difundindo àquele santo e sua prece.

Definido por Jungblut (2012), o alusivo desinteresse dos anos oitenta, no entanto, não chegou a prolongar-se muito. A partir disso, grupos católicos mais independentes no que se refere à aristocracia eclesiástica dessa Igreja, como os carismáticos, ingressam na disputa de mercado sugerida pelo conseqüente pentecostalismo digital e começam uma atividade para, no mínimo, esforçarem-se para diminuir os danos cometidos pela “concorrência” (JUNGBLUT, 2012).

Do mesmo modo:

[...] o catolicismo, de modo particular, sendo uma religião marcada pelo tradicionalismo e historicamente resistente às conseqüências das mídias no processo de sociabilidade, sofreu interferências com a midiatização, da

mesma forma que as instituições presentes na sociedade. (FERREIRA, 2018, p. 36)

Indicado por Ferreira (2018), esta transfiguração está avante das adaptações e conquistas de emissoras de televisão. Decorre por uma necessidade de incorporação, adequação e recharacterização da cultura midiática contemporânea, que (mais vigente com o advento da *internet*) impõe que o catolicismo deve usar novos formatos de encontrar-se no mundo para variação no cenário.

A partir da análise de Jungblut (2012), é de se considerar que a introdução católica no mundo da criação televisiva, causada, pelos motivos adversários da ascensão do pentecostalismo, tenha ocorrido ainda mais para moderar a saída dos(as) fiéis do que para buscar retornar os(as) que foram, ou bem menos, para persuadir os(as) que jamais foram católicos(as). Refere-se a efetuar convocações direcionadas para o interior do espaço católico. Carletti (2016, p. 20) enuncia:

No caso do catolicismo, no ano de 1963, o Concílio Vaticano II aprovou o Decreto Inter Mirifica sobre os meios de comunicação social, em que se incentiva o uso da mídia para a propagação da religião. O *site* da Santa Sé, órgão máximo do catolicismo, foi lançado em 1995 e muitos outros documentos seguiram discutindo a relação entre a instituição e os meios de comunicação e, mais precisamente, a *internet*.

O próprio Papa Bento XVI (2009) expressa que é importante a juventude, de forma espontânea, se sintonizar com estes atuais meios de comunicação, pois nestes espaços conseguirão evangelizar. Da mesma forma que se, de forma institucional, a Igreja Católica tem opiniões tradicionalmente populares quanto a inúmeras demandas sociais, no ambiente da *internet*, as movimentações em benefício dos “interesses católicos” não procedem tanto de integrantes do clero, mas dos(as) leigos(as) (ROSA, 2018). Medeiros (2012, p. 21) observa que:

[...] a religião católica, em suas diversas modalidades, mesmo já tendo sido uma prática considerada obrigatória para o povo brasileiro logo após a colonização do nosso território, se reinventou a partir de manifestações populares que surgiram no decorrer do pluralismo social e de novas formas de identidade. Estes fenômenos levam a criação do indivíduo pós-moderno que convive com os avançados mecanismos para se comunicar e interagir com rapidez. Nesse processo, deslocam-se, cada vez mais, para o ciberespaço, porém sem perder seu elo com o antigo, com a religiosidade. É nesse contexto, onde se desenvolvem as correntes religiosas virtuais.

Por sinal, os reconhecidos como “novos movimentos eclesiais” podem ser conceituados como correntes no interior da Igreja que se constituem como diversas maneiras de vivenciar o catolicismo – cada um com seu “carisma” particular – isto é, com um prisma e sistematização de trabalho específico interiormente do enorme propósito da Igreja de evangelizar. Desta forma, esses grupos são encarregados de “diferenciar” as alternativas de envolvimento dos(as) seguidores(as) na Igreja como investida de comunicação com a sociedade moderna (ROSA, 2018).

3.2 IGREJA EVANGÉLICA: COM AUMENTO CRESCENTE, MAS EM SEGUNDO LUGAR DE ADEPTOS(AS) BRASILEIROS(AS)

Conforme Gonçalves e Pedra (2017) os protestantes históricos originaram-se na Europa, de forma mais precisa entre a Reforma Protestante do século XVI e o fim do século XX. De acordo com Novaes (1998, p. 7), "Os pentecostais, de berço protestante, surgiram nos Estados Unidos no início do século XX". Motomura (2008) descreve que a expressão “protestante” origina-se do registro formalizado de protesto – *Protestatio* – que os luteranos exibiram em uma convenção em 1529, demonstrando a sua dissemelhança à política religiosa aplicada pela Igreja. A autora ainda diz que os protestantes negavam a sugestão de que um exclusivo líder – o Papa – teria de direcionar os sentimentos da religião. Sem uma liderança, cada agrupamento iniciou a se desmembrar em variados movimentos, com mínimas incompatibilidades doutrinárias.

Conforme Rivera (2005), a Igreja Presbiteriana foi um dos primitivos protestantismos a se estabilizar no Brasil na passagem do Império para a República. Já nas primárias décadas de atividade missionária entre São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro, os líderes dessa Igreja precisaram enfrentar visões heterodoxas de um pouco de suas centrais tradições. A batalha induziu a partida de um conjunto de famílias marcadas pelas ideologias religiosas de Miguel Vieira Ferreira, presbítero dessa Igreja, que acabou criando uma inédita prática religiosa. A corrente Igreja foi nomeada Igreja Evangélica Brasileira e começou as suas práticas em setembro de 1879. Após 126 anos essa Igreja difunde uma tradição religiosa bem perdurável. Como toda tradição, ela é resultado de um extenso método social de análises e reanálise de seus princípios, até obter autenticidade e eficiência para deslocar-se de uma geração para outra. Gonçalves e Pedra (2017, p. 70) destacam que:

Os dados apresentados nos últimos censos populacionais demonstraram o crescimento do número de fiéis evangélicos no Brasil, um país de maioria católica. O que identifica essas Igrejas é a forma como se apresentam diante da sociedade, a atitude de suas lideranças, sobretudo dos pastores, pela adoção de um conjunto de valores, hábitos e crenças baseado na “evangelização”, como se fossem os mensageiros oficiais e propagadores do que está escrito na Bíblia, difundindo a mensagem cristã, considerada por eles como a única palavra. Para muitas denominações evangélicas, ao longo do tempo, essa forma de transmitir a mensagem contida na Bíblia foi se convertendo, adquirindo novos aspectos, conforme alegam as lideranças evangélicas, buscando entender as novas necessidades, tentando acompanhar as transformações que ocorrem na sociedade.

Os autores recém-citados também exprimem que acompanhando a evolução das Igrejas Evangélicas no Brasil, principalmente as neopentecostais, o panorama corrente de investigações direcionadas para este assunto constatou um crescimento expressivo, sobretudo nas pesquisas dirigidas para o entendimento das transfigurações que aconteceram ao redor da introdução religiosa no campo político, onde os(as) evangélicos(as) acabaram conseguindo máxima visibilidade em distintos ambientes públicos, partindo do meio privado (GONÇALVES; PEDRA, 2017). Além disso:

O universo evangélico tem um caráter fragmentário o que acaba por pluralizar as instituições religiosas e por gerar muita competição em torno dos fiéis e dos espaços sociais que facilitam a socialização religiosa. Essa especificidade tem favorecido não só a expansão do número de templos, pastores e fiéis, como também o lançamento de um grande número de candidaturas de religiosos e leigos das mais diferentes estruturas eclesiais. Muitas denominações interpretam a participação na política partidária e nas disputas eleitorais como fundamentais à ampliação e ao fortalecimento de suas respectivas Igrejas no campo evangélico e frente ao grupo confessional hegemônico no país. (MACHADO, 2012, p. 46)

Ciciliato e Moreira (2014) mencionam que no Brasil, há grupos evangélicos que pensam que é profundamente importante possuir um Presidente da República evangélico, ou na formação de partidos políticos, que desta maneira a população seria movida pelos valores cristãos. Emitido pelos mesmos autores, o propósito da Igreja Evangélica está em ser “boca de Deus” neste planeta, como igualmente está em ser do mesmo modo as pernas, os braços, o carinho, o abraço, a dedicação de Deus em relação aos indivíduos. Porém, a fim de que seja plausível é imprescindível que eles dediquem-se a uma vida sujeita e mudada por Cristo, amando o outro

como a si próprio, e entendendo que a grande missão deles é servir (CICILIATO; MOREIRA, 2014).

Cardoso (2019) observa que “Se a Igreja Evangélica no Brasil deixasse de realizar o seu trabalho, que muitas vezes é feito de forma anônima e silenciosa, o povo brasileiro sentiria grandemente”. Ademais, a Igreja Evangélica Brasileira é uma comunidade religiosa de grande lembrança e diversos(as) de seus/suas integrantes exercem atividades voluntárias de condicionamento, busca de documentos dos atos de seus fundadores (RIVERA, 2005). É relatado que:

As Igrejas Evangélicas como organismos espirituais e instituições civis e jurídicas têm também uma influência com um peso significativo atualmente em várias áreas, como: – Apoio à terceira idade – apoio domiciliar, abrigos e asilos, terapias ocupacionais; – Apoio à infância – creches, escolas para o 1º ciclo, adoção; – Apoio à saúde – cuidados de saúde, prevenção das dependências; – Apoio social – recuperação e inserção social de toxicodependentes, acolhimento de mães solteiras, apoio a reclusos, apoio a famílias disfuncionais, apoio aos sem abrigo, centros de alfabetização; – Apoio à cultura – bibliotecas, periódicos, edição de livros sobre as mais diversas temáticas, produção de rádio e televisão; – Apoio às artes – escolas de música, canto, teatro, som e imagem, pintura, ateliers, seminários; – Apoio transnacional – a mesma assistência além-fronteiras. (CARDOSO, 2019)

Shedd (2013) alude que os(as) evangélicos(as) precisam a todo o momento conservar que o primeiro comprometimento da Igreja é o anúncio do Evangelho e resguardar a alteração espiritual consecutiva produzida pelo Espírito Santo, com o objetivo de formar uma coletividade em que o(a) não convertido(a) consiga visualizar uma amostra do reino de Deus. Descrito por Dantas (2010, p. 53):

[...] as Igrejas Evangélicas demonstram preocupação com a vida sexual dos fiéis, dedicando-se à regulamentação dos desejos e à domesticação dos prazeres. Em diferentes denominações evangélicas, a questão da sexualidade aparece nas conversas informais, no cotidiano das relações interpessoais, nos discursos eclesiais e nos códigos de conduta. A experiência sexual ocupa lugar de destaque nas propostas doutrinárias, nas reflexões teológicas e nas práticas litúrgicas do pentecostalismo.

Para Motomura (2008), a nomeação “evangélico(a)” deriva do(a) fiel que se sujeita ao aprendizado incluso nas “boas-novas” (em latim, *evangelium*) conduzidas por Jesus. Os protestantes se consideravam apreciadores do Evangelho – um dos seus fundamentos no decorrer da Reforma era o da *Sola Scriptura* (em latim, “Só a Escritura”) -. Isso revelava que, para os protestantes, somente a Bíblia era

proveniente de revelação superior, e que não teria de ser autorizado à Igreja desempenhar doutrinas no exterior dela. Da mesma maneira que:

Até pouco tempo, “evangélico” indicava vagamente aqueles protestantes de todas as denominações — presbiterianos, batistas, metodistas, anglicanos, luteranos e pentecostais, entre outros — que detinham pelo menos três características: consideravam a Bíblia como Palavra de Deus, autoritativa e infalível; eram conservadores no culto e nos padrões morais; cultivavam uma visão missionária. Hoje, no Brasil, o termo não abrange mais tais itens, mas tem sido usado para se referir a todos os que, no âmbito do cristianismo, não são católicos romanos: protestantes históricos, pentecostais, neopentecostais, Igrejas emergentes, comunidades dos mais variados tipos etc. (LOPES, 2008, p. 17)

Entretanto, “A Igreja Evangélica Brasileira (IEB) tem sido objeto de pouca atenção por parte dos pesquisadores” (RIVERA, 2005, p. 80). Ao mesmo tempo, a fala moderna da Igreja Evangélica Brasileira (IEB) assume seu predicado único e exige ser a exclusiva Igreja verdadeira designada a efetivar os objetivos de Deus na Terra (RIVERA, 2005). Este autor recém-mencionado também informa que:

A data mais importante para a IEB, a julgar pelas atividades organizadas em torno dela, pela insistência com que é citada no discurso de lideranças e de fiéis e pelas expectativas em torno dela, é o 11 de setembro, data em que se comemora a fundação da IEB por Miguel Vieira Ferreira no ano de 1879. Nos púlpitos os presbíteros da IEB sublinham de forma reiterada e com especial dedicação que nessa data surgiu “a verdadeira Igreja”, “a nova Jerusalém” – como também é chamada – e que com ela seu fundador estava realizando uma “obra eterna”, porém profetizada na Bíblia. (RIVERA, 2005, p. 89)

Em pesquisa, Rivera (2005) explana que a Igreja Evangélica Brasileira indica uma nova ocorrência fundadora a começar do dia 11 de setembro de 1879, data da fundação da Igreja Evangélica Brasileira, e reporta-se a essa data regularmente estabelecendo nela o trajeto da autenticidade do carisma. O sucedido que certifica o enunciado oficial é a instauração da Igreja e mediante essa data idealizou-se uma novata tradição. Tradição estável, porque se mantém após 126 anos de longevidade. “A Igreja Evangélica Brasileira minimiza a importância dos antecedentes presbiterianos do fundador e o remete diretamente à Bíblia, especificamente ao Antigo Testamento” (RIVERA, 2005, p. 92-93). Além de tudo, a Igreja Evangélica Brasileira reorganizou a sua tradição protestante mudando os aspectos principais do método religioso protestante e substituindo outros no seu

lugar: o conciliador central aqui, na fala religiosa e no ato, é Miguel Vieira Ferreira (RIVERA, 2005).

3.3 A POTÊNCIA DA PRESENÇA RELIGIOSA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Em concordância com Silva e Nalini (2015, p. 65):

Historicamente, a Igreja sempre ocupou uma posição importante na vida dos indivíduos. Essa mentalidade começou a mudar quando a Igreja sofreu a separação do Estado e modificou-se radicalmente durante o século das luzes, com o privilégio da razão. Em todo o mundo, a religião passou a exercer um papel secundário na vida social. No Brasil, a história não poderia ser diferente. Apesar das fortes bases cristãs no país e da presença de símbolos religiosos em instituições públicas, a Igreja estava à parte, mesmo que ainda à procura de voltar ao antigo *status*. Nesta busca sem fim, as instituições religiosas aliam-se a uma outra forma de poder simbólico, os meios de comunicação. Seja no rádio ou na televisão, a presença de instituições religiosas é notória. Logo, era de se esperar que a Igreja também migrasse para o novo *media* que surgiria ainda na década de 1950, a *internet* e por consequência as mídias sociais.

Como explicado por Puntel (2011), passou-se inúmeros anos e aconteceram vários debates para alterar as convicções da Igreja referente à mídia, vista como apenas recursos de propagação de notícias negativas e “do mal”. Foi apenas com o Papa Pio XII (1939-1958) que a Igreja estudou e expandiu suas ponderações com relação aos vínculos sociais incorporados em uma coletividade democrática e conforme a função da mensagem na formação da opinião. Hara (2015) declara que a utilização considerada pelas religiões da veiculação dos formatos radiofônicos e da potência da televisão, na atualidade conquista inéditas práticas visto que a elucidação simbólica da conduta de ser religioso se redimensiona perante a forma interativa virtual possibilitada pelos inovadores modos tecnológicos de comunicar.

Também é apontado por Puntel (2011) que independente de sua extrema conduta negativa, a Igreja iniciou, vagarosa e gradativamente, a compreender a conveniência dos meios de comunicação eletrônicos, na disseminação de suas mensagens, e a favorecer-se deles. No decurso do intervalo de 1878 a 1939, a Igreja exibiu alguma maleabilidade referente à imprensa e às modernas tecnologias de comunicação, especialmente ao rádio e ao cinema, porém, ainda se movimentava com moderação. Os autores Silva e Nalini (2015, p. 66) acreditam que:

[...] as instituições religiosas viram-se em uma situação de busca permanente de alternativas que culminassem em atrair de volta seus membros e também em ganhar novos adeptos. Esta procura contínua ocorre ainda na era pós-moderna, pois, com o avanço tecnológico as Igrejas tiveram de se render a evolução dos meios de comunicação, buscando novas formas de se aproximar dos fiéis para difundir o discurso religioso.

Polato (2015) conclui que as Igrejas afirmam que utilizam os meios de comunicação para atingir gradualmente mais fiéis, porém, a radiocomunicação tem se modificado em um verídico “mercado religioso”. Propagam a teologia de prosperidade, de triunfo financeiro, do milagre atingível e afluyente. Evangelizadores(as) repercutem, no ar, números das contas bancárias de suas Igrejas, anunciam solicitações para que ouvintes(as) e telespectadores(as) realizem pagamentos de dízimo e de donativos “voluntários”. Quanto maior é a posse econômica do grupo religioso, mais consecutivas são suas exibições no rádio e televisão. Os incessantes surgimentos no rádio e nas telas de televisão proporcionam gradativos recebimentos monetários que sustentam o circuito dependente da indústria dos meios de comunicação da fé.

Comunicado por Hoover (2014, p. 48):

[...] devemos dizer, então, que as mídias podem ao mesmo tempo ser uma fonte de religião e de espiritualidade, um indicador de mudança religiosa e espiritual e articulada em tendências religiosas e espirituais – transformando a religião por meio dessas interações e também sendo transformada por esse relacionamento.

Em harmonia com tais comentários de Thompson (1998, p. 160), destaca que “A mediatização da tradição dotou-lhe de uma nova vida: a tradição se libertou das limitações da interação face a face e se revestiu de novas características”. A partir dos estudos de Hara (2015), observa-se que a performance religiosa que certifica ao/a fiel a percepção rápida do que ele(a) foi procurar na Igreja, perante recursos que o(a) levam à emoção, está a ser desafiada pelas ações socioculturais, midiáticas ou comunicacionais, responsáveis por um novo método de vida em sociedade.

Medeiros e Alves (2014) expõem que devido o surgimento dos formatos de comunicação, as correntes religiosas acabaram movendo-se e que vivenciamos um momento onde nada é estático, contínuo e/ou imutável. Em função do fluxo pós-moderno, as correntes foram aceitas, sendo uma forma ágil e prática dos indivíduos

desempenharem sua religiosidade. Na percepção de Medeiros e Alves (2014, p. 117-118):

A dinâmica e diversidades de maneiras como as mensagens circulam nas correntes, leva a uma revalorização de antigas práticas religiosas e a relocação do popular em cenários virtuais. É nesse cenário, onde acontecem as transformações sociais e reconfigurações de novos usos e consumos culturais propiciados por meio dos recursos audiovisuais. Desses recursos, fica constatado aqueles que mais se destacam, como sendo a circulação das mensagens, o reconhecimento do seu conteúdo, os elementos linguísticos e sua capacidade de inserção e/ou continuidade da vida cristã.

Assim como, na radiocomunicação, via de regra, a dominação de Igrejas Católicas e Evangélicas com programações religiosas no Brasil é praticamente integral. Ainda assim, existem também diferentes religiões pelo país que desfrutam de propagadores midiáticos para a divulgação de seus cultos e princípios e para espalhamento de sua crença (POLATO, 2015). Confirmado por Puntel (2011, p. 238):

A Igreja assume o desafio de desenvolver uma comunicação adequada aos nossos tempos. Por exemplo, hoje já não se trata de dirigir uma comunicação à sociedade, segundo o modelo de transmissão, mas uma comunicação a partir e entre os mundos sociais, seguindo um modelo de participação, colaboração, intercâmbio e diálogo, como percebemos no processo da *internet* e especificamente das redes sociais.

Rosa (2018) descreve que tanto o aproveitamento da tecnologia, como o de temas religiosos na *web* geram e sustentam vínculos entre os(as) leigos(as) que ficam perceptíveis e deixam pistas. Na *web* somos capazes de perceber marcos acerca de quais livros os(as) religiosos leem, quais *sites* logam, quais perfis seguem nas redes sociais e a totalidade disso aparenta formatar conexões e fazer parte do experimento de fé. Medeiros e Alves (2014, p. 118) sugerem que:

Através da aproximação, entre religião e tecnologia, é perceptível que, embora a primeira tenha perdido um pouco o espaço que possuía na esfera pública, continua forte e vigente no âmbito privado, ou seja, ela continua tendo seu lugar. Na verdade, a tecnologia contribui para ampliar o quadro de fiéis, ou o caso das correntes religiosas virtuais atingirem mais receptores e, conseqüentemente, emissores. O que antes tocava apenas uma pessoa através do “santinho”, agora pode ser enviado para diversas, através do *e-mail*. Com um *clik*, o receptor se torna também emissor.

A *web* manifesta-se, por conseguinte, como outro meio de comunicação e disseminação das vivências religiosas. O digital e o real, distante de desligar e afastar os indivíduos produz, entre eles, uma maneira singular de conexão/relação entre pessoas, de integração, de atração e sintonia, de companheirismo, de fervor e correlação capaz de executar novos formatos de crença (MEDEIROS, 2012). Por sinal, “A mídia é vista como um lugar de visibilidade e de legitimação para o campo religioso. A apropriação do discurso e operações midiáticas pelo campo religioso tem por objetivo integrá-lo à sociedade midiaticizada” (FANTONI, 2015, p. 27).

Rosa (2018) fala que uma imensidão de grupos, movimentos, paróquias, leigos(as), padres e inclusive o Papa elaboram mensagens religiosas na *web* com diversificadas edições, dimensionamentos e finalidades. Inclusive, “A posição do Papa como uma personalidade da mídia global oferece um exemplo claro dessa nova intimidade entre religião e mídia” (STOLOU, 2014, p. 149). Sugerido por Brustolin (2012, p. 323):

As inovações causam impacto sobre a forma de ser cristão no mundo. Alteram também as possibilidades de relação com o mistério, pois a Palavra de Deus pode ser acolhida pelo rádio, pela televisão ou pela *internet*. O cristão não depende mais da imprensa de Gutenberg para acolher e anunciar os dados de sua fé. Assim, até a celebração da Eucaristia é influenciada. Crescem em todo mundo as missas transmitidas pela televisão, e mais recentemente, via *web TV*. As estatísticas revelam que a audiência é significativa. O problema dessas liturgias midiaticizadas consiste em garantir que elas conservem o essencial do patrimônio da fé e assumam novos modos e valores de linguagem.

No entendimento de Rosa (2018), tendo em consideração que a *web* está gradativamente mais conectada nas ações do dia a dia de grande parte da população, em diversos modos de utilização e com divergentes incentivos, os(as) fiéis compõem suas jornadas religiosas fazendo a leitura da Bíblia através de aplicativos no celular, seguindo o Papa no Twitter, inteirando-se no que diz respeito à doutrina em diários *onlines*, debatendo moral a partir de memes no Facebook, proporcionando movimentações de católicos(as) em grupos de WhatsApp. Apesar da espécie de utilização ou do instrumento optado, o que atrai a atenção é a situação desse modelo de experiência religiosa se formular tendo a *web* em vista, o que demonstra a perpetuidade, e não a interrupção ou fragmentação, gradualmente maior entre as realidades e práticas virtuais em redes e os outros ambientes da vida.

Além disso, o estilo de vivenciar a fé e a pregação da religião foi transformado devido à mídiatização das experiências religiosas. Se, previamente, o domingo era ocasião de se arrumar para ausentar-se da residência e conviver com o povo na Igreja, a formalidade é alterada com o surgimento da *internet* e recursos eletrônicos. O ritual que envolve a água benta é intermediado pela televisão, em uma missa exaltada por uma liderança carismática na mídia, a partir da benção de um copo cheio de água diante da aparelhagem. A reunião com a coletividade religiosa acaba sendo feita via redes sociais em diálogos *online* com o religioso da localidade ou até com partilhas de materiais de lideranças religiosas de exposição nacional (FANTONI, 2015).

4 O TERMO JUVENTUDE E SEUS REFLEXOS

Entre conceitos, estereótipos, vivências e representações, o capítulo 4 (quatro) em conjunto com subcapítulos e intertítulos variados detalha o público-alvo trabalhado nesta pesquisa, no caso, a juventude, primeiro de uma forma abrangente, após dividindo pelas gerações Y e Z e depois especificando as diversas vivências de fé dessas pessoas.

Ferreira (2018) revela que na atualidade, há concepções múltiplas acerca do que é juventude. Elas deslocam-se por variedades no prisma da área (Sociologia e Psicologia) e baseada nas multiplicidades quanto ao que é juventude como definição (pessoa nova) e categoria (coletividade, fragmento social).

Consoante com Abramo (2007), tem se ampliado a atenção direcionada a juventude nos últimos anos no Brasil, tanto por parte do “ponto de vista público” (principalmente os meios midiáticos de massa) como da academia, bem como por fragmento de agentes políticos(as) e de organizações, não-governamentais e governamentais, que fazem atividades comunitárias. Em concordância com Souza e Paiva (2012), a juventude é uma esfera social que tem cativado lugares na agenda pública e nos debates científicos. Waiselfisz (2004, p. 15), representante da UNESCO no Brasil, no Relatório de Desenvolvimento Juvenil de 2003 da UNESCO aborda que:

A literatura sobre a temática da juventude está eivada de conceitos, cujas abordagens ora são convergentes, ora são divergentes, dependendo do enfoque adotado ou da área de conhecimento em que os estudos se desenvolvem. Sem dúvida, o termo juventude é de conceituação complexa e qualquer tentativa nesse sentido não pode desprezar pelo menos duas perspectivas de análise: uma biopsicológica e outra sociológica.

Neste mesmo relatório é comentado por Waiselfisz (2004), que em função dessa heterogeneidade da concepção de juventude e as perspectivas culturais e histórias que a movem, nenhum corte de idade seria, intrinsicamente, ideal ou passível de retificações. Contudo, auxilia como denominador comum à disposição para a busca de informações e comparações entre estipuladas micro e macrorregiões no que concerne a juventude. Outro apontamento importante que circunda a conceituação de juventude está vinculado à demanda da identidade coletiva. Refere-se, nessa situação, do diálogo entre os que a estabelece como

“quase grupo”, composto de uma identidade reprimida, de uma “categoria”, isto é, uma acessível coletividade da população com particularidades corriqueiras.

Ronsini (2007) aponta a juventude como uma etapa em que os comprometerimentos da vida adulta (emprego, matrimônio ou filhos(as)) são capazes de serem mesclados com a dependência familiar, a regularidade escolar e a sociabilidade em agrupamentos da igual faixa de idade. De acordo com Castro e Abramovay (2015, p. 7):

No Brasil, desde 2005, com a criação da Secretaria Nacional de Políticas de Juventude e do Conselho Nacional de Juventude, a população jovem é a de 15 a 29 anos, levando em conta o aumento do tempo dedicado à formação escolar e profissional, a permanência maior com as famílias de origem, assim como as dificuldades para se conseguir principalmente o primeiro emprego, o que implica na necessidade de mais proteção social quanto a vulnerabilidades e a ideia de que em tal faixa de idade não se deveria precisar trabalhar, mas estar apenas estudando para conseguir melhor colocação na vida e ter mais tempo para formação, ou em trabalhos que colaborassem na formação dos jovens e fosse gratificante.

As autoras também ressaltam que os(as) cidadãos/cidadãs jovens se concentram no meio urbano. De cada 10 jovens, aproximadamente 8 residem nas cidades. No ambiente urbano metade é do sexo feminino, já rural, elas estão um tanto menos retratadas (47%) (CASTRO; ABRAMOVAY, 2015). No ponto de vista de Ferreira (2018, p. 64):

[...] já se percebe uma preocupação atualizada em relação ao alargamento da juventude e à fase atual da sociedade, quando o período compreendido da profissionalização até a estabilidade financeira e autonomia se modifica, em virtude de uma série de fatores contemporâneos ligados à economia, sobretudo.

Apresentado por Aquino (2009), apesar de afirmados em cenários ideológicos já antigos, os conceitos da juventude como fase complexa ou como etapa introdutória da vida, até hoje, estão explícitos quando o assunto são os(as) jovens. A juventude também foi tipicamente definida como etapa de transição para a vivência adulta, o que necessitaria empenho grupal – em especial da escola e dos familiares – para “instruir o(a) jovem” para ser um(a) adulto(a) correto(a) e útil perante a sociedade. Souza e Paiva (2012, p. 353-354) creem que:

Não existe uma concepção social única que caracterize e delimite o grupo geracional no qual os jovens estão inseridos, visto que se trata de uma categoria em permanente construção social e histórica. Assim, cabe falar

em diferentes juventudes, que possuem a construção da identidade como questão central, mas que se destacam no imaginário social a partir de múltiplas referências da sociedade.

Abramo (2007) indica o conceito de juventude presente na sociologia, e de modo geral divulgado como ideia social, é demasiadamente fundamentado na sociologia funcionalista que a concebe como categoria de investigação: como conjuntura de passagem no ciclo de vida, da infância à maturidade, que condiz com uma situação dramática e específica de socialização, em que as pessoas realizam a sua inclusão e se convertem integrantes da sociedade, através da obtenção de componentes próprios da “cultura” e da aceitação de atitudes adultas. É, dessa forma, o instante crítico no qual a pessoa se programa para se compor absolutamente como indivíduo social, livre, incluindo-se na sociedade e tendo potencial para realizar as atuações para as quais se transformou competente pela interiorização de princípios, preceitos e condutas. Por essa razão é um acontecimento fundamental para o encadeamento social: é nesse ensejo que a agregação da pessoa se estabiliza ou não, carregando desfechos para ela mesma e para a preservação da conexão social.

Do mesmo modo, se deve:

[...] lembrar que as divisões entre as idades são arbitrárias. É o paradoxo de Pareto dizendo que não se sabe em que idade começa a velhice, como não se sabe onde começa a riqueza. De fato, a fronteira entre a juventude e a velhice é em todas as sociedades uma parada em jogo de luta. (BOURDIEU, 2003, p. 151)

Enunciado por Abramo (2007), com frequência a juventude só está marcada para o entendimento e para o ato social como “problema”: como instrumento de imperfeição, perturbação ou desordem no desenvolvimento de inclusão social; e, nesta óptica mais ampla, como ponto de perigo para a particular contiguidade social. Souza e Paiva (2012) explanam que no Brasil, a potência do movimento juvenil da década de 90 auxilia de forma significativa para o início dessa nova idealização da juventude. Da mesma forma:

Nesse novo contexto ideológico, os jovens, gradativamente, vão ocupando um lugar diferenciado no imaginário da sociedade, passando a ser vistos a partir das suas especificidades e necessidades e começando a ganhar importância como uma fase específica do ciclo de vida, e não mais como uma mera transição para a idade adulta. Desta forma, o foco da juventude se transfere para o presente. (SOUZA; PAIVA, 2012, p. 357)

Declarado por Castro e Abramovay (2015), inúmeros(as) jovens no Brasil atualmente existem e não existem, ou deixam de existir, sem que se dê muita conta, porém, a geração jovem é uma potência. Ser juvenil intensifica questionar planejamentos políticos-culturais que controlam mudanças, mesmo que não necessariamente todas as pessoas na faixa etária jovem busquem transformações, e em contrapartida nem todos(as) etariamente jovens, realmente podem ser jovens. Observado em pesquisa feita por Abramo (2007, p. 79):

[...] a “juventude” tem estado presente, tanto na opinião pública como no pensamento acadêmico, como uma categoria propícia para simbolizar os dilemas da contemporaneidade. A juventude, vista como categoria geracional que substitui a atual, aparece como retrato projetivo da sociedade. Nesse sentido, condensa as angústias, os medos assim como as esperanças, em relação às tendências sociais percebidas no presente e aos rumos que essas tendências imprimem para a conformação social futura.

Além de tudo, considera-se a juventude como coletividade voltada para a população jovem (FERREIRA, 2018). Melucci (2007) manifesta que os grupos juvenis se formatam como uma teia de diversos grupos, espalhados, segmentados, concentrados na vivência cotidiana. Também é acrescentado por Melucci (2007, p. 41) que esses(as) jovens “[...] são um laboratório, no qual, novos modelos culturais, formas de relacionamento, pontos de vista alternativos são testados e colocados em prática”. No Brasil, é, sobretudo nessa condição que o tema da juventude consegue melhor evidência, justamente pelo engajamento de jovens de classe média, da educação secundária e universitária, na disputa contra o regime autoritário, mediante ações de grupos estudantis e do engajamento nos movimentos de esquerda, mas igualmente pelos grupos culturais que contestavam os modelos de atitude – morais, sexuais, na associação com a consumação e a posse - (ABRAMO, 2007).

4.1 PRAZER, GERAÇÃO Y, TAMBÉM CONHECIDA COMO *MILLENIALS*

Segundo Tapscott (2010), a geração Y é formada por pessoas que nasceram entre janeiro de 1977 e dezembro de 1997 e esta geração recebe diversas nomeações como geração *Internet* e geração do Milênio. Este autor aponta:

A Geração *Internet* amadureceu. O fato de ter crescido em um ambiente digital causou um impacto profundo no seu modo de pensar, a ponto de mudar a maneira como o seu cérebro está programado. E, embora apresente desafios significativos para os jovens – como lidar com uma quantidade vasta de informações ou garantir o equilíbrio entre o mundo digital e o mundo físico -, essa imersão digital em geral não os prejudicou. Foi algo positivo. Essa geração é mais tolerante em relação à diversidade racial e é mais esperta e rápida do que as gerações anteriores. Esses jovens estão remodelando todas as instituições da vida moderna, do local de trabalho ao mercado, da política à educação, até chegarem à estrutura básica representada pela família. (TAPSCOTT, 2010, p. 20)

Os autores Comazzetto *et al.* (2016) exprimem que nascidos(as) no ano de 1978 em diante, são conhecidos(as) como geração Y, amadureceram em convívio com as tecnologias de comunicação e são com maior intensidade individualistas. No tempo em que os indivíduos dessa geração começaram a nascer, esbarraram com o Brasil transpassando por enorme inconstância econômica e, logo depois, recompondo a democracia. Já no contexto mundial, testemunharam a cultura da fragilidade e a inexistência de garantias, em consequência dos mercados instáveis. Esta seria a primeira geração da história a ter grande conhecimento tecnológico do que as antecedentes gerações. Vivendo com a pluralidade das famílias, esta geração é genericamente descrita como tendo transcorrido a infância com a agenda carregada de compromissos e de equipamentos tecnológicos. Os indivíduos dessa geração são heterogêneos, vivem em ação e controlam adequadamente o tempo. Assimilando os acontecidos em tempo real e se interligando com uma variedade de indivíduos, criaram a percepção sistemática e consentem a diversidade.

Da mesma maneira, Oliveira, Piccinini e Bitencourt (2012) ao explorarem a definição de geração Y de encontro às orientações da sociologia da juventude, observam que o debate presente tem estabelecida uma só juventude na modernidade, ainda que, na realidade, a concepção de juventude seja plural: as juventudes. Cada conjunto juvenil será persuadido pelo território e espaço (urbano ou rural) em que mora, grau de estudo, formação, afiliação a organizações etc. Isto é, uma só conceituação não pode misturar todas as vidas juvenis que se engendam em cada época histórica. Xavier (2011, p. 4) menciona que:

A geração Y é constituída por pessoas, que, quando crianças ou adolescentes, realizavam em seu cotidiano com naturalidade algumas ou todas das ações a seguir: (a) jogavam e ainda hoje jogam videogame com frequência em suas casas ou em *lan houses*; (b) acompanhavam a

evolução das versões de diferentes jogos eletrônicos; (c) vivenciavam a chegada e a popularização do computador e do celular *on-line*; (d) acessavam a *internet* usando os primeiros navegadores que tornavam amistosa a relação homem máquina e permitiam que um usuário não especialista navegasse pelas informações da grande rede sem muita *expertise* em computação.

Magnoni e Miranda (2012) informam que conforme Dados do Censo Demográfico Brasileiro do ano de 2010, nos dias de hoje, há aproximadamente 67.084.985 indivíduos entre 15 e 34 anos, equivalente a 35% da totalidade de habitantes do país, na faixa etária entre as cedidas pelo IBGE, que mais se abeira da faixa da geração Y. Considera-se que a geração Y é uma coletividade determinada “[...] a partir de uma delimitação etária (nascidos a partir de 1978) e por um conjunto de comportamentos relacionados ao ritmo de mudança, elevada interatividade, rapidez no acesso à informação e entendimento do mundo” (OLIVEIRA; PICCININI; BITENCOURT, 2012, p. 551).

Para Malacrida (2011) os(as) jovens desta geração cresceram em companhia das inéditas tecnologias da comunicação, se desenvolveram com um computador conectado ao planeta via *internet*, com o celular e jogos participativos, porém, seguem sendo abordados(as) pelas revistas. A partir de suas investigações, Tapscott (2010) diz que a geração Y tem oito diferenciais com relação as suas mães e seus pais e esses oito pontos diversificados são nomeados como Normas da geração *Internet*. Sendo assim, cada um desses princípios é fundamental para compreendermos como essa geração está modificando o mercado, o emprego, o conhecimento, a família e o corpo social. As normas são: liberdade, customização, investigação, integridade, colaboração, entretenimento, velocidade e inovação. Os(As) integrantes dessa geração também:

Apresentam apenas quatro grandes características, sendo a multiplicidade, a conexão e a velocidade (valores semelhantes aos apontados por Tapscott) e a confiança, elemento fora de qualquer correspondência com as “normas” de Tapscott. (YARROW; O’DONNELL, 2009 *apud* MAGNONI; MIRANDA, 2012, p. 67)

Relata-se por Comazzetto *et al.* (2016) que os(as) jovens da geração Y são componentes de uma comunidade que está, progressivamente, ocasionando modificações silenciosas, porventura não com a mesma intensidade das gerações dos anos 1960 e 1970, porém, muito possivelmente, com a semelhante capacidade de modificação. Em vista disso, suas individualidades e características precisam ser

enxergadas, administradas e, sobretudo, entendidas pelas outras gerações e, neste semelhante compasso, as instituições devem procurar assimilar tais alterações e padrões e permanecerem-se inteiradas.

Magnoni e Miranda (2012, p. 70) enunciam que:

Para alguns autores, a geração Y pode ser perfeitamente caracterizada como “Geração da Conexão” ou Geração “M” de multitarefa, multifuncional, multioperacional, porque é composta por jovens que já nasceram com a *internet* e se desenvolveram com ela, falando ao celular, manipulando um *Personal Computer*, colaborando e se conectando com todas as partes do mundo, deixando de lado as barreiras culturais e outras possíveis.

Comazzetto *et al.* (2016) também aludem que as pessoas da geração Y são percebidas pelas gerações anteriores como geradoras de transformações, em virtude das personalidades que possuem, como a agilidade, a impaciência e o extenso conhecimento da *internet* e tecnologias, reproduzindo, dessa maneira, uma veloz execução de trabalho para as instituições. Aliás, a geração Y:

[...] fotografa objetos e pessoas, calcula valores, agenda números, nomes e compromissos, capta música da *internet*, grava voz, vídeos e arquivos de texto, cria identidades diferentes, modera comunidades virtuais, participa de diversas redes sociais simultaneamente, [...]. (XAVIER, 2011, p. 4)

Segundo Wada e Carneiro (2010), a tecnologia está efetiva na existência da geração Y de forma acentuada e dependente, pertencente no seu cotidiano tanto para utilização profissional quanto para uso pessoal. Ademais, Claro *et al.* (2010) explicam que os(as) jovens dessa geração devido viverem com inúmeras transformações e ininterruptas agitações, tem superior habilidade de adequação e dispõem a todo momento um plano caso sua programação dominante não acontecer como o previsto.

As aceleradas mudanças sucedidas no meio de trabalho fizeram com que a juventude se avivasse para o carecimento de estar a todo momento informada para permanecer competitiva em frente do excesso do esforço de trabalho. As instituições gradualmente têm mais jovens em sua gestão, o que leva à admissão de inéditos procedimentos, regras e princípios de trabalho. Esses(as) jovens têm uma viçosa maneira de ser e agir perante a sociedade, sobretudo no que concerne ao relacionamento com o trabalho, o que carrega uma sequência de novos obstáculos para conservá-los nas instituições, tal como apaziguar as divergências geracionais

que possam aparecer. Devido ser uma geração que nasceu no período tecnológico, quase na totalidade das épocas, esses(as) jovens presenciam e comandam seus progressos (TULGAN, 2003; LOMBARDIA *et al.*, 2008; POUGET, 2010 *apud* OLIVEIRA; PICCININI; BITENCOURT, 2012, p. 551).

4.2 GERAÇÃO Z: DESPERTADA EM MEIO AOS AVANÇOS DA TECNOLOGIA E A INTERNET

Toledo, Albuquerque e Magalhães (2012) consideram que a geração Z é constituída por pessoas regularmente conectadas via dispositivos portáteis e, aflitas com o meio ambiente, a geração não tem uma data de origem específica, podendo incluir parte da geração Y, já que grande parte dos(as) autores(as) coloca o nascimento dos indivíduos da geração Z entre 1990 e 2010. A letra “Z” se origina do verbo “zapear”, que significa modificar os canais da televisão de forma veloz e frequente com um controle remoto, na busca de alguma coisa que seja cativante para visualizar ou escutar, ou ainda mais, por ser um hábito. “Zap” é uma palavra em inglês que traduzida define-se em realizar algo muito rápido, energia ou euforia. Os autores indicam que:

Os adolescentes de hoje, já nasceram com o Google e a *internet*. A Wikipédia é a única enciclopédia que eles apreciam para fazer as pesquisas da escola. Eles manejam qualquer tocador de mp3, celular, *smartphone*, *tablet* ou leitor de *e-book* e já tentaram ensinar seus professores, pais ou avós a usar o controle remoto da TV de *LED* e até criar um perfil no Facebook. São os nativos digitais, ou geração Z. É comum ouvir que os jovens de hoje dão a impressão de terem nascido com um *chip* inserido no cérebro, pois parecem fazer uso das novas tecnologias digitais de modo intuitivo, com muito mais aptidão do que os adultos. (TOLEDO; ALBUQUERQUE; MAGALHÃES, 2012, p. 6)

A geração Z é definida por Ciriaco (2009) como a geração silenciosa, pelo fato de estarem a toda a hora de fones de ouvido (seja em ônibus, faculdades, em domicílio...), por não ouvirem muito e papearem menos ainda. Como resultado, essa geração pode ser marcada como aquela que se conduz por princípios individualistas. Concluído por Faber (2011, p. 7):

A geração Z nunca concebeu o planeta sem computadores, *chats*, telefones celulares. Sua maneira de pensar foi influenciada, desde o berço, pelo mundo complexo e veloz que a tecnologia criou, e seu conceito de mundo é desapegado das fronteiras geográficas. Eles já atingiram a idade de tomar

decisões de consumo. Consomem videogames, mas, também, carros, imóveis, *eBooks* e, naturalmente, literatura científica.

Gustavo Oliveira (2010) acredita que o surgimento da geração Z está gerando uma enorme transmutação na nossa sociedade. É importante assinalar que Toledo, Albuquerque e Magalhães (2012) comentam que a geração Z são a juventude que chegou há pouco na vida adulta e por consequência no mercado de trabalho, deste modo, esses(as) jovens vão “envolver-se” de forma direta e indireta no rumo da sociedade, alunos(as) tornando-se professores(as), especialistas, mestres(as) que atuarão socialmente de maneira “plugada”. Essa juventude nasceu em um formato de família mais adaptável, em que a convivência com os pais é bem dissemelhante das gerações passadas. Explorado por Ceretta e Froemming (2011, p. 22-23), a geração Z:

É um segmento apaixonado pela tecnologia, pela mídia e suas ferramentas de transmitir informações. Utiliza a televisão, ouve o rádio, acessa a *internet* e fala ao celular simultaneamente, sem qualquer dificuldade. Leva esse comportamento frenético, em ritmo fragmentado e acelerado, para as escolas e para as empresas nas quais trabalham, exigindo novas práticas educacionais e gerenciais, a fim de conduzir tais comportamentos para que se possa extrair o melhor desse segmento, extremamente criativo e inovador.

Crê-se que essa geração Z é díspar das outras. E isso particularmente quanto aos relacionamentos sociais. Pelo que miramos, estão aparecendo pessoas com um diferenciado ponto de vista da sociedade, que ao que tudo indica se identificam por compor uma geração mais digital do que real (OLIVEIRA, G., 2010). Descrita em estudo por Toledo, Albuquerque e Magalhães (2012, p. 4), a geração Z comparecia às classes conhecendo “[...] conexões de *internet*, Photoshop, redes sociais, solicitando mais velocidade de conexão, falando de fibra ótica, enfim um mundo conectado”.

As pesquisadoras Ceretta e Froemming (2011) falam que a geração Z declara-se minuciosa, egocêntrica, consumista, menos fidedigna às marcas e totalmente virtual. Tem atratividade em mercadorias vinculadas à vestuário e à ostentação, em uma procura pela independência e condição social. De acordo com Gustavo Oliveira (2010, p. 10):

[...] a geração Z contribuirá em muito para que haja significativas mudanças no corpo social. Em outras palavras, é a geração responsável pelo futuro da

nossa sociedade. Estamos nos direcionando para a concretização de uma sociedade amplamente informatizada. Em síntese, ante a geração Z, estamos diante de um grupo de pessoas novas, completamente diferente, no que diz respeito à questão das relações sociais.

Ceretta e Froemming (2011) afirmam que um fragmento jovem, conhecido como geração Z - constituída por pessoas nascidas desde 1989 -, até este momento pouco vangloriado pelas instituições, manifesta-se como foco de operações mercadológicas, definido como consumidores(as) potenciais, substancialmente consistindo-se da procura por objetos de marca. Narra-se por Ceretta e Froemming (2011, p. 22) que:

A geração Z emerge como um segmento consumista, despertando o interesse de muitas organizações na atualidade. O adolescente moderno adora consumir e fazer compras, tudo isso faz parte da sua prática diária em busca de autoafirmação, do prazer e do *status* perante seu grupo de amigos. Apresenta-se como uma geração conectada às tendências, a tudo que é novo e tecnologicamente atraente.

A geração Z é citada por Ceretta e Froemming (2011) como consumidora, utiliza muito dinheiro em compras diariamente, de preferência as associadas a vestuário e à vaidade, englobando vestimentas, apetrechos, sapatos e tênis, cosméticos e lanches. Nas análises destas autoras, de uma forma bastante genérica, o(a) jovem moderno(a) é descrito(a) como alguém que se aflige em encontrar-se de bem com ele(a) mesmo(a) e diante dos(as) demais, utilizando e abusando de cosméticos, do qual o comércio amplia-se gradualmente. Para essa geração, beleza e mocidade são valores fundamentais e a moda é uma das maneiras de expressar esses valores a partir das tendências dominantes. Conta-se que:

A respeito da geração Z, podemos dizer que eles passam um tempo considerável em frente ao PC163, aonde fazem, trabalhos, escutam música, se comunicam com seus amigos pela *internet*, jogam, e o mais incrível é que geralmente é tudo ao mesmo tempo! Essa característica nova, sendo própria dos atuais adolescentes, acaba fazendo com que nos perguntemos se realmente esses jovens conseguem fazer tanta coisa ao mesmo tempo, ou se eles tentam fazer tudo ao mesmo tempo e acabam não fazendo nada? (OLIVEIRA, G., 2010, p. 55)

Na percepção de Gustavo Oliveira (2010), referente à geração Z são inúmeras as bandas associadas a essa juventude, tais como Restart, Cine, Fresno e NX Zero, que são as nomeadas bandas “*teen*” estimuladas a partir de um grandioso fluxo de

campanhas. No Brasil, estas produções musicais circulam principalmente pela Rádio Atlântida FM entre outras.

4.3 JOVENS CRISTÃOS/CRISTÃS: DISSEMINANDO ATIVISMO E FÉ NAS SUAS RELAÇÕES MIDIÁTICAS

No entendimento de Sofiati (2009, p. 11):

Os jovens da atualidade mantêm as principais características dos jovens dos anos 1990. A novidade está na crescente adesão aos movimentos religiosos, principalmente às Igrejas e correntes do pentecostalismo católico e evangélico. A religião se consolidou como uma das principais formas de organização grupal da juventude nos tempos atuais.

Mariz (2005) revela que essa expressividade referente à relevância dos(as) jovens e primordialmente a pequena idade de entrada nessas coletividades conduziram-nos(as) a pensar a respeito da atribuição da juventude não exclusivamente nesse formato de vivência, porém, nos grupos religiosos como um todo, sobretudo nos de caráter reavivado. Inúmeras são as informações de estudos que representam o entusiasmo da juventude em encontros de Igrejas Pentecostais e da Renovação Carismática. Consoante com Mariz (2005) nessas Igrejas o(a) jovem é configurado(a) como alguém mais disposto(a) a atos valentes e a práticas religiosas, que deseja a santidade e também a renovação, e capaz de dar a vida por uma causa.

A frase: “O importante não é o que um homem diz de sua fé, mas o que essa fé faz esse homem realizar”, escrita por Roger Garaudy, é apresentada na dissertação de Bastos (2007) e automaticamente podemos vincular ao destacado por Tavares (2014) que diz que é fundamental destacar que as comoções religiosas dão significado à vida. Assim sendo, muitos(as) consideram a religião como razão de vida, regularizando, construindo, programando seu mundo. Esse encorajamento substancial, através de valores religiosos ocasiona uma sequência de inferências sociais com base ética, política e cultural que vão caracterizando um modo de viver em sociedade. Cardozo (2013, p. 84-85) assegura que:

Estudando o tema da pertença religiosa emerge na discussão, e nas entrevistas, a questão do trânsito religioso e o tema da conversão religiosa. Evidentemente, são temas que conjugados as vivências dos próprios jovens

provocam dilemas que abrem a possibilidade de pensar para além do campo religioso: a própria pertença no campo social mais amplo desses jovens. Então é possível compreender que estas fronteiras não são fixas ou definitivas, mas fronteiras móveis e em alguns momentos invisíveis. Estas fronteiras com o campo social mais amplo da vida desses jovens impõe uma ressignificação na própria pertença religiosa, ressignificando-as.

Já no ponto de vista de Wellington Oliveira (2010), os estudos apenas comprovam aquilo que por um bom tempo tem sido analisado pelos(as) cientistas da religião: os(as) cidadãos/cidadãs da pós-modernidade concedem mais valor a sua maneira de crer do que à organização religiosa. As organizações com seu instrumento regulador por inteiro caracterizam comprometer e responsabilidades à proporção que para a juventude o jeito de crer não carece impreterivelmente se alicerçar em uma instituição. Inclusive:

[...] para a Igreja, o jovem é figura importante na modernidade, quando ela evoca, na pessoa do jovem, o legado da fé às futuras gerações, o que antes era permitido e motivado apenas aos adultos. Além disso, é necessário também identificar, no processo de socialização, a importância da mídia e da religião na formação da identidade juvenil. (FERREIRA, 2018, p. 64)

Desde o papado de João Paulo II, a juventude conquista um perfil de protagonista e não mais de coadjuvante ou simplesmente auxiliar, na evangelização para a comunidade católica (FERREIRA, 2018). Wellington Oliveira (2010, p. 1) aborda a relevância da juventude no decurso de transmutação da sociedade, assim como das “[...] formas com que a religião da juventude vem se revelando na atualidade, causando impactos, incertezas e situações de questionamentos e reconstrução de valores religiosos”. Do mesmo modo os(as) jovens e adolescentes, têm representado, primordialmente, os(as) mais obstinados(as) a um desempenho mais dinâmico no espaço da religião-institucional, porém, incoerentemente, são eles(as) os(as) que mais ativam essa “religião midiática” e essa devoção além da Igreja (ADAM; HANKE, 2014).

Declarado por Wellington Oliveira (2010), progressivamente aumenta o interesse de cientistas pelos fenômenos religiosos. Os(As) jovens desse século aparentam ter concedido um inédito sentido para a definição de religião. Na área de comportamento da revista *Isto É online*, Cardoso (2008) explana que estudos de renomados especialistas, há pouco tempo divulgados, aparentam comprovar que:

O jovem brasileiro dá mais valor à fé do que às Igrejas. Ele escolhe professar uma determinada religião por iniciativa própria, não por orientação familiar ou costume. E tem uma relação de intimidade com Deus, sem o temor e a distância tão presentes nas gerações anteriores.

Sincronicamente, Cardoso (2008) também aborda na notícia “A fé da juventude”, divulgada na revista Isto É, que nestas mesmas pesquisas recém-mencionadas, se apresenta que a representação religiosa da sociedade está vivendo mudanças determinantes e relevantes. Porém, isso acontece basicamente devido a manifestação religiosa exposta pelos(as) jovens do que pela relação deles(as) com qualquer religião. Sofiati (2009) explica que no presente momento, a religião e o movimento cultural se caracterizam como os centrais mecanismos de organização da juventude na sociedade. Além de que, essa tendência dos(as) jovens não obrigatoriamente religiosa (porém, ativamente religiosa) proporciona às religiões se transformarem na contemporaneidade uma das indispensáveis maneiras de interação da juventude na sociedade. Entretanto, Sofiati (2009, p. 21) também concluiu com seus estudos que:

A procura principal do jovem é pelo seu processo de inserção na sociedade. O problema é que essa sociedade vive um profundo problema de exclusão. Diante de uma situação de crise, a busca do religioso se configura numa tentativa de reconquistar o futuro como espaço de estabilidade social.

Dessa forma, Sofiati (2009) complementa que a investigação da concepção de futuro da juventude nos apresenta a demanda da necessidade de uma interpretação mais otimizada da vivência jovem no Brasil e indica a instituição religiosa como um essencial ponto de atratividade da juventude. Wellington Oliveira (2010) enuncia que na juventude, as idealizações estão em contínuo alvoroço, o que oportuniza que religiosidades, princípios, costumes e ações sejam reorganizadas em todo o tempo. Além de tudo:

Buscando respostas para questões de fé e de vida, os jovens de hoje fazem escolhas religiosas muitas vezes diferentes de seus pais e irmãos. Surpreendentemente, tal diversidade religiosa não necessariamente faz com que se enfraqueçam laços familiares. Novos arranjos refazem modelos de famílias e também de convivência religiosa entre pais e irmãos que professam distintas religiões. Jovens evangélicos e do candomblé falam sobre discriminação na rua (na escola, no trabalho) e de “aceitação” em casa. (NOVAES, 2018, p. 367)

Manifesta-se em estudo de Wellington Oliveira (2010) que coerentemente, ao se tornarem adultos(as), ainda que não acompanhando de forma literal os valores religiosos dos pais, os(as) jovens terão tempo de elaborar sua religiosidade com bases no que geralmente indagaram e acreditaram. Todos os antagonismos criados no decorrer do período de juventude auxiliam como base para compor suas definições que se formam sobre as experimentações vivenciadas no dia a dia. E, mesmo não acompanhando de forma pontual as percepções adotadas pelos pais, suas escolhas têm por pilar a tradição da família. Da mesma maneira que:

Os jovens já não enxergam a instituição religiosa como sendo única produtora de sentidos religiosos, nem como portadora exclusiva de verdades religiosas. Isso encaminha os indivíduos a não se sentirem incomodados em questionarem as decisões institucionais. Ou mesmo que não questionem, adotem práticas e estilos condenados pela instituição a qual estão filiados. Essas práticas de enfrentamento, ainda que maquiadas, revelam descontentamento e tensão entre as gerações, pois conservam, em seu bojo, sentimentos de renovação e mudança. (OLIVEIRA, W., 2010, p. 11)

Wellington Oliveira (2010) também expressa que no caso dos(as) jovens, o impacto da secularização nos parece mais em destaque pela simplicidade da juventude em perguntar e procurar novas oportunidades. Como resultado, a religião dos(as) jovens parou de ser institucional para ser particular. É apontado na pesquisa de Wellington Oliveira (2010, p. 12) que o jovem contemporâneo não se observa forçado a seguir no idêntico “[...] percurso religioso dos pais, pois se percebe autônomo na configuração de sua forma de crer não vendo necessidade de estar preso a determinações e convenções religiosas tão comuns nas religiões herdadas”. Ademais, especificamente quanto à utilização da *web*, notamos que as pessoas – jovens ou não – têm a oportunidade de determinar referente suas crenças e condutas religiosas na união com outras pessoas, com outras vivências e crenças ao dispor interiormente e exteriormente da mídia (BELLOTTI, 2013). Explica-se que:

Certamente a *internet* produz, alimenta e potencializa posições antagônicas. Porém, poder “acessar” (de casa ou na rua) missas, cultos, demais rituais amplia as possibilidades de autonomia dos jovens de hoje em relação às autoridades e às instituições religiosas. Assim, neste “tempo experimentado”, em que o “real” engloba tanto a dimensão presencial quanto a dimensão virtual, surgem muitas mudanças nos modos de pertencimento institucional e nas maneiras de ter fé. As novas tecnologias espalham religiosidades, produzem subjetividades, alimentam oposições e alianças, mas não se fazem apenas em torno de um centro hegemônico produtor de legitimidade. São vários e simultâneos os espaços de

negociação que interferem nos relacionamentos familiares e nas relações entre juventudes e religiosidades. (NOVAES, 2018, p. 367)

Em entrevista concedida para Azevedo (2018), Patrícia Vieira mencionou que no relacionamento entre a juventude e a fé, as primordiais competências referem-se ao acesso à mensagem e à chance de troca com diferentes jovens acerca de suas práticas de fé. São desmanteladas metáforas e antigos padrões, formando para essa juventude um cenário que beneficia a maturidade da fé por intermédio da informação. Outra possibilidade é a visão de uma comunidade, conjunto de pessoas que é universal, adicionando o(a) jovem em alguma Igreja além-fronteiras, que se manifesta de várias maneiras nas mais numerosas realidades sociais. Comentado por Bellotti (2013, p. 256):

Recentemente, os jovens evangélicos encontraram na mídia um canal de expressão que nem sempre lhes é conferido no interior de suas Igrejas, principalmente nas mais tradicionais. Contudo, ao mesmo tempo, existem Igrejas – recentes e tradicionais - que lançam mão das novas tecnologias de comunicação para engajar a juventude como seus membros ativos.

Consoante com Bellotti (2013), a *web* proporciona observar os relacionamentos que os indivíduos elaboram com suas tradições e aglutinações religiosas bem como com diversos grupos religiosos, auxiliando tanto a mesclar quanto a anunciar suas identificações religiosas. Azevedo (2018) expõe em texto no *site* do Instituto Humanitas Unisinos a entrevista com Patrícia Vieira que crê que o aumento das declarações de ódio “[...] nas redes sociais, mas não só nas redes sociais, é um processo que se dá em todas as esferas da sociedade. Ficando, no entanto, mais explícita e visível entre os/as jovens”.

Em contrapartida, nos fóruns do Orkut e do Facebook, os(as) jovens evangélicos(as), cheios(as) de incertezas referentes à atuação mais oportuna como efetivos(as) cristãos/cristãs, buscam explicações entre seus/suas semelhantes através da partilha de vivências e ensinamentos. Por isso, a *web* transforma-se em um instrumento de orientação religiosa, em que o(a) fiel pode achar escritos sagrados, estudos teológicos e ensinamentos bíblicos, suporte e afabilidade (BELLOTTI, 2013).

Os intertítulos a seguir têm como foco explicar e detalhar informações sobre os 4 (quatro) movimentos religiosos estudados nesta dissertação, sendo 2 (dois) da religião católica e outros 2 (dois) da religião evangélica. O CLJ (Curso de Liderança

Juvenil) e a Sociedade dos Guelfos são os grupos católicos. Já os evangélicos são a FJU Gaúcha (Força Jovem Universal Gaúcha) e o Jovens Encontros de Fé. Através destas descrições, se entende um pouco mais o que é cada um dos movimentos, suas histórias, objetivos, características, metodologias, posicionamentos, projetos, eventos, ações sociais, ritos, curiosidades, diferenças, encontros, estilos de publicações e temáticas, progresso no decorrer dos anos, etc.

4.3.1 CLJ – Curso de Liderança Juvenil: a transformação do retiro de crismandos(as) para um grande movimento de evangelização de jovens

Efetivo no Instagram desde 2017, mas impactando a vida de uma enormidade de jovens desde 1974, o CLJ hoje já tem em sua história 662 (seiscentos e sessenta e dois) retiros divididos entre 528 (quinhentos e vinte e oito) CLJ 1 (um), 97 (noventa e sete) CLJ 2 (dois) e 37 (trinta e sete) CLJ 3 (três) na capital gaúcha. Presente em mais de 30 (trinta) paróquias da Diocese Porto Alegre e atuante em mais de 100 (cem) cidades do Rio Grande do Sul e 4 (quatro) estados, este movimento arquidiocesano juvenil da Igreja Católica atua com jovens de 13 (treze) a 25 (vinte e cinco) anos de idade.

Com grande importância para a juventude católica, o CLJ para o fundador do grupo, Dom Zeno Hastenteufel é um: “Movimento inspirado pelo Espírito Santo”, como mencionou em 2016, ao escrever o prefácio do livro “O CLJ me enganou”, escrito por Rigatti (2017, p. 15). Conforme Rigatti (2017), o movimento é intenso, gera novas percepções, ressalta os valores e as potências de jovens lideranças, suas identidades, indica a relevância de cada um(a) na sociedade, produz autoconhecimento, autoestima, sentimentos, inclusão social, discernimentos sobre a vida e conversões de pessoas que buscam compreender sua vocação e se encontrar espiritualmente com Cristo.

Figura 1 – Integrantes do CLJ em 2019 cantando nas ruas do bairro Cidade Baixa em direção à Paróquia Sagrada Família para o Festival de Música Católica, conhecido como Ruah



Fonte: Página do Facebook Vicariato CLJ Porto Alegre⁴

Segundo artigo escrito por Dom Zeno Hastenteufel (2007), onde a origem do CLJ e sua trajetória são explicadas, uma diversidade de fatos ocorreram até a percepção da necessidade e importância de criar o movimento. Hastenteufel (2007) comenta que nos anos 60, existia uma pastoral da juventude grandiosa na cidade de Porto Alegre, a Ação Católica que utilizava a metodologia de “ver, julgar e agir” e era formada pela JAC (Juventude Agrária Católica), JIC (Juventude Independente Católica), JOC (Juventude Operária Católica), JUC (Juventude Universitária Católica) e a destacada JEC (Juventude Estudantil Católica), que conseguia unir em torno de 20.000 (vinte mil) jovens em grandes caminhadas e presente na maior parte dos colégios católicos da cidade e públicos, como no Protásio Alves, Julinho, Inácio Montanha e Parobé.

Após o regime militar, os(as) juvenis continuaram participando de grupos de jovens, como o Movimento Estudantil Floresta, porém, havia uma tensão entre eles(as) e a Igreja, por isso, não iam às missas e nem seguiam os sacramentos como conta o Dom Zeno Hastenteufel (2007) que também cita que observou tudo isso ao começar o trabalho na Paróquia São Pedro em 1973. Atento a estes detalhes, o bispo que na época era um recém-ordenado, aponta que ficou sabendo do Movimento de EMAÚS que veio de São Paulo através do Padre Urbano Zilles e inspirado no retiro deste grupo, em 14 e 15 de julho de 1974 unido com a Irmã

⁴ Disponível em:
<<https://www.facebook.com/vicariato.cljportoalegre/photos/a.2584498685170734/2584499975170605>>. Acesso em: 27 jul. 2021.

Jocélia Scherer, 8 (oito) monitores, 1 (um) casal, 19 (dezenove) jovens e 1 (um) roteiro improvisado, ocorreu o então Retiro dos Crismandos. Dom Zeno, no ano de 2009, em entrevista dada a Juliano Rigatti (2017, p. 42-43) disse que a:

[...] metodologia principal era fazer o jovem se encontrar com Jesus Cristo, ter uma experiência de Deus. Se ele, uma vez só, se desse conta de que Jesus Cristo estava ali vivo, ele mudava. Essa convicção nós tínhamos e temos até hoje. O jovem precisa perceber que Jesus está vivo no sacrário, que vem a nós pela comunhão, que ele não é alguém do passado, mas que está aqui hoje, vivo, presente. Foi o mesmo que aconteceu com Paulo em Ato dos Apóstolos, capítulo nove. Ele era perseguidor de cristãos e inimigo de Jesus Cristo. No meio do caminho de Damasco, para onde ele iria para prender e matar cristãos, ele é ofuscado por uma luz, cai por terra e ouve uma voz: “Saulo, por que me segues?”. Naquele momento, ele larga tudo e vai ser o grande apóstolo Paulo. Deus o faz enxergar e ele assume: “Para mim, agora, viver é Cristo”.

A escritora e jornalista Rocha (2020), em seu livro “Crer e saber: pilares da vida de Urbano Zilles”, pontua que este padre participou deste encontro dando uma palestra sobre Jesus Cristo e que os(as) jovens apreciaram de forma tão positiva o retiro, que a partir daí se fundou e concretizou-se o nome Curso de Liderança Juvenil (CLJ). Já o participante do movimento Carlos Eduardo (2020) em uma apresentação *online* disponível na *internet* (provavelmente para demonstração em retiro), publicou que para cativar e fascinar a juventude apresentando Jesus e incentivando eles(as) a descobrir, seguir e amá-lo, durante este primeiro retiro explicaram mais sobre a Igreja, os sacramentos, o mundo atual da época, família, o que é ser um(a) jovem ideal e confissão.

Este movimento católico para jovens e feito por jovens, visava ajudar na construção de seus caminhos. A partir do que explana Hastenteufel (2007), o segundo retiro foi ainda melhor, na perspectiva do bispo. Com esta resposta afirmativa, o CLJ, hoje conhecido como um movimento Arquidiocesano, na época teve que organizar suas próprias pastas, palestras, cursos de dirigentes, Diretrizes e Bases e músicas, afinal, os colégios próximos às paróquias participantes começaram a se interessar e a busca de jovens para inscrição nos cursos aumentou grandiosamente após os comentários dos(as) adolescentes que já tinham vivenciado essa experiência e a implantação do movimento em paróquias de Porto Alegre, no restante do estado e até mesmo no Uruguai. O resultado foi tão positivo que o CLJ ficou famoso, a juventude voltou a estar presente nas missas, assumiu uma missa jovem e faziam encontros até mesmo na praia durante as férias.

Visto como um curso de descobertas para adolescentes, a organização baseou-se em cinco diferentes descobrimentos que Dom Zeno Hastenteufel (2007, p. 4) descreve:

1º - O mundo: com seus problemas, seus valores e desvalores. Este é o mundo em que nós vivemos e esta fase está centralizada na palestra “O dia de hoje”. 2º - O jovem: em uma fase de profundas transformações biológicas e psicológicas, atraído para um mundo de ídolos e máscaras. 3º - Jesus Cristo: verdadeiro Deus e verdadeiro homem, o Pontífice, isto é, aquele que faz a ponte que liga os homens a Deus. Diante de Cristo, o jovem dá a sua resposta pela vivência da fé, assumindo os sacramentos, especialmente a confissão e a comunhão. 4º - A família: o lugar privilegiado para uma educação integral, mas também o ambiente muitas vezes cheio de conflitos e difícil. Mas, na família é possível acontecer uma transformação rápida e profunda quando existe o diálogo e a disposição de pais e filhos. 5º - A Igreja: o povo de Deus, onde o jovem tem vez e voz. O jovem é Igreja e cabe a ele apresentar a “face jovem da Igreja, através de um grupo atuante e transformador”.

Buscando trabalhar a perseverança, luz, evangelização e mostrar o melhor de cada um(a) dos(as) participantes, o tripé do movimento, como explanado por Carlos Eduardo (2020) é o estudo, piedade e ação. Unificado a essa questão, é interessante citar que no *site* da Diocese Vacaria (s.d.) explica-se que o movimento guia os(as) jovens para que seus caminhos sigam a partir dos 5S: Seriedade, Semanal, Simplicidade, Sinceridade e Sigilo.

Os retiros que normalmente são feitos em locais mais afastados da zona urbana e mais próximo da natureza (zona rural) são secretos, carregados de mistérios, onde as vivências não podem ser compartilhadas com quem não participou, gerando uma tamanha curiosidade nos(as) demais. Em uma primeira organização das Diretrizes e Bases do CLJ, o curso, de acordo com Hastenteufel (2007), era conhecido como Momento e durava 3 (três) dias. Após o curso, quem havia participado se direcionava para o Movimento, ou seja, o seguimento em um caminho de fé e perseverança que era formado por reuniões de grupos onde havia experiências cristãs e quem direcionava os(as) juvenis eram os(as) chamados(as) tios(as), sendo os casais de adultos participantes do CLJ. Também havia o curso de dirigentes, que funcionava da seguinte forma: após 1 (um) ano perseverando, o(a) adolescente participante do movimento podia fazer este curso e assim trabalhar em um retiro futuro e depois de 2 (dois) anos do seu retiro, poderia então dar um testemunho ou até mesmo uma palestra no CLJ Momento, lembrando que o máximo eram 3 (três) vezes que cada pessoa poderia dar palestras em cursos diferentes.

Após mudanças nas Diretrizes e Bases, o bispo Hastenteufel (2007) manifesta que a formatação dos cursos foi diretamente afetada, sendo assim, o CLJ Momento ficou então conhecido como CLJ 1 (um), sendo o retiro inicial de 3 (três) dias e antes dele ocorre o Pré-CLJ, onde aproximadamente 6 (seis) meses antes do CLJ 1 (um) o participante precisa estar envolvido já com o movimento. Depois do CLJ 1 (um) e tendo perseverado através das reuniões de grupo e trabalhado em algum departamento da organização doando seu tempo para o grupo e sociedade através da organização da missa do final de semana, cantar ou tocar na missa fazendo parte do folclore⁵, organização de eventos culturais ou na preparação dos participantes para o curso seguinte e encontros nos sábados, esse indivíduo tem a possibilidade de participar do CLJ 2 (dois), outro curso de 3 (três) dias onde se estudava a espiritualidade do trabalho no CLJ, do movimento, técnicas para exercer o papel de monitor, dar palestra ou participar da mesa dirigente, além de temáticas bíblicas (Salmos, Evangelhos, Profetas, Atos, Novo Testamento e Cartas Paulinas).

Dom Zeno Hastenteufel (2007) ainda acrescenta em seu trabalho que após o(a) jovem ter concretizado a sua participação no CLJ 2 (dois), ficaria automaticamente capacitado(a) para atuar nos futuros cursos se continuasse participando dos encontros aos sábados e de algum departamento do movimento. Após 2 (dois) anos dessa perseverança pós CLJ 2 (dois), o(a) jovem contava com a possibilidade de ser convidado(a) para participar do CLJ 3 (três), momento em que eram treinados(as) para serem coordenadores(as) e bases do curso através de estudos da Igreja, como sua história, lutas, sofrimentos, lideranças e a doutrina social. De uma forma resumida, o bispo expõe que: “O certo é que o CLJ até hoje só nos deu alegrias e está implantado como uma grande esperança para a Igreja” (HASTENTEUFEL, 2007, p. 6).

Atualmente, referente a questões administrativas do movimento, como demonstrado por Carlos Eduardo (2020), existem o PSP (Pequeno Secretariado Paroquial) que tem o objetivo de administrar o CLJ de uma paróquia específica, a Presidência, que é formada pelo Presidente, Diretor Espiritual, Vice-Presidente, Casal Bem-Estar, Casal Financeiro e Secretário e também o Vicariato, que é uma união de jovens que atua no gerenciamento do CLJ da cidade como um todo, buscando unificar e alavancar o trabalho da diversidade de paróquias. O Vicariato de

⁵ Grupo de participantes do movimento que cantam e tocam durante as missas.

Porto Alegre hoje conta com mais de 4.000 (quatro mil) seguidores(as) e curtidas na sua página do Facebook (atuante no mínimo a partir de 2015) e alcance de pouco mais de 1.000 (um mil) seguidores(as) no Instagram (presente desde 2017).

O Facebook e o Instagram são as duas redes sociais de maior destaque, porém, os números de seguidores(as) e curtidas são mais baixos que em alguns outros movimentos religiosos, porque cada grupo de CLJ pertencente as Igrejas envolvidas com o movimento têm suas redes sociais próprias também, assim o do Vicariato apenas concentra informações gerais do movimento por inteiro. Por exemplo, são encontrados mais de 30 (trinta) perfis de diferentes grupos de CLJ no Instagram e mais de 10 (dez) contas no Twitter. Administradas pelos(as) jovens participantes do grupo, as redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter e YouTube) do Vicariato de Porto Alegre contam com publicações como: vídeos de músicas do folclore, *lives*, memes, registros fotográficos dos grupos das paróquias, informações sobre a missa e outros eventos católicos, fotos dos(as) participantes dos retiros, curiosidades da Bíblia, dicas de livros e músicas, histórias de santos e outros aprendizados bíblicos.

Com uma liderança trabalhada com foco na Igreja e na sociedade, atuando em busca de ser e sentir Igreja, essa juventude cristã pertencente à Igreja Católica e integrante do Curso de Liderança Juvenil em Porto Alegre promove encontrões entre CLJs, busca entender suas vocações pessoais (matrimônio, sacerdotal ou religiosa), organiza ações sociais e eventos, continua se encontrando semanalmente aos sábados, cantando, dançando, rezando e estudando a Bíblia e assuntos variados em encontros, piqueniques, missas, palestras, momentos de vigília e no festival de música católica, conhecido como Ruah. Com São Pedro como padroeiro do movimento, a organização se dá a partir de inúmeros indivíduos com diferentes funções formando os secretariados diocesano e paroquial. Resumindo, são quase 48 (quarenta e oito) anos de história do CLJ em Porto Alegre, contando com mais de 180 (cento e oitenta) jovens envolvidos(as) atualmente e aproximadamente 30 (trinta) grupos.

4.3.2 Sociedade dos Guelfos: uma mistura de fé com tempos medievais

Carregada de mistérios que geram curiosidade e fazem referência a uma cultura medieval, a Sociedade dos Guelfos existe desde meados de 2003, tendo 19

(dezenove) anos de existência em Porto Alegre, no estado do Rio Grande do Sul e representa a Igreja Católica jovem. Segundo a página do Facebook da Sociedade dos Guelfos ([2011?]), que conta com mais de 1.000 (um mil) pessoas seguindo e curtindo, o grupo busca: “Evangelizar os jovens com novos métodos, novas expressões e novo ardor, para anunciar Jesus Cristo, Caminho, Verdade e Vida”. Os encontros das aldeias dos jovens⁶ em alguns momentos são abertos para as pessoas interessadas em conhecer a sociedade e em outros fechados apenas para participantes, mas isso sempre é comunicado via redes sociais antecipadamente, porém, as duas aldeias existentes têm reuniões que ocorrem em paróquias diferentes, a Aldeia São Miguel localiza-se na Paróquia Senhor Bom Jesus (Avenida Protásio Alves, 5802) todos os domingos após as missas das 19h e a Aldeia São Pedro na Paróquia Nossa Senhora de Mont’Serrat (Rua Anita Garibaldi, 1121) também tendo encontros após as missas das 19h.

Conforme descrição do Facebook da Sociedade dos Guelfos ([2011?]) considera-se que ela é: “[...] um grupo de pessoas que procuram viver sob o mesmo ideal: o Evangelho de Cristo. Ser ‘guerreiro’ é mais que participar de um grupo: é um estilo de vida. É viver este ideal em cada momento, em cada batalha da vida”. Os(As) participantes do movimento são conhecidos(as) como guerreiros(as) e Jesus, Deus e Espírito Santo além de serem considerados uma única pessoa, nomeia-se como General.

A Santa Joana D’Arc é uma grande inspiração para a juventude participante que tem idade superior aos 18 (dezoito) anos, assim como inúmeros santos que para eles(as) são vistos como heróis, ao contrário dos dragões, que são vistos como os desafios diários, os pecados. Seguindo essa linha de raciocínio utilizam elementos medievais em sua comunicação (espada, escudo) e na própria vestimenta dos(as) participantes com túnicas que possuem combinações de cores como, por exemplo, branco e vermelho e marrom e vermelho simbolizando capas de guerreiros(as), armaduras de ferro que lutam contra o mal defendendo a verdade de Deus.

⁶ União de jovens participantes da Sociedade dos Guelfos.

Figura 2 – Guerreiros da Sociedade dos Guelfos usando suas capas



Fonte: Página do Facebook Sociedade dos Guelfos⁷

O nome Guelfos conforme citado na Página do Facebook do movimento ([2011?]):

Remonta ao século XI, onde houve uma luta em razão das investiduras. O imperador alemão se outorgou o direito de nomear bispos, contrariando a Igreja Católica. Houve então uma guerra entre defensores do Papa os Guelfos e os partidários do império, os Gibelinos. Os Guelfos adotaram este nome com o sentido de estar na defesa do Papa, da Igreja e dos ensinamentos de Cristo.

Presentes no Instagram desde 2018 alcançando já um número equivalente a mais de 400 (quatrocentas) publicações e 700 (setecentos(as)) seguidores(as), todos os dias publicam nos *stories* o Evangelho do dia mencionado por algum(a) jovem participante do grupo. Além disso, também desenvolvem *lives*, publicam vídeos no IGTV e fazem encontros abertos de forma *online* sobre Quaresma, pandemia, vida espiritual, entretenimento, Eucaristia, apostolado, práticas de piedade, Catecismo, autoconhecimento, exame de consciência, o verdadeiro significado de lar, solidão, temperamentos e família.

Anteriormente à pandemia, o movimento fazia eventos como a Feijoada dos Guelfos, Brechó do Guerreiro, Festa Junina, Disputacio (uma competição sobre determinado assunto religioso católico abordado), Ducado de Vivarium (espaço de partilha e trocas de percepções sobre assuntos da realidade atual) e o SOS Comunas que é um momento de confraternização com música e partilha para

⁷ Disponível em:
<<https://www.facebook.com/sociedadedosguelos/photos/a.245714788854645/730244897068296>>.
Acesso em: 27 jul. 2021.

receber os(as) guerreiros(as) participantes das aldeias e também seus/suas amigos(as) que têm curiosidade de conhecerem mais sobre a Sociedade. Ademais também organizavam ações sociais, por exemplo: doações para o Lar Santo Antônio dos Excepcionais, doação de sangue e visita ao Lar Don Luís Guanella. Durante a pandemia, seguindo a Ordem de São Francisco de Assis recolhem doações de alimentos e fazem campanha do agasalho para ajudar os(as) moradores(as) de ruas com roupas e marmitas nas quartas-feiras.

Os(As) interessados(as) em fazer parte da Sociedade dos Guelfos, conhecidos(as) como aspirantes, precisam participar de dois momentos: o primeiro nomeado como recrutamento que é um encontro inicial onde são dadas algumas orientações para o retiro e o segundo é o retiro, sendo a principal prática para integrar o movimento, que ocorre duas vezes ao ano e é conhecido como Comuna, durando em média 3 (três) dias, tendo tanto jovens homens quanto jovens mulheres, número de participantes que variam e sempre obtendo um santo como padroeiro. Com rituais que envolvem fogueira e uma bandeira medieval que os(as) representa, já ocorreram 33 Comunas nos anos de existência do movimento. Porém, não são apenas os(as) aspirantes que participam da Comuna, pois os(as) chamados(as) guerreiros(as) também trabalham durante o retiro, mas antecipadamente fazem um treinamento conhecido como retiro da preparação onde ambas as aldeias se integram.

Com inúmeros momentos de Adoração ao Santíssimo Sacramento e posicionados(as) contra o aborto, a favor da santidade e em defesa da vida, junto às virtudes, espiritualidades e vocação de cada integrante, a Sociedade dos Guelfos vive encontros formativos que muitas vezes são abertos para outras pessoas participarem e estudarem com eles(as) sobre aspectos que ligam a fé e a Igreja, abordando temas muito variados como aborto, santidade, modéstia, indulgências, política, apostolado, o sacramento da confissão e as obras de misericórdia, culto eucarístico fora da missa, beleza, o bem, depressão e ansiedade, alcoolismo e seus malefícios, empatia, etc. Durante uma entrevista para o repórter Itamar Melo (2013) da Gaúcha ZH, a integrante do movimento Bruna Caroline Oliveira Pedro comentou sobre a Sociedade dos Guelfos:

Uma sociedade de guerreiros católicos em guerra espiritual. A luta contra o pecado é como uma batalha. Hoje os dogmas da Igreja estão sendo questionados, e nós somos hostilizados. Nosso martírio não é de sangue,

como o dos primeiros cristãos, mas somos perseguidos moralmente. Cada um de nós tem de ser um guerreiro da luz no local em que está inserido.

Em 2018, como citado no Instagram do movimento, fundou-se a Ordem da Sagrada Família que conta com pessoas que fizeram ou não a Comuna, mas que principalmente desejem alcançar a santidade⁸ que segundo eles(as) vem sendo atacada negativamente na atualidade. Em textos de 2021, ainda na rede social Instagram da Sociedade dos Guelfos, cita-se que não é possível participar da Ordem pessoas solteiras, que moram juntas (mas não são nem namorados ou noivos), casais de namorados e noivos que não tenham divulgado ainda quando será o matrimônio.

Outro detalhe importante apontado no perfil do Instagram da Sociedade dos Guelfos (2021) é a missão da Ordem, sendo “Intensificar o combate espiritual contra todas as hordas do maligno. Cuidar de todas as famílias dispostas a combater o bom combate, dispostas a proteger seus membros da maldade”. Assim, aponta-se também em uma publicação de 2021 deste mesmo Instagram que os casais participantes da Ordem da Sagrada Família precisam saber administrar e conduzir suas famílias para um caminho espiritual, de formação e financeiro positivo.


4.3.3 Força Jovem Universal Gaúcha: um processo de salvação através da aproximação de Cristo

A descrição deste movimento jovem cristão evangélico inicia-se com um trecho destaque da música “Contigo Deus Agora Sou Feliz” escrita por jovens da Força Jovem Universal Gaúcha (2019), mais conhecida como FJU Gaúcha e nesse verso que para muitos(as) pode ser só mais um de uma música, carrega-se uma história de transformação através de palavras de impacto, segue:

Quando cheguei na força jovem universal sem chão não tinha forças pra lutar, suicídio era o meu pensamento, nas drogas, na prostituição e no álcool achava que era a solução, mas mal sabia eu que não era o fim. Jesus tocou em mim, mudou meu coração, quero gritar pro mundo que tu és a solução.

⁸ “Para os cristãos, viver uma vida de santidade ao Senhor significa abdicar de práticas que são consideradas abomináveis diante de Deus. Significa viver comprometido com tudo aquilo que é tido como ‘santo’, no sentido de ser honesto, limpo, louvável, correto, benigno etc.” (*SITE SIGNIFICADOS*, s.d.). Disponível em: <<https://www.significados.com.br/santidade/>>. Acesso em: 10 dez. 2021.

Alcançando números maiores que as redes sociais do CLJ VICA POA e a Sociedade dos Guelfos, a Força Jovem Universal Gaúcha tem mais de 85.000 (oitenta e cinco mil) curtidas e seguidores(as) em sua página do Facebook. O grupo FJU Gaúcha apresenta-se nesta rede ([2014?]) apontando que a Força Jovem Universal em geral origina-se no mesmo período da fundação da Igreja Universal do Reino de Deus e diz possuir milhões de jovens brasileiros(as) envolvidos(as) em seus encontros e ações pelo país. O foco deste movimento, como citado em sua página do Facebook ([2014?]), é alcançar a juventude que acabou se envolvendo com entorpecentes (drogas e alcoolismo), crimes e/ou dependências psicológicas e físicas que afetam diretamente no desenvolvimento de suas vidas, através de eventos culturais, ações sociais, vivências esportivas e experiências espirituais. Em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, a Força Jovem Universal Gaúcha tem sua sede fixa na Rua Comendador Manoel Pereira, 213 e seus encontros são aos sábados às 16h.

Com mais de 30 (trinta) anos de história, trabalhando o social e o espiritual com uma diversidade jovem, a FJU Gaúcha recebeu em 2007, como Martins (2013), editor do *site* da Prefeitura de Porto Alegre, aponta, a maior honraria da Câmara de Vereadores de Porto Alegre, conhecida como Comenda Porto do Sol que agradece e parabeniza a disponibilidade e atuação concedida para os(as) moradores(as) porto-alegrenses. Liderado pelo pastor Leandro Oliveira, o grupo possui um canal no YouTube com um número superior a 10.000 (dez mil) inscritos(as), contando com vídeos de vigílias, cultura *show* e programas do Conexão Jovem trabalhando temas como *bullying*, depressão, auto-mutilação, balada, transtornos emocionais, solidão, tecnologia, etc. No Twitter do movimento gaúcho ([2011?]), contando com além de 15.000 (quinze mil) seguidores(as), trazem a descrição: “Formando jovens Visionários e de personalidade! Nós acreditamos em  VOCÊ!”, já no Instagram, atuante desde 2013, possui mais de 6.000 (seis mil) publicações que conquistaram mais de 56.000 (cinquenta e seis mil) seguidores(as).

A juventude participante também está presente em projetos e setores dentro da Igreja Universal. Uniformizados(as) conforme as áreas de atuação que compõem projetos como indicado pelos jornalistas Barcellos, Marchand e Freitas (2018), do *site* da Câmara Municipal de Porto Alegre:

Atalaia - É composto por obreiros e jovens que têm o compromisso de evangelizar e, para isso, criam estratégias para atrair a juventude para a Igreja Universal. O trabalho é feito pelas ruas dos bairros e até por meio de visitas às casas dos que solicitam. Mídia – Trata-se de uma agência de comunicação formada apenas por voluntários, que são responsáveis por cobrir eventos. Por meio das mídias e redes sociais, eles divulgam o trabalho da FJU. Uniforça – Os voluntários da FJU se mobilizam para fazer ações sociais, prestam auxílio na organização de grandes eventos e campeonatos e ainda dão apoio em grandes emergências e tragédias. Projeto Uni – Tem o intuito de estimular, colaborar e desenvolver o lado intelectual, profissional, pessoal e espiritual de jovens formados ou formandos em curso superior. Promove encontros mensais, feiras vocacionais e formaturas e possui uma central de currículos, para o direcionamento para estágios ou vagas de empregos. Esportes – Os participantes praticam diversas modalidades esportivas, que proporcionam atividade física e difundem valores como determinação, perseverança e disciplina, resgatando pessoas e as reinserindo na sociedade.

No perfil do Instagram da Força Jovem Universal Gaúcha (2015) são citados outros projetos com os quais os(as) juvenis se envolvem, sendo eles: Cultura FJU (união de jovens que desejam aprender performances artísticas ou já cantam, dançam, interpretam teatralmente e formam bandas que se organizam para apresentações nos eventos e reuniões da FJU), Secretárias FJU (equipe de mulheres voluntárias que auxiliam as pessoas espiritualmente e também ajudam a liderança da FJU na aplicação do trabalho administrativo), Cidadania FJU (formado por juvenis que atuam em favor da democracia e organizam ações sociais para ajudar pessoas carentes), Gladiadores no Altar (formação de homens direcionados ao altar, trabalhando com disciplina e ordem para saberem encarar os desafios como Deus), Nota 10 FJU (com foco em ajudar na iniciação acadêmica e junto a professores(as) qualificados(as) são oportunizados cursos preparatórios e de reforço escolar, libras e idiomas) e o Arcanjos FJU (juventude em busca de resgatar antigos(as) participantes do movimento para voltarem a seguir o caminho de Deus).

Aliados(as) ao bispo Edir Macedo (fundador da Igreja Universal), utilizando as *hashtags* #FJUGaucha e #MeuAlvoÉOAltar e com o lema que “Ser jovem é ser visionário”, como apontado no Facebook do movimento gaúcho, possuem um programa na Rede Aleluia (FM 100.5) nos sábados às 14h. Unificando muitos(as) jovens que desejam ajudar o próximo a seguir um caminho, na visão deles(as), com alegria, amor, sucesso profissional e luz em busca da aproximação com Deus através da espiritualidade, longe das tentações do mal, como as drogas (lícitas e ilícitas), a Força Jovem Universal Gaúcha visa possibilitar estratégias para seguir este percurso ideal, como o entretenimento onde são organizadas gincanas,

passeios turísticos, *shows* artísticos em grandes eventos do Rio Grande do Sul (exemplo: Natal Luz na cidade de Gramado), *EvangelStyle* RS (apresentações de dança em lugar público), festival de talentos (*Cultura Live Show*, *Cultura Night Sul*), *flash mob* (dança inesperada em algum lugar urbano com grande fluxo de pessoas que inicia em um espaço por uma pessoa e assim vai aumentando o número de participantes), comemoração de datas comemorativas como o Dia Internacional da Mulher em grandes estádios e o Dia da Consciência Jovem (evento com grafite, música e dança), oficinas de teatro e *hip hop*, *mateada* (encontro de evangelização com roda de chimarrão), Oscar FJU de curtas, Copa FJU Gaúcha de futebol, circuito e torneios esportivos, Luau FJU, Cine Jovem, entre outros tantos.

Com eventos de alta repercussão, principalmente em notícias da emissora Record, destaca-se o “Saiba Dizer Não” da Força Jovem Universal no *site* do Banco de Alimentos (2016), informando que este evento acontece em todo Brasil, inclusive no Rio Grande do Sul abordando temáticas da realidade do(a) jovem e com foco em discursos que visam a conscientização de dizer não as drogas, racismo, violência, suicídio e *bullying*. Efetiva em todas estas celebrações, a música reflete positividade com a juventude cristã e é através dela que se conquista e atrai os(as) juvenis.

Figura 3 – Encontro Jovem #FJU, chamado “A preparação!” em fevereiro de 2020



Fonte: Página do Facebook FJU Rio Grande do Sul⁹

Picelli (2018), escritora no *site* oficial da Igreja Universal do Reino de Deus, afirma que é através da música que os(as) jovens evangelizam, citam a Palavra de

⁹ Disponível em:
<<https://www.facebook.com/ForcaJovemGaucha/photos/a.2828780587170302/2828782570503437>>
. Acesso em: 27 jul. 2021.

Deus e direcionam o Evangelho aos/as que necessitam descobrir a verdadeira felicidade. Após uma transformação de vida profissional e pessoal, a cantora Débora Macedo foi entrevistada por Picelli (2018) para o *site* da Igreja Universal, onde diz que:

Por meio do trabalho desenvolvido com a música, eu conheci o grupo Força Jovem Universal (FJU) e conheci a Deus verdadeiramente. E foi por conta desse trabalho que nós nos firmamos com Ele. Hoje podemos dizer que usamos o nosso talento para agradar a Deus e ganhar almas e resgatar, inclusive, os nossos amigos que eram da noite e que agora vêm conhecer o trabalho da FJU nesses eventos realizados pelo grupo.

Pensando em trabalhar a autoestima, confiança e a fé em si próprios(as) e em Deus, como cita na sua página do Facebook ([2014?]), a FJU Gaúcha foca presencialmente com pavilhões cheios e de forma digital com muito engajamento na recuperação dos(as) jovens, considera casais de pastores como seus exemplos, vivencia momentos de oração e consagração, divulgam as redes sociais de lideranças e políticos cristãos evangélicos em suas redes sociais, assim como livros (exemplos: *Sexy Girls*, *A Dama de Fé* e *Namoro Blindado*) e filmes de origem bíblica, apresentam através de testemunhos a mudança de vida de jovens em relação as drogas e proporcionam noites nomeadas como: *Salvação*, *Vencedores* e *Avivamento*. Os encontros destes(as) juvenis são conhecidos como *Frequência Jovem* ou algum nome que atrai e gera curiosidade, como “*O Fugitivo*”, “*Imaginação*” e “*Olha pra cá*” e aborda assuntos variados, mas ligados a Bíblia, como: personalidade, fé, coragem, tempo, prioridades, superação, modismo, liderança, testemunhos, Espírito Santo, perdão, combate aos vícios, caráter, racismo, futuro, liberdade, talentos, foco, felicidade, família, salvação, juventude, mentira, equilíbrio, estilo, *bullying*, violência, preconceito, valores, vida sentimental, virtudes, obediência, pecados, alegria, disciplina, sabedoria, sonhos, terapia do amor, homens excelentes, humildade, medo, tempo, trevas, luz, esperança, amizade, solidão, ansiedade, perseverança, sucesso, escolhas, a importância da vida, depressão, eternidade, etc.

Abordam temas como as drogas, os cuidados no trânsito e contra o suicídio, buscam capacitar a juventude através de *workshops* e treinamentos de jornalismo, *marketing* pessoal, fotografia e culinária, impulsionam vivências femininas,

precisando o que identificam como os papéis das mulheres¹⁰ e dando dicas de moda, aprendendo como fazer penteados e maquiagem. A Força Jovem Universal Gaúcha participa e proporciona unido a Igreja Universal espaços de vigília para a comunidade evangélica, exemplos: Vigília da Revolução, da Liderança, da Virada, dos Visionários, do Extraordinário, dos Fortes, do Espírito Santo, da Conexão, dos Escolhidos, Vale a pena viver, do Resgate, dos Talentos e da Amizade. Há um momento muito especial neste movimento, na visão dos(as) seguidores(as), que é o batismo, carregando o significado de um novo início de vida e para celebrar este momento, organiza-se a FJU *Night* que é uma experiência em que jovens são batizados(as) usando túnicas, dentro de pequenas piscinas com água e com suas cabeças sendo colocadas para trás como em um mergulho rápido, mas vivido como algo de muita relevância e emoção.

O departamento social da Força Jovem Universal Gaúcha, unindo os(as) jovens participantes do grupo e atraindo outros(as), pratica ações de combate ao uso de drogas, mas também prepara campanhas de doação de sangue, alimentos, agasalhos (roupas e cobertores) e livros para os(as) mais necessitados(as). Pensando nas comunidades carentes, ajudam as mesmas a exercerem seus papéis de cidadãos/cidadãs os(as) orientando para solicitarem o título de eleitor e ajudando através de cursos gratuitos, uma forma de as(os) direcionar para o mercado de trabalho.

Em lar de idosos e localizações não privilegiadas, entre sorrisos e brincadeiras, os(as) jovens ajudam cortando cabelos e assim entendem levar a Palavra de Deus através de cada uma dessas atitudes. Entre todas estas ações, uma que foi bastante destaque gerando uma notícia no jornal Correio do Povo em 2020, escrita por Gabriel Guedes, foi a de dispersão das cartas amarelas no mês de setembro pela praça Encol, na cidade de Porto Alegre, com mensagens positivas e contatos de ajuda da FJU Gaúcha. Assim como a Operação Praia Limpa, o movimento Força

¹⁰ Conforme notícia de título “Os papéis da mulher” no *site* da Igreja Universal, escrita por Vieira (2016), a palestrante e escritora Cristiane Cardoso durante uma reunião do *Godllywood* Auto Ajuda (grupo exclusivo de meninas e mulheres da Igreja Universal do Reino de Deus), citou que a mulher não necessita ser perfeita, porém, através da sabedoria que vem de Deus, pode ser extraordinária e íntegra em todos os âmbitos de sua vida. Além disso, nesta mesma notícia desenvolvida por Vieira (2016), é apontado que Cristiane Cardoso nesta reunião também mencionou algumas dicas para as mulheres no decorrer de sua palestra sendo elas: A filha precisa honrar os pais; Ser mãe é um talento natural, mas requer dedicação; O papel da esposa é cuidar e respeitar o marido; A solteira não deve buscar apenas o sucesso profissional; Ter excelência na postura profissional é importante. Disponível em: <<https://www.universalchurchusa.org/pt/post/os-papeis-da-mulher/>>. Acesso em: 11 dez. 2021.

Jovem Universal Gaúcha busca ajudar além da juventude, a sociedade e o meio ambiente através de ações que visam sua preservação através da coleta de lixo e limpeza de áreas como as praças.

4.3.4 Jovens Encontros de Fé: um *show* de louvor

Palco, luzes, canto, instrumentos, banda completa, músicas, jovens, alegria, pavilhão cheio, cadeiras enfileiradas, ambiente mais escuro, passinhos, diversidade de vozes, sorrisos e emoção. Quando se imagina tudo isso junto em um mesmo lugar logo se pensa em um *show*, mas unificando tudo com fé, louvor, mãos para o alto e púlpito transparente com Jesus mencionado, resumidamente se definem os pontos que compõem os cultos juvenis do movimento Jovens Encontros de Fé. Fora de qualquer estereótipo que já tenham colocado em celebrações evangélicas, a juventude presente neste movimento tem até aproximadamente 30 (trinta) anos e se reúne nas sextas-feiras às 20h30min na Av. Presidente Franklin Roosevelt, 313, Porto Alegre, Rio Grande do Sul.

Este movimento juvenil cristão se origina da Igreja Evangélica Encontros de Fé, presente em 27 (vinte e sete) cidades do Rio Grande do Sul, tendo pelo menos uma sede em cada uma delas. Em Porto Alegre há 9 (nove) destas Igrejas e a principal se encontra no bairro Navegantes, dirigida pelo Pastor Isaías Figueiró, principal fundador e liderança deste ministério.

Figura 4 – Participantes do *Inside +* em momento de louvor



Fonte: Página do Facebook Jovens Encontros de Fé¹¹

Perante mais de 100 (cem) pessoas que avaliaram a Igreja na sua página do Facebook, este é um movimento recomendado com 5 (cinco) estrelas, informação que realmente é significativa pensando que possuem nesta mesma rede social mais de 7 (sete) mil curtidas e seguidores(as). Dentre estes(as) seguidores(as) e avaliadores(as) da página está a jovem Andreza Fróes que escreveu no dia 25 de abril de 2018 o seguinte: “É minha segunda casa! É onde encontrei amigos de verdade e principalmente a frequência constante do Meu Criador e Salvador, Jesus Cristo. Vale a pena vir!”. As avaliações positivas seguem na mesma linha no Instagram, onde tem publicações desde outubro de 2014, sendo mais de 1.000 (um mil) publicações e mais de 4.000 (quatro mil) seguidores(as).

Utilizando a *hashtag* #UmLugarParaTodos e com cartazes desejando boas-vindas aos/as que chegam, os encontros do Jovens Encontros de Fé recebem uma juventude que veste tênis All Star, boné, calça *jeans*, camiseta, moletom, carrega em uma mão a Bíblia e na outra um chimarrão. Os congressos, retiros e reuniões sempre são denominados com nomes diferentes e atraentes, que além de gerar uma curiosidade, possuem uma linguagem jovem e com termos em inglês, um exemplo são as reuniões semanais conhecidas como *Inside*, sendo assim um momento para adoração, louvor, estudo do Evangelho, escuta da palavra de Deus e também agradecimentos a ele.

¹¹ Disponível em:
<<https://www.facebook.com/jovensencontrosdefe/photos/a.1614187682041086/1614189798707541>
>. Acesso em: 27 jul. 2021.

A principal liderança deste grupo é o Pastor de Jovens Timóteo Figueiró, casado, pai de 4 (quatro) filhos, bacharel em Direito pela Ulbra, estudante do curso de Teologia e que normalmente veste roupas informais (camiseta, calça *jeans* e tênis), fora o corte de cabelo e barba modernos, além de cantar, também transmite mensagens ao vivo, via *lives*, congressos, encontros e retiros para os(as) jovens participantes do Jovens Encontros de Fé sobre perdão, comunhão, servir a Deus, Espírito Santo, manifestação de Deus, vida dedicada a Deus, o serviço e o cristão, amizade, fé, humildade, juventude, relacionamentos, o chamado de Deus, jejum, oração, gratidão, empecilhos entre as pessoas e a vida de Deus, graça, música, os(as) jovens e as redes sociais, adoração a Deus, área profissional, zona de conforto, devoção, ansiedade, o despertar para Deus, frutificação, vocação, o ego e o Evangelho, dentre outros.

No meio *online*, utilizando principalmente as *hashtags* #JovensEF e #JovensEncontrosDeFé, além de outras em inglês vinculadas à religião e também termos populares, o Jovens Encontros de Fé proporciona aos/as seus/suas participantes dicas de leitura, sorteios com parcerias, #*InsideEmCasa* (encontro de jovens ao vivo via plataformas digitais), vídeos com efeitos personalizados, *playlist* das músicas cantadas e escutadas nas reuniões, distribuição de *wallpapers* com as temáticas dos eventos, divulgação de eventos, lembranças do que já ocorreu, *podcasts* e uma diversidade de conteúdos com linguagem dinâmica e informal através do Facebook, Instagram, YouTube e Spotify. Enquanto isso, eventos presenciais faziam parte da rotina do grupo antes da pandemia do Coronavírus, como: encontrão de jovens com pizza, noite do sushi, projeto de evangelismo no Asilo Padre Cacique, churrasco, *Food Truck Day*, chocolate quente com pão de queijo, arraial caipira, *Inside* temático Farroupilha, noites de batismo nas águas, jantar de verão, teatro musical, evangelização no parque Germânia, encontros diurnos com almoço, piscina, jogos e momentos de oração, etc.

Durante os *Insides* semanais, se encontra a *Inside Store*, ou seja, a lojinha do Jovens Encontros de Fé onde se pode comprar produtos personalizados com a identidade visual do movimento, sendo bonés, canecas, garrafinhas, canetas, camisetas, máscaras, cadernos e moletons. Durante estes momentos de cultos estes(as) jovens que consideram o Senhor centro de suas vidas pulam e cantam em seu nome. Nessas ocasiões, presenciam-se testemunhos de jovens que se sentem livres para exporem seus sentimentos e histórias de vida. Além dos(as) juvenis,

também já se escutou nestes espaços testemunhos de jogadores de futebol reconhecidos no estado e também de outros pastores convidados.

O movimento Jovens Encontros de Fé já teve um programa com o mesmo nome do grupo na rádio FM 90.3 que abordava testemunhos jovens, assuntos da realidade e atualizações sobre os eventos e novidades do grupo. Nos dias atuais há uma diversidade de tipos de experiências para a juventude envolvida, tendo o *Worship Night* (uma noite onde louvam e adoram o Senhor), *Outside* (encontros em outras cidades, normalmente metropolitanas), *Inside+* ou *Inside All Day Long* (encontros com a união de todos os(as) jovens dos diversos ministérios), Congresso de Avivamento (momentos que unificam comunhão e lazer) e retiros (sem segredos e mostrando imagens do que vai acontecendo no decorrer nas redes sociais, os retiros normalmente acontecem em sítios e têm duração de 1 (um) a 2 (dois) dias).

Na variedade de vivências possibilitadas para a juventude atuante no Jovens Encontros de Fé, alguns exemplos de temáticas abordadas são: alimento, setembro amarelo, o tempo, casa de Deus, namoro, relacionamento cristão, sendo cristão/cristã no mundo, concessões, amizade, aparência, reconciliação, novo normal, jovem rico(a), jovens empreendedores(as), quarentena, lutas e provocações, futuro, devocional, consumismo, sentimentos, identidade, filtros, sentido da vida e assim por diante, ligando todos estes e demais assuntos sempre com o caminho para Deus.

Por fim, o próximo e último capítulo desta dissertação é composto pela apresentação dos resultados, no formato de diário de campo, que possui anotações e observações, a partir da análise que foi feita de forma detalhada das entrevistas que foram realizadas com 2 (dois) jovens de cada um dos grupos estudados, das publicações de cunho religioso que os(as) mesmos(as) realizaram no período de 15 (quinze) dias, próximo da data de entrevista, em suas contas pessoais/profissionais do Instagram e também das postagens anteriores, de qualquer formato, que ficaram salvas e fixas em seus perfis.

5 DIÁRIO DE CAMPO: UM COMPILADO DA BUSCA DE PARTICIPANTES E UM OLHAR OBSERVATIVO SOBRE AS ENTREVISTAS E PUBLICAÇÕES RELIGIOSAS DOS(AS) JOVENS FIÉIS

Este capítulo se baseia em uma unificação de informações que fundamentam a análise apresentada nesta pesquisa, considerando observações a partir das entrevistas e publicações de cunho religioso divulgadas pela juventude participante. Características, comportamentos, ambiente, respostas, formatos de *posts*, detalhes, etc. serão alguns dos aspectos mencionados.

Todas as entrevistas foram gravadas via Zoom (programa utilizado para videoconferências), exceto de uma jovem que preferiu encaminhar as respostas através de áudios e escrita no WhatsApp. É importante ressaltar que todos os nomes citados nos próximos subcapítulos e intertítulos são fictícios e que os nomes dos perfis nas figuras também estarão cortados ou ocultados por uma tarja para respeitar o anonimato de todos(as) envolvidos(as) na pesquisa, inclusive os(as) que ajudaram na busca do público.

5.1 VOCÊ CONSEGUE ME AJUDAR? A JORNADA E APRENDIZADOS PARA ENCONTRAR INTERLOCUTORES(AS)

A procura de jovens para serem integrantes da pesquisa começou no dia 14 de janeiro de 2022, quando pretendia-se 10 (dez) jovens de cada grupo pesquisado, totalizando 40 (quarenta). O que mudou completamente pós-qualificação, ficando em um total de 8 (oito) pessoas, sendo 2 (dois) jovens, de cada um dos 4 (quatro) grupo pesquisados, encontrados até o dia 05 de fevereiro de 2022. Nos parágrafos seguintes explicarei um pouco do percurso que segui, informatizando a minha experiência de busca. Dado válido, porque mostra tanto as dificuldades e diversas mudanças de trajeto que precisaram serem feitas por estratégia para alcançar o número objetivado.

CLJ – Curso de Liderança Juvenil: Viviane foi a primeira pessoa que contatei via WhatsApp, no dia 14 de janeiro de 2022, pois além de ser minha amiga, eu sabia da sua trajetória de anos participando do CLJ e o quanto ainda tinha contatos dentro do movimento. Conversei com ela e solicitei a indicação de algum contato que fosse atualmente ativo no movimento CLJ para que conseguisse me ajudar a encontrar

os(as) 10 (dez) jovens que precisava. Logo em seguida ela envia o contato do Presidente atual do Vicariato de Porto Alegre, mais conhecido como Juliano.

No sábado, 15 de janeiro de 2022, enviei algumas mensagens para o WhatsApp pessoal do Juliano, no qual, me apresentei, comentei quem havia passado seu contato, expliquei o foco e o momento atual da minha pesquisa e por fim, questionei se o mesmo poderia me ajudar com indicações de pessoas no perfil que vinha buscando, além de me colocar à disposição para quaisquer dúvidas que poderiam surgir referentes à pesquisa. Em poucos minutos o Juliano respondeu, com muita educação e citou na segunda mensagem que poderia me ajudar sim.

Na segunda-feira, 17 de janeiro de 2022, Juliano me chamou e disse que tinha já conseguido algumas pessoas, sendo 4 (quatro) jovens homens e 3 (três) jovens mulheres, mas que alguns/algumas ainda não tinham o respondido. Após 6 (seis) minutos ele já me enviou os contatos das jovens e depois me enviou os dos jovens. No turno da noite do dia 17 de janeiro de 2022 enviei um áudio imenso para o Juliano, que em 5 (cinco) minutos, respondeu se colocando à disposição caso fosse necessária mais alguma ajuda dele e citou o quanto havia gostado do tema da pesquisa ao dizer “[...] sempre bom saber que os movimentos jovens da Igreja, possam contribuir nesse aspecto”.

No dia 21 de janeiro de 2022 procurei no Instagram os perfis das pessoas que Juliano havia me indicado, alguns abertos ao público, outros fechados. Pensei, repensei, olhei novamente e fiquei com duas opções masculinas e duas femininas. Então escolhi os 2 (dois) participantes pelo que observei de ativismo desde a descrição do perfil, quantidade de publicações, número de seguidores(as) até um *post* específico religioso. Os escolhidos foram Arthur e Camila, com quem logo conversei e ambos aceitaram participar. Nos subcapítulos sobre eles retomarei como foi meu contato com cada um desde o início.

Sociedade dos Guelfos: a jornada em busca de jovens para participar do estudo representando este movimento jovem católico começou no dia 15 de janeiro de 2022 quando chamei via *direct* no Instagram a Júlia, que conheço desde 2018, porque já foi participante do movimento católico do qual faço parte. Comentei que por acompanhar as publicações no Instagram dela, acreditava que ela poderia me ajudar muito na questão pela qual entrava em contato e assim, encaminhei áudios onde expliquei detalhes da pesquisa, perfil do público, o motivo pelo qual identificava

que ela seria relevante para o estudo e estava a convidando. Também solicitei sua ajuda nessa busca dos(as) demais jovens.

Quando a Júlia respondeu disse que aceitava participar e que verificaria se mais algumas pessoas se animavam também. A Júlia não me deu nenhum retorno por alguns dias, por isso, resolvi chamá-la novamente via WhatsApp no dia 21 de janeiro de 2022. Questionei se ainda aceitava ser uma das participantes e perguntei se conseguiria me ajudar a encontrar um jovem da Sociedade dos Guelfos. Em menos de 1 (uma) hora depois, ela respondeu pedindo desculpas pela demora, que poderia sim participar e comentou que estava pensando em algum jovem do movimento.

Dias passaram e em 26 de janeiro de 2022, ainda sem ter a indicação de algum jovem do movimento pela Júlia, entrevistei a Camila (jovem representante do CLJ neste estudo). A mesma comentou que participava da Sociedade dos Guelfos também e disse que ajudaria nessa busca por um jovem para representar este movimento.

Em meio a toda essa ação, entrevistei a Júlia no dia 27 de janeiro de 2022 e comentei novamente se ela conseguia pensar em algum jovem da Sociedade dos Guelfos para me indicar. Ela disse que ia ver sim e realmente, minutos depois me enviou via *direct* do Instagram o perfil de um jovem que já tinha se disposto a falar comigo. O jovem indicado por Júlia foi o Leonardo e no subcapítulo sobre ele conto como foi meu contato com o mesmo, assim como o restante do meu contato e marcação da entrevista com a Júlia.

Força Jovem Universal Gaúcha: a primeira tentativa de contato com a Força Jovem Universal Gaúcha aconteceu no dia 15 de janeiro de 2022, através do Messenger do Facebook. Enviei uma mensagem simpática, na qual me apresentei, expliquei a pesquisa e solicitei a ajuda da equipe para encontrar esses(as) 10 (dez) integrantes. Nesse mesmo formato, encaminhei também no *direct* do Instagram e por um *e-mail* institucional divulgado na página do movimento no Facebook. Poucos minutos após o envio, vi que visualizaram minha mensagem no Messenger do Facebook, porém, nunca responderam. Através do *direct* do Instagram e por *e-mail* também não tive nenhum retorno.

Dia 24 de janeiro de 2022 foi quando chamei 3 (três) jovens mulheres via *direct* do Instagram. Na mensagem que enviei, disse que havia visto compartilhamentos das publicações religiosas de vivências delas na FJU na própria página do

movimento, perguntei se eram participantes da FJU Gaúcha realmente e o que buscava chamando elas. Com sorte, duas responderam, a Clara e a Thaís.

Thaís me respondeu na noite do próprio dia 24 de janeiro de 2022 confirmando sua participação na FJU, porém, ela morava na cidade de Viamão. No decorrer dos 3 (três) áudios enviados retomei a ideia da minha pesquisa, indiquei o perfil do público analisado e perguntei se poderia me ajudar indicando uma jovem e um jovem desse perfil. Ela respondeu dizendo: “Sim FJU é top” e encaminhou o perfil de um jovem, citando o nome dele e que através do mesmo conseguiria encontrar a jovem certa, já que ele era o jovem certo.

Ainda no dia 24 de janeiro de 2022, a Clara foi a outra jovem que respondeu confirmando que participava da FJU Gaúcha, mas de Rio Grande. Interpelei se conhecia alguém participante do movimento em Porto Alegre. Em seguida Clara citou dois nomes: Ana e Marcelo. Agradei demais a Clara com muito entusiasmo e alegria na voz. Clara me respondeu com a seguinte mensagem: “[...] FJU é família, aqui ajudamos o máximo de jovens a conhecer a Deus! Que Deus te abençoe [...]”.

No dia 25 de janeiro de 2022 apliquei o mesmo processo inicial de fala com Juliana. Elucidei a pesquisa, a convidei a participar e interroguei se me ajudaria a encontrar o jovem que também necessitava. Sem resposta, chamei Juliana novamente no dia 27 de janeiro de 2022, no qual, questionei se ela tinha ficado com alguma dúvida. Imediatamente Juliana me respondeu, pedindo desculpas, dizendo que não havia me esquecido, que estava enfrentando problemas de saúde na família e desejava muito me ajudar, porque para ela falar sobre a FJU é um privilégio, pois é a segunda família dela.

Juliana perguntou se tinha um prazo para que ela pudesse se organizar e dependendo da situação, se não conseguisse realmente me indicaria alguém. Ela disse que já pensaria em duas pessoas, mas que me dava um retorno específico até o final do dia, que achou incrível o tema da minha pesquisa e complementou:

[...] é um privilégio tão grande poder falar da FJU, porque sem dúvida alguma, é onde eu posso dizer que to em casa. Estando em qualquer Igreja no mundo, a essência é a mesma, o espírito é o mesmo, todo mundo com o propósito de ajudar ao próximo, porque é isso que o Senhor Jesus faria se estivesse aqui hoje.

Juliana falou que havia enviado mensagem para um amigo dela da FJU, pois acreditava que ele poderia enriquecer minha pesquisa e logo compartilhou o áudio

dele dizendo que claro que participava. Solicitei o nome e telefone dele e ela encaminhou com um áudio desejando tudo de bom para a minha pesquisa, dizendo que se ela não conseguisse poderia chamar o seu amigo e a esposa dele, pois ambos são integrantes da FJU Gaúcha. Combinamos dela responder se poderia participar até o final do dia ou não.

No outro dia contatei Juliana e acabei ficando sem retorno dela desde esse dia. No fim dessa história, Ana e Marcelo, o casal de amigos de Juliana, também indicados por Clara, foram realmente os representantes da FJU Gaúcha nesta pesquisa e contarei do meu contato, entrevista e análise das publicações religiosas nos perfis deles do Instagram nos próximos subcapítulos e intertítulos.

Jovens Encontros de Fé: quando estava buscando movimentos jovens evangélicos através de questionamentos nas minhas redes sociais, uma jovem que foi minha colega na faculdade chamada Daniela me indicou o Jovens Encontros de Fé, porém, era de Viamão. Acabei pesquisando o movimento, descobrindo que havia em Porto Alegre e escolhi esse grupo por inúmeros motivos. Porém, ao pensar que precisava de contatos da juventude porto-alegrense do grupo, chamei Daniela no dia 14 de janeiro de 2022. Solicitei seu número do WhatsApp e rapidamente citei a pesquisa, sem grandes detalhes. No mesmo dia ela me respondeu já com o seu número de telefone.

Na data de 15 de janeiro de 2022 enviei mensagens para Daniela, com explicação detalhada da minha pesquisa e a solicitação de ajuda dela para encontrar esses(as) integrantes do grupo. No final da tarde ela retornou dizendo que não tinha nenhum(a) amigo(a) participando do Jovens Encontros de Fé de Porto Alegre, mas que um bom caminho seria falar com a própria liderança no grupo, no caso o Timóteo Figueiró que é o pastor. Daniela me enviou o *link* do perfil dele e também o profissional de uma jovem que integrava a equipe de comunicação das redes sociais do movimento.

A jovem que a Daniela indicou é a Luana com quem depois de várias dificuldades de contato consegui conversar e ela aceitou participar da pesquisa, porém, as minhas experiências de contato com ela vou expor apenas no subcapítulo dela. Ao visualizar o Instagram e o Facebook do Jovens Encontros de Fé, novas estratégias surgiram. Conversei com pessoas que seguiam os perfis oficiais do movimento ou tinham amigos(as) em comum que apareciam nos *stories*, porém, depois de muitas tentativas e contatos com retornos que variam entre nenhum até o

mais rápido, obtive informações e cheguei a conversar com uma jovem indicada, que infelizmente não se dispôs a me ajudar. Por fim, encontrei o perfil do Miguel, no Instagram do Jovens Encontros de Fé, presente na zona sul de Porto Alegre, que me chamou atenção desde os destaques, o *feed*, a descrição e a foto. Ele respondeu minha mensagem e o resto da história conto no subcapítulo sobre ele.

Com muita alegria e esforço consegui. Alcancei os 8 (oito) jovens para o estudo. Como se pode observar através de toda essa descrição, não foi nada fácil, por muitos momentos questioneei se conseguiria o número que idealizei de pessoas e por mais que soubesse que mesmo que não conseguisse, seria um dado, uma informação relevante para a pesquisa, a angústia se evidenciava no meu peito e gerava junto uma esperança e uma força de não desistir. Admito que jamais imaginei que essa busca seria de muitas dificuldades e também o quanto foi importante que a banca e a minha orientadora me indicassem a diminuição de protagonistas neste estudo, porque hoje sei, talvez não conseguiria mesmo nem com um maior prazo de tempo o mínimo de 10 (dez) jovens por grupo estudado.

5.2 A AMPLITUDE TECNOLÓGICA DA FÉ DOS(AS) JUVENIS CATÓLICOS(AS)

5.2.1 Arthur: o primeiro aceite!

A primeira conversa com o Arthur aconteceu na data de 21 de janeiro de 2022, na plataforma do WhatsApp, quando me apresentei e descrevi o desenvolvimento do estudo, entrevista e análise de publicações do Instagram. Expliquei que cheguei a ele através da indicação do Juliano, indaguei se aceitava participar da pesquisa e se poderíamos marcar a entrevista. Em 13 (treze) minutos Arthur disse que topava junto a dois *emojis* sorrindo. Manifestei minha alegria, unimos nossas disponibilidades e marcamos dia e horário.

5.2.1.1 Entrevista com o Arthur

O dia da primeira entrevista foi 25 de janeiro de 2022 às 20 horas. Organizei todo o espaço no quarto dos meus pais, deixei uma estrutura com luz para ajudar na iluminação, fone de ouvido extra e uma garrafa com água ao lado para hidratação. Teste no Zoom feito, preparei o *link* e encaminhei próximo ao horário para Arthur via

WhatsApp. Sem demora, Arthur logo entrou. Iniciamos a conversa falando sobre o tempo, pois fazia muito calor. Em seguida perguntei se tudo bem gravar a nossa conversa para análise e Arthur confirmou que aceitava. A gravação começou e imediatamente o questiono novamente, agora de forma gravada, se ele aceitava que o nosso bate-papo fosse gravado. O mesmo reafirmou que tudo bem.

Com um sorriso no rosto, Arthur me recepcionou muito bem. Agradei por ter aceitado o convite e me apresentei já que mal me conhecia. Considerando harmonia e energia constante, falei meu nome, idade, formação, trabalho, voluntariado, religião, movimento que atuei e atuo, detalhes da pesquisa, forma de análise etc. No decorrer dessa fala, teve um momento interessante onde citei o nome de Viviane (a jovem que me indicou Juliano do CLJ, justo quem conseguiu os contatos dos(as) integrantes para mim) e ele confirmou que a conhecia. A minha forma de fala ocasionou sorrisos e risadas de Arthur no decorrer da minha apresentação. Notei que prestava atenção e ao fim dessa etapa disse que era um prazer lhe conhecer e ele disse que também era me conhecer.

Após todo esse momento introdutório falando um pouco sobre mim com o intuito de gerar uma conexão com Arthur iniciei as perguntas que estruturei pensando nos objetivos da pesquisa. Analisando o ambiente, características, gestos e respostas de Arthur, descobri várias informações e agora vou começar contar um pouco mais sobre minha experiência de entrevista com ele.

Arthur é um jovem de cor branca e cabelos claros, vestia camiseta de manga curta em um tom que pela câmera era verde escuro com escritas em branco no centro. Aparentemente estava presente em seu quarto, sentado em uma cadeira *gamer* nas cores preto e azul. Atrás dele do lado direito se visualizava um ar condicionado na cor branca, uma cortina que aparentemente era *blackout* para tapar a luminosidade da janela ou era um quadro verde para escrita em giz. Ao fundo do lado esquerdo consegui notar um violão nas cores marrom e preto e um crucifixo de tamanho médio, ambos pendurados na parede.

Com 21 (vinte e um) anos recém-completos, Arthur chega a se confundir a mencionar sua idade devido ter feito aniversário poucos dias atrás e isso rende inúmeras risadas, pois como ele mesmo comentou: “[...] hoje não nascido em 2000 tem que calcular a idade”. Brinquei que agora ele era maior de idade em qualquer país. Arthur mora em Porto Alegre, estuda Jornalismo na PUCRS, sendo assim, sua escolaridade é de Ensino Superior Incompleto e atualmente apenas estuda. Antes

era estagiário na SECOM – Secretaria Especial de Comunicação Social e agora busca estágio novo participando de entrevistas com vagas abertas. Referente à renda familiar ele não soube dizer na hora, até citou que normalmente sobre esses assuntos sempre pergunta para seus pais, pois é bem por fora dessa questão.

Católico, seguidor da vertente Católica Apostólica Romana e participante do CLJ há mais ou menos uns 4 (quatro) anos, tem a maior parte dos(as) amigos(as) católicos(as) e chega a comentar durante a entrevista uma experiência de conversão de amigas da escola para a mesma religião que a sua. Segue um trecho:

No meu terceiro ano, tinha basicamente três grupos na minha turma, que era o grupo que era dos guris, das gurias e tinha o meu grupo que era eu, mais cinco pessoas. Um guri que meio que tava mais comigo, não era tão amigo das gurias, mas as quatro gurias se não eram todas católicas, as quatro no final viraram católicas. Que eram mesmo, eram só duas, mas no fim uma entrou no CLJ, porque eu e minha amiga a gente chamou e a outra entrou no Opus Dei, então todos acabaram sendo católicos e fora do colégio também tenho vários outros amigos que são.

Compartilhei minha experiência de falar sobre o movimento que atuo com amigos(as), como é legal convidar os(as) mesmos(as) a participar, os(as) ver envolvidos(as) junto e também a agonia de não poder contar o que se passa no retiro. Arthur disse que nem sempre gosta dessa vivência, porque não sabe muitas vezes o que falar e o que não falar para deixar um suspense e empolgado fazendo gestos com as mãos e se movendo na cadeira indica que em algumas situações só pensa em dizer: “Vai, só vai!”.

Quanto à família, Arthur narra que cresceu com seus pais e sua irmã (ela mora fora do país atualmente), mas quem eram os católicos ativos anteriormente eram seu pai e sua mãe. Quando era pequeno, acompanhava seus pais na missa e sua irmã, por ser mais velha e ter autonomia, ficava em casa. Tudo era diferente e estranho para ele quando pequeno, durante a missa nos domingos de manhã, pois não compreendia aquele ritual, os protagonistas, atos, entre outros fatos.

Essa estranheza toda foi deixada de lado e se tornou menos importante em uma fase, onde um namorado de sua irmã lhe apresentou um anime (desenho animado japonês) que o encantou e era transmitido nos domingos de manhã na televisão, mesmo dia e horário da missa. Entre a estranheza da missa e a nova paixão pelo anime, escolheu a novidade. No presente, Arthur é católico praticante de ir à missa e participar ativamente dos eventos da comunidade religiosa, sua mãe vai

algumas vezes à missa em ocasiões especiais e seu pai não é religioso, mas a discrepância fica no fato de seu pai e sua mãe mesmo não tão vinculados a religião católica, crerem sim na base da religião, tanto que seu pai anda com uma dezena no bolso, mesmo não a rezando, e sua irmã reza o Santo Anjo.

Iniciando o assunto Instagram, Arthur se considera ativo nesta rede social, pois publica sobre aniversários, fotos, divulga seu canal no YouTube, onde aborda o tema futebol, e também compartilha mensagens e informações relevantes da sua religião. Quanto ao seu canal pessoal no YouTube, onde os assuntos são embasados no futebol gaúcho, ele conta que se inspirou em outro canal dessa mesma plataforma na sua época de Ensino Médio. A partir desse momento, sentiu essa vontade de criação de um canal com suas ideias, porém, se organizava, perdia à vontade, retomava e agora focou, retomando com uma visão e aparência nova e evidenciando seu nome. Em função dessa partilha, Arthur revela que seguiu a área do Jornalismo devido o amor pelo canal e antes estudava Educação Física.

Referente à frequência de publicações no geral, ele disse que é bem diversificada. Normalmente uma vez por dia, outros dias várias vezes, principalmente quando o marcam em algo. Vinculadas ao canal, houve dias que tiveram aproximadamente 15 (quinze) publicações para divulgação de uma entrevista com um jornalista que vem sendo conhecido, segundo Arthur. Com esta fala dele, se confirma que a princípio sua frequência de publicações é de mais de uma vez por semana e conta que o formato de publicação mais utilizado por ele são os *stories* e sobre o *feed*, expressa que é mais focado em sua vida pessoal.

Arthur consome conteúdos de outros perfis do Instagram vinculados à religião, como o do Vicariato de Porto Alegre, os individuais dos CLJs de diferentes paróquias e outros cinco que não especificou, pois não recordava no momento. Inclusive seguiu em algum momento o Instagram de um grupo do EMAÚS. Focando nessa conexão de Instagram e religião, conta que publica sobre questões religiosas nos *stories*, porém, a frequência é menor se comparada às demais, sendo entorno de mais de uma vez por mês, porque não publica toda hora sobre o assunto, apenas quando encontra algo interessante ou importante para as pessoas saberem. Compartilha as publicações novas do CLJ da Paróquia São Pedro (onde é integrante e atua no movimento) e do Vicariato de Porto Alegre. Estas publicações têm estilos variados, por exemplo: conteúdo sobre o que a Igreja pensa sobre algum assunto e frase/imagem de santo do dia que gosta. No meio dessa conversa, descubro que

Arthur é membro da equipe de comunicação tanto do CLJ de sua paróquia, quanto do Vicariato.

Escolhido como preferencial para as publicações no geral e para as ligadas a religião, os *stories* são mais utilizados por Arthur, pelo fato da praticidade que observa nesse formato momentâneo. Sua motivação para criação ou compartilhamento de publicações de cunho religioso envolvem o fato dele se reconhecer, gostar muito de algo que visualizou e acreditar que irá ajudar quem vai ler, informando sobre a religião católica. Exemplifica ao dizer: “Eu vejo uma, sei lá, uma frase de Santa Teresinha que eu gostei muito. Eu geralmente publico para o outro ver também”.

Alusivo aos efeitos dessas manifestações religiosas, Arthur acredita que pode gerar uma curiosidade através delas e até exemplificou essa situação com os grupos que eu atuava antigamente. Ele acredita que pode acontecer de uma pessoa que visualiza suas publicações estar buscando esse tipo de conteúdo ou também ser uma que já vivencia a fé e esteja também precisando ler ou escutar o que ali explana. Quanto esses formatos de exposições, pensa que: “Serviu para mim, provavelmente vai servir para outra pessoa. Então, pra gerar essa curiosidade ou plantar um pouco essa semente. Plantar ou regar ela”.

Para responder se viveu um momento de receio referente à expressão de fé no Instagram, Arthur parou e pensou um pouco por alguns segundos e transmitiu que logo que fez o retiro do CLJ ficou superanimado em publicar sobre sua participação, a foto oficial etc., mas muito, além disso, não publicava. Explicou também que em outra rede social que existiu por um tempo, onde se perguntava anonimamente para o(a) usuário(a) e o(a) mesmo(a) respondia, chegou a receber o questionamento se havia virado crente ou começado a acreditar na religião. Sem lembrar ao certo o motivo, pelo qual, resolveu responder, acabou expondo que sempre foi católico, mas nunca tinha sido praticante e naquele tempo vinha vivenciando essa fé. Finalizou mencionando que teve receio sim, porém, na adolescência, no Ensino Médio, quando a maior parte das pessoas nessa fase tinham ideias diferentes. Diferente de hoje que não sente receio algum para evidenciar sua fé.

Arthur observa que há sim mais publicações e espaço para liberdade religiosa nas redes sociais, todavia, a intolerância religiosa igualmente está presente e cresce juntamente. Destaco uma fala dele sobre essa questão:

Parece que tu vai ganhar sempre as discussões no grito e não sei lá, em algum argumento ou um testemunho né? Então, às vezes eu acho, por exemplo, a pessoa vê lá um católico compartilhou alguma coisa, um evangélico compartilhou alguma coisa [...] um cristão criou alguma coisa. As pessoas pensam que todo cristão é ruim né? Mas até às vezes eu falo que prefiro pensar no que Jesus faria e não o que as pessoas fariam, sabe? Então pelo menos pra mim eu não vejo todas as pessoas, mas eu sei que tem muita intolerância principalmente por causa disso. [...] É muito difícil atualmente tu estar no meio das coisas, porque sempre é pensado que tu estás num extremo de alguma coisa. Não entrando na política, mas, por exemplo, se tu diz que é contra o Bolsonaro tu é taxado de comunista e se tu é contra o PT tu é taxado de Bolsonaro. Tu sempre está em um extremo.

Após o depoimento dele, perguntei se houve alguma situação de alguém se incomodar com alguma publicação sua sobre religião e Arthur disse que não. Quanto aos posicionamentos de fé dos(as) integrantes do CLJ, na sua percepção, eles(as) publicam sim, porém, há uma diversificação que pode ser explicada e dividida em 3 (três) grupos, sendo eles: pessoal que acabou de entrar (posta fotos do retiro, do grupo e do pré), os(as) que publicam um pouco mais e o pessoal mais velho que literalmente posta tudo (conteúdos e compartilhamentos de outros movimentos, páginas católicas, etc.). Já as pessoas em geral da religião católica, Arthur nota que os formatos de manifestação religiosa *online* são diversos, porque fora do Instagram, por exemplo, tem muitas questões da religião que cada um(a) pensa diferente do(a) outro(a), mesmo acreditando na mesma coisa. Arthur também cita a necessidade de um estudo maior dos(as) católicos(as), para que não se faça a leitura de um mesmo capítulo bíblico e se tenham compreensões tão diferentes, porque conseqüentemente se formam várias vertentes.

Mencionando seu próprio grupo do CLJ, Arthur comenta que nota jeitos diferentes de compartilhar, como ideias que surgem principalmente pela vivência dos(as) jovens novatos(as) no movimento. Exemplificou contando sobre uma jovem que deu a ideia de fazer um TikTok do CLJ, ou seja, um perfil do movimento nessa rede social que vem alcançando um número grande de jovens, envolvendo danças, conteúdos, música, dublagem, entre outras opções. Então é notável interpretações díspares nas formas de posicionamento entre os(as) mais jovens e mais velhos(as).

Considerado por Arthur, o aumento da utilização das redes sociais proporcionou reconhecimento, ativismo e diversidade de exposições religiosas nas contas de Instagram da juventude porto-alegrense católica e sobre esta rede social, ele acrescenta que a mesma vem sendo utilizada para o ativismo religioso e talvez junto com o Facebook, pois vê bastante semelhanças entre ambas quanto ao

compartilhamento das pessoas. No Twitter, por exemplo, ele raramente vê mais de uma postagem católica de uma mesma pessoa. No Instagram especificamente, devido seus vínculos e seguidores(as) serem na maioria católicos(as), nota que há sim publicações vinculadas a religião e além dessas pessoas que conhecem, acredita que sim, vem crescendo esse ativismo em tal rede.

Este aumento da utilização das redes sociais, na visão de Arthur, ajudou e atrapalhou a religião. Ajudou por facilitar o compartilhamento de uma ação social, um santo e a Igreja fazendo algo bom, mas já quando tem algo negativo, facilita com que outras pessoas falem e publiquem algo contra a Igreja, conseqüentemente alcançando forte engajamento. Arthur também diz:

Tem uma frase do beato Carlo Acutis que ele fala que é muito fácil tu encontrar Jesus atualmente, porque antigamente, digo antigamente mesmo, até quando São Pedro estava vivo, tu tinha que encontrar Jesus pessoalmente, agora, por exemplo, tu vai na missa e atualmente mesmo tu pode abrir o Instagram e tu achar uma postagem. Até no início da pandemia tinham as *lives* das missas para os fiéis poderem participar, mas acho que cada vez mais, fica mais fácil de tu chegar no teu objetivo que, sei lá, sendo religioso, buscar, ou sendo contra, tu ser da oposição.

A sua exposição de fé é realmente com foco no Instagram. Por sua vez, o Facebook é utilizado por ele para postagens relacionadas ao seu trabalho ou seus vídeos. O Twitter é utilizado para o trabalho e *retweetar* algo. No restante da conversa com Arthur descobri algumas curiosidades como: os departamentos do CLJ tem nomes diferentes de uma paróquia para outra; Há um cuidado pelas redes sociais do CLJ da São Pedro para que os(as) participantes se sintam especiais e um exemplo disso é publicar sobre seus aniversários; Arthur participa tocando no folclore, porém, também toca teclado, tem uma guitarra e um ukulele; No CLJ, Arthur toca apenas violão, mas no último retiro levou o teclado; A voz, segundo ele, não é seu forte, por isso só toca. Finalizei a entrevista agradecendo, falando o quanto a conversa com ele tinha sido importante e que iria a uma missa da São Pedro.

5.2.1.2 Observando a presença da religião no perfil do Instagram do Arthur

Sem descrição sobre religião, apenas evidenciando o curso universitário e o semestre que está, o perfil pessoal do Instagram de Arthur conta com 7 (sete) publicações no *feed*, nenhum *story* em destaque, mais de 1.000 (um mil)

seguidores(as) e seguindo quase 1.000 (um mil) pessoas. Analisei o perfil entre os dias 26 de janeiro de 2022 e 09 de fevereiro de 2022. Neste período 18 (dezoito) *stories* foram publicados e nenhum deles referente religião.

A frequência das publicações sobre assuntos em geral ser mais de uma vez por semana via *stories* se comprova, conforme Arthur falou na entrevista e outro ponto afirmado é o fato de ter publicações específicas em seu *feed*, com momentos familiares, profissionais e religiosos, por sinal, uma das 7 (sete) publicações do *feed* de Arthur é religiosa.

Esta exposição de fé foi feita no dia 15 de novembro de 2021, estampada de 3 (três) fotos que formam o modelo carrossel (após a primeira foto você passa o dedo do lado direito para o esquerdo e outra foto surge, assim continuamente dependendo da quantidade de fotos) e apresentam momentos do 96º CLJ II do Vicariato de Porto Alegre, que aconteceu nos dias 13 e 14 de novembro de 2021 na Casa de Retiro Vila Betânia na cidade de Porto Alegre, estado do Rio Grande do Sul. Mesmo com máscaras tapando metade de suas faces, é expresso através de olhares à alegria daquela vivência e os comentários desta publicação são exemplos de que não fui só eu que notei isso, mas mais pessoas que comentam com *emojis* de corações, carinhas com corações, dizeres que amam muito Arthur e sentem orgulho do mesmo, parabéns e elogios ao retiro.

Figura 5 – Descrição de publicação religiosa do Arthur

Você sabe o que significa esperança? Esperança é acordar no meio da tempestade e ver que o amor reina. É ver uma casa de retiro cheia de perseverança de tantos jovens e tios. Ver tantos sims pela Igreja. Depois de dois anos, os retiros do CLJ começam a voltar, e provar que os jovens não são o futuro, e sim o presente da Igreja. O CLJ II 96 foi um retiro muito diferente dos que vivenciamos, mas tudo bem. É sobre isso, não é mesmo? Tivemos fé que iríamos voltar, e voltamos. Às vezes eu olhava para trás (ou para frente) e pensava. Ontem mesmo, era eu fazendo o CLJ II 94, e agora eu revivo o retiro pelo outro lado, com tantas pessoas maravilhosas. Cada pessoa de um lugar diferente, cada história diferente, cada vida diferente. Todas essas vidas fortalecem o nosso sim. Jovens (e tios), sigam nesse caminho, sigam na perseverança, pois o testemunho de vocês cria novos testemunhos. Sigam na fé 🧡

Fonte: Perfil do Instagram de Arthur

O texto acima escrito por Arthur descreve o que para ele é esperança e como essa palavra é viva em meio desta experiência e momento atual da sociedade, junto à conexão com sua história dentro do movimento. Não adicionei as imagens do

carrossel de fotos, porque há inúmeros rostos de jovens que não devem aparecer para manter o anonimato dos(as) participantes da pesquisa, assim como todos os nomes são fictícios.

5.2.2 Camila: de tímida a falante

Conversei com Camila no dia 21 de janeiro de 2022 através do WhatsApp. Iniciei me apresentando, indiquei o título da pesquisa, como consegui o contato dela, o perfil do público analisado, desenvolvimento da análise e por fim, mas não menos importante, o convite para participar e marcamos a entrevista. Em aproximadamente 20 (vinte) minutos Camila me retornou escrevendo: “Só vamos”, junto a um *emoji* de coração. No mesmo instante, demonstrei minha alegria e a agraciei por aceitar o convite. Com empatia, ela disse que imaginava sim o que sentia, pois é pesquisadora da área da saúde. Fechamos dia e hora e assim nos despedimos.

5.2.2.1 Conversa com a Camila

A entrevista com Camila aconteceu no dia 26 de janeiro de 2022 às 18 horas e 30 minutos. Organizei o espaço, iluminação e encaminhei o *link* para Camila bem próximo ao horário. A mesma entrou e agradeceu por ter aceitado o convite. Quando a palavra gravando surgiu em nossas telas questionei se por ela tudo bem que gravássemos para me ajudar na análise que faria após esse diálogo e ela concordou.

Camila tem 19 (dezenove) anos (no dia da entrevista tinha 18 (dezoito) anos), nível de escolaridade Ensino Superior Incompleto, porque cursa Bacharelado em Biologia na PUCRS. Com renda bruta familiar acima de R\$ 7.000 (sete mil reais), é estagiária no laboratório de imunobiologia. Camila é uma jovem branca, tem cabelos castanhos e cacheados com comprimento até o ombro. Vestia uma camiseta azul com a imagem que simboliza o escudo do Capitão América, super-herói da Marvel, em seu centro. Parecia estar em seu quarto com paredes cor de gelo. Do lado direito dela uma parte do roupeiro era vista e no esquerdo se notava que colado na parede havia dois bilhetes/desenhos, um verde, branco e marrom e outro branco e rosa.

Atrás dela uma cama com lençóis brancos. Camila utilizava fones de ouvido brancos para escutar o que eu dizia e falar comigo.

Nossa conversa iniciou com um pouco de timidez da parte dela. Fiquei preocupada quando notei que estava um pouco calada, mas foi começar a me apresentar que se soltou, dando sorrisos e risadas. Idade, formação, sonhos profissionais, elucidação da pesquisa (no momento que falei que a Sociedade dos Guelfos era um dos grupos pesquisados, Camila logo indicou que ela fazia parte também desse movimento além do CLJ), religião, missão, voluntariado, grupos jovens que participei e participo, foram alguns dos assuntos abordados no decorrer da minha apresentação inicial.

Camila me contou que é namorada de Arthur, o jovem que entrevistei no dia anterior, sendo o outro representante do CLJ neste estudo. Realmente, uma coincidência que não fazia ideia. Ela comentou que ele falou para ela contar durante a entrevista e assim fez. Então começou a contar da quantidade de casais que se formam dentro do movimento. Camila disse que talvez pudesse acontecer de se exaltar quando falasse do CLJ e comentei que não tinha problema, pois fazia parte do processo. Senti que ela estava ficando mais aberta, tanto que citou também que se falasse demais poderia cortá-la e obviamente disse que isso não seria necessário.

Ela contou sobre sua trajetória dentro de movimentos jovens católicos, onde iniciou participando do Onda com 9 (nove) anos, mas entrou na Igreja 1 (um) ano antes e admitiu que o primeiro sábado da catequese foi pressionada por seus familiares, tanto que chegou chorando. Tudo mudou desde esse sábado sofrido para ela, porque adorou a vivência e desde aí está presente todos os sábados na missa e agora em alguns domingos também devido sua participação na Sociedade dos Guelfos. Cresceu na Igreja, foi coroinha e conseqüentemente todos(as) a conhecem na comunidade dessa paróquia.

Na Igreja em que é ativa tanto o Onda quanto o CLJ são movimentos existentes, porém, pequenos se comparados com outras Igrejas. Em função disso, acabou ficando um tempo a mais participando do Onda, pois se apegou aos/as tios(as) (casais que coordenam os(as) jovens, assim como no CLJ). Acabou saindo do Onda com 16 (dezesesseis) anos, que é a idade que a maioria sai, pois segue para o CLJ após. O interessante é que Camila conta também que o grupo Onda, normalmente é o primeiro contato das pessoas com a Igreja Católica.

Em 2019, Camila cursou o penúltimo retiro do CLJ I e mais uma vez foi forçada a fazer, só que dessa vez pelo próprio pessoal do movimento. Este retiro aconteceu durante 3 (três) dias e na visão dela, acabou sendo uma bagunça, porque a maioria dos(as) jovens de outras paróquias participantes, costumeiramente não tem nenhum contato com a Igreja Católica anteriormente, o que é o oposto de Camila que naquele instante já tinha uma jornada de 8 (oito) anos. Ela chega a comentar que não queria ser considerada “a chata”, porém, sabia tudo que estava ali apresentado. Na visão dela, os sistemas do Onda e do CLJ I são semelhantes e como resultado, durante este retiro que viveu como primeira experiência direta com CLJ, se percebeu como uma “babá” junto aos/as monitores(as).

Aos 16 (dezesesseis) anos, sentiu vontade de participar da Comuna da Sociedade dos Guelfos e se organizou para vivenciar realmente quando tinha 17 (dezesete) anos, pois mesmo não tendo 18 (dezoito) anos (idade mínima para participar da Comuna), conseguiria uma exceção através do seu amigo, que cresceu com ela no Onda e foi conselheiro na última Comuna. Em meio a tudo isso, surgiu a pandemia e esse sonho não foi concretizado até dezembro de 2021, quando o realizou e chegou à conclusão que não foi fácil, pois a metodologia é um tanto diferente dos outros movimentos que conhece, porém, foi inspirador e legal para ela. Sentiu que precisava viver aquele momento e que aconteceu no período exato: ela tendo 18 (dezoito) anos e com 2 (dois) anos de pandemia “nas costas”. Talvez se esses dois fatores não estivessem unificados e ela vivesse antes, não faria tanto sentido quanto fez meses atrás.

No período pandêmico continuou ativa no CLJ e participou do Secretariado, todavia, mesmo tendo crescido com o pessoal do CLJ, sentia que essa experiência não vinha lhe acrescentando mais nada, não tinha novidades e muitas questões eram desiguais. Conversava com o pessoal mais antigo que vinha ajudando, porém, nem eles(as) estavam mais tão envolvidos(as) assim. Após essas falas, Camila me contou que conheceu Arthur antes do retiro do CLJ II. Ele respondia tudo que ela publicava e um dia ela resolveu responder a foto de um terço que ele postou.

Sem saber dizer se era felizmente ou infelizmente, Camila expôs que tem que continuar no CLJ mesmo participando da Sociedade dos Guelfos, porque não há ninguém para ficar no cargo de Presidência, organizando o pessoal e, além disso, não tem grupo para a Crisma II e o Onda caiu durante a pandemia. Consequentemente, a Sociedade dos Guelfos e quem está atualmente no CLJ com

Camila farão uma intermediação na Paróquia Bom Jesus, porque nela, o Onda e o CLJ são carregados e abraçados pela Sociedade dos Guelfos, que na opinião de Camila é “Muito legal”. Sem terem alguma atividade com os(as) mais novos(as) (menores de 18 anos), a Sociedade dos Guelfos vem implantando algo para este público.

É interessante o quanto Camila demonstra a alegria de ter crescido juntamente a essas outras tantas pessoas que são envolvidas diretamente aos movimentos da paróquia da qual participa. Ela acrescenta falando sobre o coleguismo existente, a transformação de jovens para serem catequistas e a jornada de viver as etapas de cada movimento conforme a idade, como por exemplo, do Onda ir para o CLJ e do CLJ para a Sociedade dos Guelfos. Camila ainda sobre a Sociedade dos Guelfos ressalta que:

É muita gente. É muito bacana. É uma troca muito legal, porque como eu falei, tem gente com bebê em casa, tem a “Camila”, tem tudo. É muito maravilhoso assim como as coisas se encaixam. [...] Não é atoa que é uma sociedade assim, é um trocadilho que a gente faz, é uma sociedade, a gente vive entre irmãos. A gente vive entre irmãos para Cristo e é muito bacana isso.

Quando comentei com Camila que conhecia há pouco tempo a Sociedade dos Guelfos, ela disse que talvez eu tivesse escutado falar por causa das “capinhas” que eles(as) usam e afirmei mencionando o quanto esta característica tinha despertado minha curiosidade. Ela então virou a câmera do seu celular (formato que participou da entrevista), levou ele até o mural que tem em seu quarto com várias fotos e bilhetes, entre elas a dela vestindo a capa marrom com a cruz em vermelho junto a outros(as) jovens. Falei o quanto estava linda ali e perguntei mais detalhes sobre a capa e ela disse:

É que tem muito significado. Tem várias capas. São 5 capas. Essa que eu estava, essa escura, é uma túnica de trabalho que a gente chama, de serviço. Então no final da Comuna eles nos deram a túnica de serviço. “Parabéns, agora tu faz parte da Sociedade”. Uma túnica de serviço, porque é isso que a gente vai fazer, a gente vai servir. A gente entra na chegada da Comuna com a túnica de serviço. Daí os guerreiros que já eram guerreiros antigos entram com a armadura do cristão que são as capas normais, aquela azul, branca. Bem legal. É bem significativo assim.

Após essa curiosidade, a agradei por uma nova informação característica da Sociedade dos Guelfos e comentei o quanto queria ter vivenciado presencialmente

um pouco de cada movimento. Ela ressalta a Ordem de São Tomás de Aquino da Sociedade dos Guelfos também, mencionando que “É incrível”, pois se baseia em formação e teologia. Curiosa, Camila me pergunta quem convidei da Sociedade dos Guelfos e respondi que foi a Júlia, por já conhecê-la e ser um exemplo de ativista religiosa *online*. Ela cita que o esposo de Júlia também é ativo, porém, falei que não o conhecia, então não sabia esses detalhes.

Católica de vertente Apostólica Romana e integrante do CLJ – Curso de Liderança Juvenil e da Sociedade dos Guelfos, após todo esse momento introdutório onde conduziu inúmeras informações de sua jornada católica desde seu início, Camila me conta que integra a Sociedade dos Guelfos há 2 (dois) meses e o CLJ há 3 (três) anos, que a maioria de seus/suas amigos(as) são católicos(as), entretanto, sua família se pode considerar “Católica de IBGE”, ou seja, se definem católicos(as), mas não são realmente praticantes. Sua avó se diz espírita, porém, raramente também vai a um Centro Espírita.

Com perfil ativo no Instagram, a frequência de publicações dela são de duas vezes por mês, entre *stories* e *feed*, porém, o mais utilizado é o formato *story*. Estes *posts* de assuntos diversos são de fotos com os(as) amigos(as) do CLJ e da Sociedade dos Guelfos, com a família, horta do pai, dia a dia, período no laboratório, imagem de algo que acha bonito, entre outras que mostram um pouco de quem ela é. Quanto ao consumo de outros perfis com conteúdos e referências da religião católica, segue blogueiros(as) católicos(as), como o perfil Camada 4 e da Thais Favero Schmitt, assim como também segue o perfil do movimento de EMAÚS, no qual, participo e é da mesma religião que a dela.

Quando falamos sobre o EMAÚS, Camila disse que já a convidaram para participar, contudo, não é o carisma que a envolve, porque nota de fora que o pessoal é mais animado e assim, não é o seu estilo. Ainda comentou que a localização também era um fator que dificultava sua participação. Respondi falando da minha vivência e que os grupos se encontravam em diferentes locais da cidade, dependia dos(as) participantes e do lugar que tinham disponível, mas que o *online* durante a pandemia ajudou no fato de não precisar da locomoção. Camila se sentiu à vontade pra dizer que não era a mesma coisa *online* e que os encontros do CLJ foram bem chatos nesse formato, porque até o lanche da vivência presencial juntava as pessoas. Fora que os abraços e pulos que se pode dar no presencial acabam

fazendo falta também. Concordei com ela e contei de experiências ao abraçar as pessoas em alguns eventos.

Voltando ao assunto Instagram, Camila confirma que faz publicações sobre sua religião em seu perfil, sendo a frequência normalmente de uma a duas vezes por mês, porque sente um pouco de preguiça de publicar. Assim como acontece de a cada semana postar alguma coisa, tem outras que não publica nada. Essas publicações religiosas são compartilhadas via *stories*, porque crê ser mais prático e que há coisas que são daquele momento específico em que se posta. Camila agrega citando que:

Quando a gente está entre amigos, a gente está feliz, eu acho que a gente sente a necessidade de querer mostrar a nossa felicidade para os outros né? E a Sociedade, um dos pilares da Sociedade é “Vede como eles se amam”, né? Eu sempre tive muito isso, tipo, porque antigamente os cristãos na Bíblia eles eram só assim né? [...] E eu acho isso muito bacana, como eu tive a oportunidade de crescer com o pessoal dentro da Igreja. Então a gente está sempre junto, sempre sabe, aquela coisa. E eu acho muito bacana poder compartilhar isso sabe? Eu gosto muito.

As formas de compartilhar a fé no perfil de Camila são mais básicas, segundo ela, porque a ideia é quebrar o estereótipo de que católicos(as) são chatos(as), então foca em publicações com fotos de momentos descontraídos dos movimentos, onde se observam sorrisos sinceros, assim como a foto que me mostrou da chegada da Comuna, onde mesmo exaustos(as) por terem dormido poucas horas nos últimos dias, mesmo assim sorriam. Além de alegria, Camila vê a necessidade também de informação, por isso compartilha textos explicativos de conteúdos bíblicos ou sobre santos. No entanto, ela também explana:

Eu sou meio contra essa coisa de católico usando o TikTok para chamar gente para Igreja assim, mas eu acho que esse tipo de coisa é necessária, porque querendo ou não cada pessoa tem um círculo de pessoas seguindo que é diferente do círculo do fulaninho, por mais que fulaninho seja do meu círculo. Então às vezes a pessoa fica com aquele meme e é muito bom.

Ainda sobre as publicações religiosas que faz, Camila me conta que poucos dias atrás fez uma enquete fechada no seu *Close Friends* (grupo de melhores amigos(as) que ela criou em seu perfil do Instagram para divulgar *stories* específicos para eles(as)) questionando se sabiam que cachorro não ia para o céu, já que era uma pergunta que muitas pessoas a faziam. Evidentemente um debate foi gerado,

escutou xingamentos e também aconteceram trocas muito boas, na visão dela, pois católicos(as) foram falar com ela para pedir esclarecimentos quanto a essa questão.

A motivação de Camila para expor sua fé no Instagram é a alegria e o conhecimento que gera, mas há também a questão da hipocrisia das pessoas. Logo explica essa questão: “[...] eu fico muito braba com isso, muito muito muito braba. Às vezes, eu confesso que algumas coisas eu publiquei na base do ódio assim, tipo, cara, olha isso aqui. Cutuca a ferida”. Ela vem tentando melhorar e ser mais paciente com algumas questões como essas, até mesmo como conselho de seu namorado Arthur, tentando buscar um equilíbrio. Camila aborda uma questão importante sobre os posicionamentos nesse ambiente *online* logo em seguida, onde diz que “[...] falar olho no olho é uma coisa completamente diferente. No Instagram parece que a gente se sente mais à vontade para algumas coisas. Só que essas algumas coisas às vezes são prejudiciais”.

Família e amigos(as) eram as pessoas que Camila acredita que ficavam felizes por ela participar de um movimento e ter uma religião, mas causar efeito através do Instagram, na visão dela, não causava nenhum. Percepção essa que mudou nos últimos meses. Acontece que um amigo dela da faculdade falou que tem muita curiosidade e necessidade de conhecer um movimento da Igreja Católica e sabe que isso aconteceu e gerou esse efeito nele, em função da sua vivência e exposição no Instagram.

O receio de expor a fé é existente na vida de Camila quando assuntos polêmicos são evidenciados, o que lhe faz ter medo de se expressar. Aborto e porte de arma são dois pontos que é contra. Odeia política também, então nunca se posiciona, ainda mais com as polaridades existentes, afinal, na visão dela não existe centro, apenas direita e esquerda. Sobre a liberdade religiosa da religião católica e evangélica, não concorda que seja mais presente e aceita no Instagram, então expõe:

Embora tenha coisa, embora o pessoal, aqueles memes assim. O pessoal é muito zoadado, porque o pessoal não tem freio. Nenhum dos dois lados tem freio e já vi gente cometendo sacrilégio, já vi não, vi na rede social cometendo sacrilégio por causa de um *post*. Acho que falta a coisa na rede social, por exemplo, de gente fazendo piada, de meme de crente e gente ao fazer esse meme cometendo coisas, cometendo sacrilégios assim, então eu acho que não é tão libertador assim como o pessoal pensa. Tudo tem que ter um meio termo e o pessoal não consegue ter um meio termo.

Presencialmente quando mais na nova na época do colégio, Camila nunca foi ofendida ou chamada de hipócrita pela religião que segue. Em compensação, nas redes sociais as pessoas se incomodaram com suas publicações e a chamaram para falar sobre, assim como o exemplo que trouxe anteriormente e também por outros assuntos como Inquisição e Cruzadas que já abordou. Ao mesmo tempo, nunca foi insultada por postar uma foto com o pessoal da Igreja apenas. Todos esses aspectos, entre outros, faz com que Camila não se sinta tão livre para fazer todas as publicações religiosas que deseja, porque acredita que somos todos(as) julgados(as) sempre, principalmente os(as) católicos(as), que em sua opinião são religiosos(as) que sofrem muito.

Pensando nos 2 (dois) grupos que participa, ela comenta que a exposição de fé é mais visualizada por integrantes do CLJ, porque são mais novos(as) e inspirados(as), desenvolvem textos longos etc. Na Sociedade dos Guelfos, o pessoal é mais velho e suas atividades e experiências com o movimento que ilustram sua fé. Cada um(a) se posiciona de uma forma em ambos os grupos. Ao iniciar a fala explicativa quanto o que nota sobre o posicionamento religioso dos fiéis da religião católica como um todo, de imediato faz o vínculo com o cenário atual brasileiro, que para ela é impossível não conectar com a religião. Camila manifesta que:

O pessoal quer se posicionar muito. Para todo o mundo o jovem ele tem que ter uma resposta na ponta da língua do que ele acha disso e do que ela acha daquilo. Só que quando um jovem forma uma opinião disso, eu acho que forma uma opinião “meia boca”, sabe? Porque vai muito apressado, tu não pesquisa, tu não lê, tu só quer formar pra se sentir incluído. [...] O pessoal mistura política com religião e acaba somando Jesus Comunista, não sei tu conheces esse Jesus aí. São Francisco também. Aquela coisa assim, sabe? Não tem palavra melhor “aquela coisa”. [...] Eu vejo muito isso, muito isso. [...] Jesus vira Comunista, [...] Maria vira uma mulher qualquer que fez a vontade de um homem [...]. Cara, é ridículo isso e eu acho isso muito complicado, eu acho um dos maiores defeitos assim que eu vejo, é esse entendeu?

Para ela, percepções de leitura bíblica e teses religiosas são lidas por alguns/algumas fiéis da forma que querem e não pelo que realmente é essência de determinado texto. Falta de interpretação gera visões de vários “tipos de Jesus”, na concepção de Camila. As formas de exposição religiosa são bastante semelhantes entre os(as) integrantes da Sociedade dos Guelfos, o oposto dos(as) participantes do CLJ, pois existe uma diversidade de posicionamentos e formas de expressar fé

entre eles(as), devido os extremos de participação e envolvimentos dos(as) jovens: os(as) que nunca tinham pisado na Igreja antes do CLJ, os(as) que tem caminhada, os(as) que tem jornada, mas “nunca fez nada com nada” e os(as) que se converteram de verdade. Essas personalidades e envolvimentos com a Igreja geram divergências nos pensamentos e visões e os(as) faz acreditar em apenas algumas coisas da religião. Fora que no entendimento de Camila, a grande maioria dos(as) que participam, são compelidos(as) a participar e essas discrepâncias de exposição de fé são nitidamente percebidas no Instagram.

Tanto como participante do CLJ, quanto da Sociedade dos Guelfos, Camila diz que acredita que o aumento da utilização das redes sociais proporcionou reconhecimento, ativismo e diversidade de exposições religiosas nas contas de Instagram da juventude porto-alegrense católica. Além disso, exemplificou que no próprio Instagram do CLJ catequeses são expostas para conhecimento da juventude que muitas vezes não tem tanta informação de qualidade sobre bases importantes da religião. Camila adiciona: “Esse posicionamento nas redes mostra muito qual que é a face do jovem, qual que é a face do movimento, então eu acho muito importante isso”. Enquanto isso, o perfil do Instagram da Sociedade dos Guelfos além dos conhecimentos qualificados expressados, divulga interpretações do Evangelho, onde em 1 (um) minuto se compreende a leitura do dia.

Camila continua sua fala ao dizer que admira a dinâmica do CLJ, por ter 3 (três) níveis e ao mesmo tempo observa que tem pessoas que não valorizam esse crescimento da vivência e aprofundamento com a religião e o próprio movimento. Há os(as) que vivem a fé, como o Juliano, que doa a vida para o movimento e os(as) que fazem por fazer para acabar o ciclo. Camila vê o Instagram como uma rede social que vem cada vez mais sendo utilizada para o ativismo religioso por sua facilidade e acrescenta:

A gente está dentro do Instagram, o católico está dentro do Instagram e querendo ou não [...]. A gente quer se sentir acolhido, tu sabe melhor que eu sobre isso né? Que a gente tem a necessidade de sentir acolhido por alguns grupos. [...] Imagina se católico não usasse Instagram? Então, eu acredito que tenha sido adequado, um conteúdo de qualidade a utilidade pública de todo mundo. Claro que às vezes acaba pegando o resto do público, mas não é o público-alvo né? O público-alvo são os católicos. Eu acho isso muito bacana, muito válido. Só que também tem um problema né? Porque tem muita gente que não sabe de nada e vai lá e fala um monte de “baboseira”, mas acredito que faça parte do processo e no atual momento, eu “Camila”, vejo que faz mais bem do que mal sabe? Então eu acho muito válido tu buscar conteúdo de qualidade, porque todo mundo olha

um *story*, todo mundo rola um *feed*, mas com conteúdo de qualidade tu faz valer teu tempo. Eu acho isso muito importante.

As redes sociais ajudaram e atrapalharam a religião católica na opinião dela, que exemplifica contando sobre a quantidade de jovens mulheres que mudaram a percepção sobre o aborto ao desejar a preservação da vida pelo que visualizaram e aprenderam com mães católicas que se expõe sobre estes assuntos, dentre outros, em suas contas no Instagram. Nesta mesma rede social, Camila diz compreender mais sobre vocação e a vivência de fé entre a família, a partir de exemplos reais. O perigo dessas aparições para ela, é que quanto maior a exposições de assuntos, muitas vezes vistos como polêmicos, faz com que católicos(as) recebam acusações, em um nível que os(as) faz se afastarem das redes sociais. Camila também agrega em sua fala que:

A Igreja que eu vejo assim, ela não é mais tão una e essa não unidade da Igreja, ela traz comentários desnecessários. Ninguém quer saber “Mas como assim tu vai ter mais um filho?”. Ninguém quer ouvir isso sabe? E eu vejo isso, muito isso, que é muito triste, mas também vejo que tem muita gente que aproveita muito. Gente que se conheceu e teve vocação por causa disso.

Até o ano de 2017, Camila usava o Facebook além do Instagram para se posicionar quanto a sua fé, porém, atualmente utiliza apenas o Instagram. Depois dessa última resposta, conversamos sobre uma diversidade de assuntos como planos futuros, o quanto gostamos da PUCRS, a beleza da capela do campus, o quanto nos sentimos acolhidas na universidade, experiências de estudos e no campus, data da minha defesa, dividimos o sonho de sermos professoras universitárias e também combinamos minha visita a Paróquia Bom Jesus em uma missa no domingo. No meio desse papo, descobri duas curiosidades: Camila havia começado a namorar o Arthur em novembro do ano anterior e que já namorou um judeu (experiência essa que a fez decidir nunca mais namorar alguém que não seja católico).

5.2.2.2 A ligação da fé da Camila com o Instagram pessoal

Com descrição citando que é Católica Apostólica Romana e sua área de estudo, o perfil de Camila tem um total de 9 (nove) publicações, mais de 800

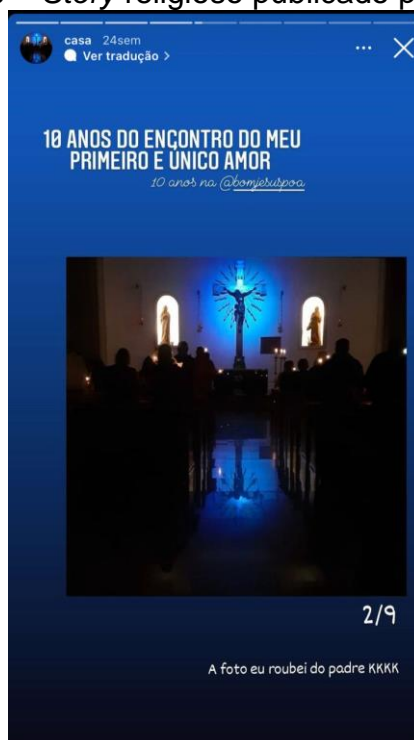
(oitocentos(as)) seguidores(as) e segue mais de 700 (setecentos(as)) usuários(as). Há 4 (quatro) destaques em seu perfil, com *stories* escolhidos por ela, representando momentos de sua vida provavelmente marcantes. Entre eles há um destaque nomeado como “casa” e seu foco são em momentos religiosos dela vivenciados na paróquia e junto aos grupos jovens que participa: CLJ e Sociedade dos Guelfos.

Este mesmo destaque conta com 9 (nove) *stories*: o primeiro bastante iluminado mostrando algum espaço da Paróquia Senhor Bom Jesus onde Jesus está pendurado na cruz, o teto mostra anjos sobre as nuvens e além da localização indicada na imagem, Camila escreveu: “Que ele cresça e eu diminua” junto a um *emoji* de coração azul; O segundo apresenta entre luzes e sombras feitas por árvores o retrato de uma estátua representando uma imagem santa do Mosteiro Nossa Senhora do Carmo; O terceiro com *gif* escrito “Jesus *squad*” e localização da Paróquia Senhor Bom Jesus indicada, mostra uma vivência religiosa em algum dia de Camila com outros(as) quatro jovens sentados(as) no chão; O quarto há sombras, mas a luz principal se ressalta na vela erguida pelas mãos de Camila e iluminação no altar da Paróquia Senhor Bom Jesus; O quinto *story* com o tom azul em evidência, tem em seu centro a imagem da paróquia que Camila participa mostrando uma quantidade de fiéis em pé carregando velas e o foco de luz principal em Jesus Cristo na cruz. Ainda neste mesmo *story*, escreveu que essa foto tinha “roubado” do padre e também pontuou: “10 anos do encontro do meu primeiro e único amor. 10 anos na @bomjesuspoa” (imagem evidenciada na figura 6 desta dissertação); O sexto publicado há mais de 24 (vinte e quatro) semanas, mostra um grupo de jovens e padres junto a Camila em frente ao altar da paróquia. Todos(as) usam máscaras; Assim como no sexto, o sétimo *story* mostra um grupo de jovens junto com Camila usando máscaras e com uma das mãos para cima. Ambos(as) estão ao redor de uma mesa redonda branca com uma cruz em cima dela. A localização da foto é situada como Santuário Santo Antônio do Pão dos Pobres e há três escritas, sendo a destaque: “Vocês são incríveis”; O penúltimo *story* tem a foto da chegada da Comuna que Camila me mostrou em seu mural, juntamente a escrita: “E eu finalmente posso dizer: Não por nós, mas pela glória do seu nome!”; O nono e último *story*, sendo o mais recente adicionado no destaque “casa”, é um compartilhamento da foto da chegada da Comuna do perfil da Sociedade dos

Guelfos, sem escrita, mas com a imagem de duas espadas cruzadas acima da imagem.

Entre as publicações do *feed* de Camila, há uma religiosa e a mesma é formada de 3 (três) fotografias que se unem em um carrossel. Elas são registros do 96º CLJ II do Vicariato de Porto Alegre, que aconteceu nos dias 13 e 14 de novembro de 2021 na Casa de Retiro Vila Betânia, localizada em Porto Alegre, estado do Rio Grande do Sul. Entre mascarados(as), as imagens apresentam uma juventude envolvida com o CLJ e grata pela experiência. Junto às fotos, Camila publicou uma descrição onde fala sobre a bondade e paciência de Deus com ela no final de semana vivenciado e do quanto gosta de estar em comunhão com Cristo e amigos(as). Menciona também o quanto seu coração transborda de alegria. Os comentários dessa mesma publicação contam com *emojis*, parabéns e elogios.

Figura 6 – Story religioso publicado por Camila



Fonte: Perfil do Instagram de Camila

O período foco de análise das publicações de Camila no Instagram foi de 27 de janeiro de 2022 a 10 de fevereiro de 2022. Neste tempo, ela publicou apenas 7 (sete) *stories* e nenhum deles foi vinculado à religião.

5.2.3 Júlia: o amor por Cristo em cada fala e expressão

O processo inicial de conversa com Júlia foi compartilhado na descrição da busca de integrantes da Sociedade dos Guelfos. Dias se passaram e a Júlia ainda não havia me respondido. Resolvi chamá-la e ela respondeu perguntando quanto tempo de duração da entrevista, respondi e marcamos a data e horário.

5.2.3.1 Perguntando e escutando Júlia

O bate papo com Júlia ocorreu no dia 27 de janeiro de 2022 às 19 horas e 15 minutos. Com um ponto de iluminação, computador ligado e fone de ouvido conectado, criei o *link* do Zoom e encaminhei para ela que em pouco tempo já acessou. Iniciamos conversando sobre seu casamento e gravidez.

Aparentemente Júlia estava em seu quarto que ao fundo tinha uma parede branca, no seu lado direito uma porta ou janela em tom escuro e no seu lado esquerdo prateleiras brancas repletas de livros e outros objetos e materiais. Católica Apostólica Romana, participante da Sociedade dos Guelfos desde o final de 2018 e frequentadora da formação e direção espiritual da Opus Dei a partir de fevereiro de 2019, Júlia é uma jovem branca, tem cabelos castanhos claros, mora em Porto Alegre, tem 25 (vinte e cinco) anos, formada em Relações Internacionais. Sendo analista, trabalha com segurança na *internet* e sua renda bruta familiar está entre 5 (cinco) e 9 (nove) mil reais.

Nossa conversa durou 1 hora e 27 minutos. Júlia vestia uma roupa azul e manteve seus cabelos presos em um rabo de cavalo. Solicitei a sua confirmação de gravação antes e após iniciarmos e ela confirmou, dizendo que sem problemas. Com sorrisos e risadas, nosso diálogo foi de descobertas e muito testemunho e posicionamentos de Júlia a partir de suas vivências de fé. Participante da Jornada Mundial da Juventude no Rio de Janeiro de 2013, conta que atualmente a maioria das suas amigas, principalmente as mais próximas, são da religião católica e entre estas amigas, há também amigos(as) que estão em processo de conhecimento da fé e solicitando sua ajuda, conselhos e dicas.

Seu sonho sempre foi viver em um círculo de pessoas amigas que também fossem católicas, porque entenderiam mais o contexto e demais experiências do cotidiano dela e assim, aconteceu de se distanciar de grupos que não tinham mais tanto a sua visão de mundo, o que não quer dizer que todos(as) amigos(as) são da

sua religião. Logo que começou a namorar seu atual marido, ele já participava de grupos da Igreja e com a aproximação, as amizades dele tornaram-se dela também. Uma jovem deste grupo era seguidora da religião evangélica e após se converteu ao catolicismo.

Júlia contou que sua colega de trabalho muitas vezes lhe questiona pontos da religião católica, devido sua curiosidade e desejo de compreender mais, sendo aberta a ouvir e aprender. Alguns dias a pergunta foi sobre a questão da castidade e casamento e ela respondeu explicando que a relação sexual não é apenas para procriar, mas também unir o casal, transmitindo carinho e afeto além da conversa e convivência. Resposta essa que surpreendeu sua colega. Júlia contou essa história, porque disse que é diferente explicar aspectos quando a pessoa pergunta na bondade, enquanto há outras situações em que as pessoas perguntam para gerar uma discussão, não têm boas intenções, não querem conversar e por isso, ela prefere abster-se de alguns temas e quando sente que a pessoa não quer ouvir e pensar e talvez mudar de opinião, mas sim criticar. Considera que é importante levar as pessoas até Cristo, mas vai delas escolherem esse caminho ou não.

Católica praticante desde criança, são raros os domingos que não vai a missa, abriu vários parênteses e disse que assim aconteceria no decorrer da entrevista. Confirmando o que disse, logo falou:

Pra mim sempre foi muito forte desde sempre a questão da religião de que é claro que às vezes tu precisa dar espaço e se distanciar de outras pessoas que talvez não sejam uma boa influência, mas não cortar totalmente o caminho, porque bem ou mal eu quero, eu acredito que salvação vem pela Igreja Católica né? Porque vai encontrar Cristo verdadeiro né? A Eucaristia e tudo mais e eu também quero que todo mundo se salve né? Não é só eu. [...] Tudo que eu quero é que todas as pessoas que eu conheço assim, principalmente as pessoas que eu já tive um vínculo de amizade maior, pessoas do trabalho, eu também quero que elas conheçam o catolicismo que eu conheço, porque também tem muitas coisas que ficaram assim tipo culturais que às vezes nem é o que de fato acontece né, mas aquele diz que me diz, uma pessoa passou por uma situação e começa a dizer para todo mundo que é assim e pronto, todos os padres são horríveis, pedófilos e toda essa coisa. Daí tu fica, tipo “Não. Vamos conversar né?”. Tem sim, a Igreja tem seus erros, ninguém diz que é perfeita realmente, a parte perfeita é Cristo né? [...] A parte humana, a gente vai errar e vamos se ajustando né?

Enquanto conversávamos, compartilhei vivências semelhantes com as dela e observações minhas de como acontece sua partilha de fé *online* e nos conectamos ao lembrar que no tempo de escola nos sentíamos como seres de outro planeta só

pelo fato de irmos à missa e seguir uma religião. Júlia, com uma família religiosa, onde troca experiências sobre o catolicismo, crê que se acreditamos em nossas convicções, devemos querer compartilhar com os(as) demais e não esconder.

Gostaria que seu perfil no Instagram fosse menos ativo, porque se considera viciada na rede, tem frequência de publicações no geral de uma vez por dia e raramente acontece dela ficar 1 (um) ou 2 (dois) dias afastada. O “vício” de compartilhamento e vivência diária na rede é tanto, que chegou a ficar sem a rede social, limitar tempo ou postar apenas temas religiosos durante a Quaresma, servindo como penitência, sacrifício. Quando fala sobre gravidez e casamento, todo mundo interage independente do formato, mas normalmente utiliza mais os *stories*, devido sua dinamicidade, e eventualmente o *feed*, que antes para ela devia ser apenas de publicações relevantes, interessantes e de momentos marcantes em sua vida, definição essa que foi completamente alterada ao entender que a conta é sua e ali posta o que quiser. Outro formato que Júlia gosta são os *reels*, porém, é utilizado de forma esporádica.

Sobre os *stories*, ela acrescenta que tem muito vínculo com seu jeito de ser, seu temperamento, porque ela mesma é dinâmica e, além disso, é um formato onde nada precisa ser tão produzido, relevante e com grande profundidade e ainda assim, as pessoas interagem muito mais que no *feed*, comentando com ela no privado, reagindo com *emojis* e respondendo as enquetes e caixinhas de perguntas que costuma divulgar. Falando sobre os comentários nos *stories*, Júlia indica que no privado às pessoas acabam a chamando e tirando dúvidas sobre aspectos religiosos.

Com recortes do dia a dia, suas publicações de forma generalizada são de compras, músicas, livros, memes, atividades domésticas, dicas, futebol, gastronomia, pôr do sol (possui um perfil no Instagram com este foco), família, coisas engraçadas e compartilhamentos de *posts* de outros perfis. Busca evitar falar de temas polêmicos, como política, pois se alguém lhe chama para falar sobre, acaba não lhe fazendo bem e gerando uma crise de ansiedade. Querendo construir pontes e não as destruir, entre estes temas polêmicos, aborda apenas os que a machuca muito, como o aborto, porém, fica receosa do que falarão, o que virão falar e tenta se proteger antecipadamente.

Seguidora de perfis religiosos e lojas católicas, consome conteúdos informativos e acompanha perfis de pessoas que têm vida familiar como ela, sendo

mães, trabalhando e trazendo testemunho da experiência de uma vida cristã através de exemplos práticos e positivos, onde ela se reconhece, aprende a lidar com situações e tem referências. Os dois movimentos que participa são conectados, porque assim como ela, há outros indivíduos que participam de ambos e um tema forte nas reflexões é a santidade no cotidiano, ou seja, viver a fé dentro das atividades diárias, santificar os momentos vivendo as coisas bem, sem reclamar, sendo mãe, trabalhando, sendo gentil com os(as) colegas e dessa forma, serem percebidos como indivíduos que mesmo entre dificuldades, estão agradecendo e sendo vistos como referências de relação próxima com Cristo.

Para Júlia “Na verdade ser santo é o normal, na verdade, é o que Deus quer para nós”. Ao citar essa fala, ela complementa com alguns exemplos. Seu marido, por exemplo, joga futebol e lá fala sobre temas atuais, convida amigos não cristãos para jogar com amigos cristãos e assim se conhecerem e tal experiência é uma normalidade de seguir o cristianismo, porque não é necessário viver duas vidas separadas, isso para ela é viver para Cristo, assim como nos momentos em que se faz algo para a família buscando agradar quem gosta. No ponto de vista de Júlia, devemos oferecer a vida e tudo que fizermos a Deus, vivendo por ele em todas as atividades, porque ele está presente em todos os momentos e tudo pode ser um aprendizado, pois há diversos meios de santificar. Então qualquer publicação positiva que faz no dia a dia, mesmo não explícita, é religiosa por ser essa oferta a Deus.

O Instagram que traz o recorte bom da vida, para Júlia, é uma rede social onde ela segue contas de outros movimentos católicos, como institutos vinculados à Igreja que celebram a missa no rito tradicional, institutos de vida religiosa e sacerdotal, fraternidades de irmãos/irmãs religiosos(as), entre outros. Uma singularidade na fala de Júlia, é que ela expõe que convive bastante com uma fraternidade de freis com seu esposo, tanto que um dos freis, foi seu padrinho de casamento.

As publicações religiosas de Júlia têm frequência de uma vez por dia, porém, nem sempre consegue, o que considera uma falha por esquecer em alguns momentos. Busca não divulgar sua fé em algumas ocasiões para não ser vista como uma jovem que só fala da Igreja Católica e vive o dia inteiro rezando, pois assim, as pessoas conseguem observar que podem sim se aproximarem da fé e manterem suas rotinas. Habitualmente publica pontos de livros de meditação, fotos na Igreja (tem um perfil no Instagram com elas), grupo da Sociedade dos Guelfos, imagens de

devoção (durante a entrevista foi para o lado, baixou a câmera e mostrou o espaço que tem com várias imagens religiosas), leituras espirituais, encontro na Opus Dei, frases de santos e ligadas a questões da vida, textos de livros, reflexões, divulgação de trabalho, compartilhamentos de outras contas e fotografias do cotidiano onde há objetos simbólicos católicos, como a cruz que está sempre em sua mesa e olha o dia inteiro.

A religião é a primeira coisa em sua vida e deseja quebrar estereótipos mostrando para todos(as) que a seguem que trabalha e tem uma vida além da religião, mesmo que ambos os aspectos estejam completamente vinculados para ela. Júlia comenta que não adianta rezar, mostrar essas experiências religiosas e não dar atenção e cuidar das pessoas em sua volta, por exemplo. Mais de uma vez, ela comenta o quanto quer atingir pessoas católicas ou não, fazendo apostolado através do Instagram e pensando como mostrar esse equilíbrio de rotina e fé.

Exposições de fé dela são na maioria através do formato *stories*, todavia, anda utilizando o *feed* para trazer pensamentos mais profundos a partir do que pensa. Já a motivação para disseminar sua crença é descrita por ela:

O que mais me motiva é que realmente é algo central na minha vida né? E o Instagram tem muito isso de tu compartilhar a tua vida, então não faria sentido eu compartilhar coisas nada a ver e esconder a minha fé. Então eu acho que isso é o principal de tudo né? Que não teria como, eu não me vejo fazendo as minhas coisas sem que em algum momento eu esbarre com uma imagem de Nossa Senhora, que eu esbarre com o crucifixo no meio do meu dia. Então tipo, isso é super comum assim para mim né? Então não teria como eu tirar isso também dos meus perfis das redes sociais e tudo mais. E outro ponto é isso que a gente até já trouxe aqui né? De justamente por ver que está acontecendo um movimento de mais pessoas procurando, não só assim o catolicismo daí especificamente, o cristianismo de uma forma geral, tem muitas pessoas voltando ao cristianismo e lembrando porque que era então que nossos avós, nossos pais, [...] a tataravó lá, era super devota. Por que isso né? Porque o mundo está uma bagunça e eu vejo que muitas pessoas estão procurando isso e às nem sabem onde achar. Não tem uma pessoa conhecida assim, eu tenho coisas que me motivam. É que eu tenho dois exemplos muito fortes para mim, que eu sei que não fui eu que, por exemplo, “converti” as pessoas, né? Tem dois amigos, que eles por caminhos seguiram e acabaram voltando ao catolicismo. Eles vêm muito conversar comigo, vem trocar ideias e coisa e daí eu fico: “Pô, então tudo bem, eu posso não ter sido digamos a pedra central que fez eles voltarem para a Igreja, mas eu estava lá também esse tempo todo colocando coisas, de tanto a tal ponto, que eles sabem que eu sou tipo uma ‘referência’ para eles virem conversar, para eles virem tirar uma dúvida, pra eles virem trocar uma ideia”, então eu quero, sei lá, que se por acaso outros amigos também passarem por esse processo eles saibam que eles podem me chamar né? Então também deixar isso claro, digamos para todo mundo e também se alguém achar que “Não, nunca mais vou falar com a ‘Júlia’, porque ela é católica”, também tudo bem, paciência. Enfim, mas deixar claro assim, porque é algo que eu sou né? [...] O ponto

central da minha vida, tudo parte disso, então não tem como deixar de compartilhar e eu acho que também quanto mais eu fui aprendendo sobre a minha fé, tipo mais profundidade e entendendo de fato e tendo mais formações, eu fui compreendendo porque que essas coisas são importantes também, de tu tá ali, de se expor né?

Júlia contou que quando adolescente, tinha vergonha de ir às missas, porém, conforme foi crescendo, adquiriu conhecimento e reconheceu seu amor por Deus, notando que não faz sentido viver uma vida dupla. Com uma citação bíblica disse que ou tu serve a Deus ou tu não serve e o servir a Deus também acontece na rede social, pois vai acabar “respingando” as publicações diárias que envolvem Deus nas outras pessoas, porque ele está em todos os lugares.

Relativo ao efeito gerado em seus/suas seguidores(as) que acompanham suas publicações, espera gerar uma abertura de contato e proporcionar uma desmitificação do que é o catolicismo, ou seja, evidenciar que é uma católica, feliz e normal, que vai na academia, festa e formatura, trabalha, se diverte e ainda tem fé, pois nada a impede. Quanto à abertura de ser uma pessoa para contatarem, cita que deseja dar a oportunidade de pessoas que tem falta de vivência de fé para se sentirem abertas a lhe chamar, comentando nos *stories* e chamando no privado. Para ela, tudo bem eles(as) não se converterem, mas se curtir ou comentar uma foto, algo pode ter mudado no coração deles(as) ao ler e ver tais imagens que divulgou. O seu objetivo é ir largando sementinhas de Deus em cada um de seus *posts*, porque em algum momento pode fazer sentido para as pessoas, dando a oportunidade de se aproximarem de Deus. A frase de um santo pode alterar conceitos e fazer com que indivíduos se reconheçam, sintam-se acolhidos.

Colocando Deus no centro de sua vida, Júlia admite que já teve receio sim de expor sua fé quando era mais nova, na época do colégio, ainda adolescente, o que mudou e amadureceu, sendo o movimento de EMAÚS um ponto forte para essa aproximação dela com Cristo, mesmo tendo fé desde cedo devido sua família ser da mesma religião. Ela notou que ao crescer, começou a viver de fato a vida cristã e que se todos(as) podem postar tudo, não tinham motivos para ela não postar sobre sua crença. Em tempos de faculdade, por exemplo, se posicionou religiosamente, o que lhe blindou de alguns convites, situações chatas e questões polêmicas.

Júlia concorda que há sim uma maior liberdade religiosa nas redes sociais, porém, ao mesmo tempo, ainda nota que tem muito combates desnecessários com questões que nem são tão polêmicas, assim como existe a liberdade de divulgar,

mas tem gente fazendo chacota com algumas coisas que outros(as) postam. Segundo Júlia, está ocorrendo uma onda de conversões e as pessoas sentem necessidade de se expressar, querendo falar sobre isso e as mudanças de suas vidas, porque antes não se falava tanto. Anteriormente, as gerações não tinham acesso a algumas informações e hoje é possível por causa dos avanços tecnológicos, que, por exemplo, possibilita reverem documentos esquecidos e antigos.

Para ela, a realidade dos meios de comunicação era complicada e agora é mais prática, o que anima as pessoas a falarem sobre religião, tendo grupos de estudo e discussões sobre. Nestas plataformas, as pessoas se encontram, fazem amizade e namoram com outros(as) católicos(as), fazem perguntas via meios disponíveis (caixinhas de perguntas nos *stories* do Instagram) e buscam conteúdos via *hashtags*. Quanto a incômodos com publicações suas, usualmente de forma direta, não acontecem, porque ela mesma cuida para não se posicionar nos *posts* de outros(as) e talvez a respeitem por isso ou no máximo deixam de segui-la. Porém, já aconteceu sim de haver discussões em casos de assuntos polêmicos onde ela se posicionou, como o aborto.

Os(As) integrantes da Sociedade dos Guelfos têm perfis bem diferentes no Instagram e conseqüentemente, posicionamentos de fé também, devido idade, estilo, entre outros fatores. Tem os(as) que disseminam a religião frequentemente com inúmeros detalhes e outros bem pouco, o que para Júlia, se equivale com suas personalidades. Não só no grupo que ela participa, como na religião católica como um todo, na opinião dela, existem discrepâncias nos posicionamentos dos(as) fiéis, principalmente quanto aos assuntos que não estão em algum documento da Igreja Católica e se estão, são lidos de outra forma, por isso a importância de divulgar estudos. Há os(as) que seguem um apostolado tradicional¹² outros(as) mais

¹² Em uma publicação da página do Facebook da Capela São José (2022), o apostolado tradicional que é aplicado por meio da comunidade que a frequenta, se caracteriza através da reza deles(as) em latim (considerada a linguagem da Igreja), cantos em gregoriano por ser o canto dos anjos e as vestimentas para ir à missa precisam ser consideradas decentes por eles(as), porque nas suas opiniões estão indo ao evento mais relevante de suas vidas. Além disso, nesta mesma publicação é mencionado que "As mulheres usam véu porque a igreja cobre tudo o que é mais sagrado. O padre não fica de costas para nós, ele está junto de nós, no mesmo sentido, na mesma direção, nos guiando até o Céu como outro Cristo exercendo a sua vocação" (FACEBOOK CAPELA SÃO JOSÉ, 2022). Disponível em: <<https://www.facebook.com/watch/?v=3100382286871599>>. Acesso em: 01 jun. 2022.

carismático¹³, os(as) que participam e apoiam o rito tradicional e os(as) que preferem a missa no formato novo, por exemplo.

Em conformidade com Júlia, existem referências onde os(as) católicos(as) podem procurar respostas, como nos mandamentos, dogmas e posicionamentos do Papa, porque para algumas coisas a Igreja Católica é aberta a discutir, como por exemplo, o fato de ser vista como uma instituição machista. Em sua opinião, a Igreja é una e não tem como cada um(a) pensar o que quer, porque se for um dogma não há discussão e se não for, é aberto sim a debates, porém, tudo que é dito pelo catolicismo tem uma explicação e foi estudado, como o motivo de não ter padre mulher.

Acreditando que o aumento da utilização das redes sociais proporcionou reconhecimento, ativismo e diversidade de exposições religiosas nas contas de Instagram da juventude porto-alegrense católica, Júlia relata que o motivo pelo qual o Instagram vem sendo utilizado para ativismo religioso, é devido ser a rede social que mais vem sendo manuseada por todos(as), não só religiosos(as), além de ter maior alcance quando comparada com as outras redes sociais que são pouco usadas. As pessoas estão no Instagram e se alguém quer ser ouvido, é fundamental compartilhar na rede social que está em alta, pois vai ter público para ler e interagir. Outro motivo que Júlia deu, foi que nessa plataforma, se pode pesquisar assuntos, postar conteúdos que ficam disponíveis e utilizar formatos diversos para *posts*, o que ajuda os indivíduos estarem nela e praticarem o ativismo religioso.

A exibição de fé no formato *online* de Júlia, acontece fortemente no Instagram, entretanto está presente em outras redes sociais. No Facebook apenas compartilha o que publicou no Instagram, no Twitter se expressa religiosamente, no WhatsApp posta *stories* e no Pinterest procura conteúdos, inspirações de oratório, imagens de santos para imprimir em casa (ela contou que busca imagens de Nossa Senhora em outras etnias, porque há lugares em que ela tem outras características, como no Japão, ou seja, há uma Nossa Senhora japonesa, representando cada lugar e gerando uma proximidade afetiva com a religião) etc. Ao final da entrevista, Júlia expressa que o aumento das redes sociais vem ajudando de forma satisfatória a

¹³ Sobre o jeito carismático, o *site* Renovação Carismática Católica Brasil (2019) indica que uma das características é a “Espontaneidade que brota da alegria de quem encontrou-se com a pessoa de Jesus, pela ação do Espírito Santo. É possível perceber isso nas partilhas, nas convivências, nos momentos de oração, durante os eventos, entre outros”. Disponível em: <<https://www.rccbrasil.org.br/blog/2019/07/caracteristicas-grupo-de-oracao-catolico-carismatico/>>. Acesso em: 31 maio 2022.

religião católica, porque observa pessoas conseguindo informações que não tinham acesso (exemplo: boas homilias de padres), seguindo padres, encontrando reflexões e auxiliando pessoas a conseguirem encontrar outras que tenham fé e objetivos semelhantes.

O lado complicado dessa ampliação das redes sociais, que acabou atrapalhando de forma direta o catolicismo, para Júlia, é em virtude de que prejudicam pessoas que vivem muito a vida de Instagram, abordando temas que não são praticados na “vida real”, como os(as) super militantes na *internet* sobre oração e Deus, que na verdade, são pessoas ruins na vivência familiar, não ajudam em nada e reclamam de tudo. Existem também os indivíduos que martelam regras católicas que não são regras e sim opiniões, como a questão do que vestir, gerando muitas vezes complicações devido o radicalismo que faz com que as pessoas se afastem e não se interessem pela crença, principalmente os(as) adolescentes.

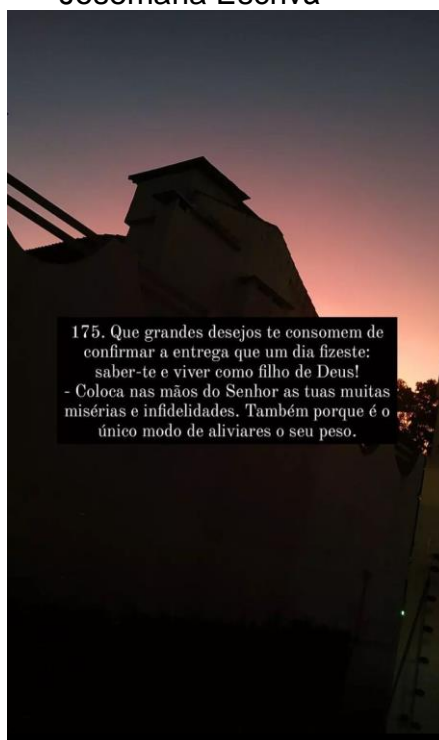
5.2.3.2 Instagram da Júlia: onde todas as publicações acabam sendo de cunho religioso

A disseminação de fé de Júlia inicia desde sua descrição do perfil do Instagram, onde junto à informação sobre o país e estado em que mora são indicados os perfis extras onde divulga fotos de pôr do sol e Igrejas, também cita a frase “*In laetitia nulla dies sine cruce*”, que ao pesquisar descobri que significa algo semelhante a “Na alegria não há dia sem cruz” (tradução nossa). São 16 (dezesesseis) títulos de destaques, mais de 500 (quinhentas) publicações, além de 1.700 (um mil e setecentos(as)) seguidores(as) e seguindo quase 1.400 (um mil e quatrocentas) pessoas.

Acompanhei seus *posts* durante 15 (quinze) dias, de 28 de janeiro a 11 de fevereiro de 2022 e 62 (sessenta e dois) *stories* foram publicados, dentre estes, 22 (vinte e dois) foram com conteúdo religioso explícito e em apenas 2 (dois) dias não houve publicações de *stories* vinculados à religião. Este formato, sendo nitidamente o único e mais utilizado por ela, expôs: frases de santos na borda de uma agenda ou caderno seu, compartilhamentos de outros perfis (divulgação de seminário intensivo de canto gregoriano e reflexões), pontos de meditação de São Josemaria Escrivá por escrito ou fotografados e marcados no livro (exemplo na figura 7), vivência diária de culinária junto a estatueta de Nossa Senhora e um crucifixo, a imagem da tela de

bloqueio do seu celular com Cristo ensanguentado na cruz (participação da corrente de *stories* com o título: “A tela de bloqueio do celular diz muito sobre a pessoa”), versículos bíblicos e vídeo ao som da canção “Adoro Te Devote”, cantada por Juliano Ravanello, onde segura flores e escreve: “Flores pra visita de Nosso Senhor ao nosso lar” junto a um *emoji* de coração.

Figura 7 – Exposição de Fé de Júlia via *story* com ponto de meditação de São Josemaria Escrivá



Fonte: Perfil do Instagram de Júlia

Observando o perfil de Júlia, notei que antes mesmo do período estudado, sua frequência era tão grande quanto a diversidade de exposição de fé. Tanto que encontrei mais de 37 (trinta e sete) publicações entre *feed* e *reels* e aproximadamente 244 (duzentos e quarenta e quatro) *stories*, ambos formatos com *posts* religiosos. Entre os 16 (dezesesseis) destaques com inúmeros *stories*, 9 (nove) são direcionados exclusivamente a sua fé, com dicas, imagens (como o Sagrado Coração e de São José), pontos de meditação (escritas com imagens ao fundo ou fotografadas do livro que segura em suas mãos), explicações (o que são, os motivos e como rezar jaculatórias), reflexões, inspirações (como organizou e o que escreveu em seu devocionário), dicas (por exemplo, aplicativos com rosários, terços e meditações por escrito ou em áudio), trechos e indicações de livros (exemplos:

“Sulco”, “Tratado da verdadeira devoção à Santíssima Virgem”, “Regra de vida para mães: como ordenar seu lar e trazer paz à alma”, “Os Graus da Humildade e da Soberba”, “Escada do Paraíso”, “Prática da Presença de Deus”, “Ressurgente em meio à crise: A Liturgia Sagrada, a Missa Tradicional, e a renovação da Igreja”, “Amor e responsabilidade”, “O Amor Maior: a história de Santa Gianna”, “As pequenas virtudes do lar”, “A Jovem Esposa: Rumo para a felicidade matrimonial”, “Santos Casados: a santidade no matrimônio ao longo dos séculos”, “Matrimônios Santos: Os santos casados como modelos de espiritualidade conjugal”, “Glórias de Maria”, “Amigos de Deus: homilias”, “Santo Rosário” e “Prática do amor a Jesus Cristo”) e assim por diante. Em outros destaques, aparecem momentos seus rotineiros, como uma xícara de café ao lado do crucifixo e da estatueta de Nossa Senhora, o prato de alguma refeição tendo por escrito na imagem: “Deus provê. Deus proverá. Sua misericórdia não faltará” e foto sua arrumada com a descrição: “Dia do Senhor”.

O *feed* segue um pilar religioso semelhante dos *stories*, contendo dicas de livros, fotografias externas e internas de Igrejas, orações e reflexões de pontos de meditação ilustrados com fotos do casal (Júlia e seu marido), do dia a dia ou da natureza, imagens de devoção (exemplo: presépio, Sagrada Família, Nossa Senhora, vivência de santidade em família, terço, véu, crucifixo, Sagrado Coração e Jesus Cristo), bilhetes com frases inspiradoras, lembrança de viagem para a JMJ que aconteceu no Panamá, experiências com outros(as) fiéis etc. As descrições complementam tudo que veio a ser ilustrado, compartilhando experiências de leituras diárias, com *emojis* e trechos de livros, reflexões de pontos de meditação, datas comemorativas (como Páscoa e Natal), de santos e citações de São Josemaria Escrivá e do Papa, agradecimentos, vínculo do seu relacionamento com o marido junto a Deus, versículos bíblicos e muito mais.

Unificadas as descrições, temos as *hashtags* que variam, mas nem sempre são tão utilizadas, seguem alguns exemplos: #consagraçãoanossasenhora, #catholic, #catolicos, #livroscatólicos, #leituracatólica, #jovenscatólicos, #agoradeDeus, #elahoradeDios, #fé, #vocação, #papafrancisco, #DeusÉBomOTempoTodo e #amigasdefé. Por fim, os comentários além dos *emojis*, unem falas de pessoas com agradecimentos e sobre suas experiências de leituras das dicas de Júlia e falam sobre experiências religiosas com a mesma.

5.2.4 Leonardo: um guerreiro fazendo apostolado por sua fé

O contato com Leonardo foi no dia 27 de janeiro de 2022 através do *direct* do Instagram e Messenger do Facebook, pois foram as duas redes sociais onde o encontrei. Em ambas enviei a mesma base de mensagem que utilizei com todos(as) entrevistados(as), adicionando apenas o fato de que havia sido Júlia que me indicou seu nome. No outro dia ele me respondeu nas duas plataformas confirmando que me ajudava e marcamos a entrevista.

5.2.4.1 Diálogo com o Leonardo

Nosso diálogo aconteceu no dia 29 de janeiro de 2022 às 13 horas via Zoom. Janela aberta para boa iluminação, dois fones de ouvido, computador ligado e *link* enviado via WhatsApp para Leonardo. Brevemente ele entrou e iniciei com boas-vindas, falei como seria o processo de entrevista e solicitei sua aprovação para a gravação, que foi confirmada.

Com o celular em mãos, Leonardo fez sua entrevista sentado em um sofá azul, provavelmente localizado na sala, ao lado de uma janela ou porta de vidro e ao fundo uma parede branca, porém, se movimentou devido falas próximo de si para outro pavimento da casa, que imagino ser seu quarto, no decorrer da entrevista e que só mostrava uma parede branca ao fundo. Leonardo é um jovem branco com barba e cabelo loiro escuro, usa aparelho ortodôntico, vestia uma camiseta vermelha, mora em Porto Alegre, tem 28 (vinte e oito) anos e estuda Direito na IMED. Trabalhou no escritório de advocacia do tio e atualmente está desempregado, porém, procurando estágio com foco na área de Direito Tributário. Sua renda bruta familiar é a partir de R\$ 11.000,00 (onze mil reais).

Com sorriso, energia e brincadeiras nosso diálogo iniciou quando me apresentei abordando pontos como: idade, formação, tema de pesquisa, ativismo religioso *online*, religião, movimento que integrei e hoje integro, voluntariado, etc. Católico Apostólico Romano, participa da Sociedade dos Guelfos, do Centro Cultural Mirador, da Opus Dei e de uma ação social desenvolvida por jovens da Sociedade dos Guelfos, onde fazem, organizam e distribuem alimentos aos/as moradores(as) de rua.

Sua vida religiosa inicia oficialmente no final de 2017 e ele conta que:

Na verdade quando era criança pedia para minha mãe que eu queria ir na Igreja e ser católico, mas ela não deu muita bola, falou: “Se tu quer ir, tu vai”. Daí depois de adulto que eu tive esse contato através do meu primo [...] que me convenceu né? Ele ficou meses me falando sobre a doutrina, me explicando, a gente debatia muito sobre religião e chegou um momento que eu aceitei ir à missa, comecei a frequentar e agora estou aí na Sociedade dos Guelfos e já estou bem engajado.

Entre conversas compartilhando experiências semelhantes na vivência da doutrina e com outras pessoas, Leonardo me conta uma vivência que teve em um trabalho, onde seu chefe se apresentava como católico, porém, não era realmente praticante da religião pelo que observava em suas falas, tanto que em uma de suas conversas com esse chefe, Leonardo citou que não trabalhava no domingo, exatamente por ser católico, pois neste dia se envolve com várias questões da Igreja e o chefe estranhou por fazer diferente.

Nos dias atuais, a maioria dos(as) amigos(as) dele são católicos(as), porque ao entrar na Igreja se entregou e o envolvimento é tão grande que normalmente se convive mais entre essa comunidade. Leonardo se apresenta como uma pessoa sociável e tem muitos(as) amigos(as), porém, seus melhores amigos não são católicos, o que o faz mesmo assim praticar um trabalho de apostolado e um deles já está o acompanhando na ação social.

“Meio complicado, eles se dizem católicos e estão sempre com um pezinho em outra religião” é a afirmação dele ao responder a pergunta se a maioria da família era da mesma religião que a sua. Complementa que todos seus familiares começaram a vida como católicos(as), mas não tinham tanto amor assim pela religião quando comparado com ele, porque a intenção não era saber o que é certo e errado perante a doutrina e demais regras religiosas e como consequência, isso interviu na fé de cada um(a).

Os avós, por exemplo, foram católicos, espíritas e evangélicos e hoje estão mais ligados ao catolicismo por sua influência, assim como sua mãe, que é seguidora da religião hare krishna, mas que também vai à missa, gosta de ir à Igreja rezar e até mesmo se confessou por solicitação dele. Leonardo e seu primo são os dois pilares católicos da família e buscam engajar os familiares, que por sinal, já foi uma ação de sucesso, pois conseguiram realmente converter alguns.

Com perfil ativo no Instagram, Leonardo faz o seguinte comentário:

Tu não vai achar tanta coisa assim no meu perfil, claro eu posto algumas coisas no *feed* né? Mas eu trabalho mais com os *stories* e conversas no *direct*. Meu apostolado é um pouco diferente.

Seguindo nosso diálogo, ele cita que a frequência de publicações no geral é de uma vez por dia ou uma vez a cada dois dias (em dias que está mais ocupado), sendo os *stories* o formato mais utilizado. No seu ponto de vista, parece que as publicações no *feed* muitas vezes são divulgadas por outras pessoas com o intuito e preocupação de alcançar resultados de muitas curtidas, o que não é o seu caso, pois deseja desapegar dessas questões e o resultado ser levar pessoas até Deus com seus *posts*. Então prefere conversar sobre religião com as pessoas de forma mais íntima a partir do *direct* do Instagram, quando as mesmas respondem suas publicações. Leonardo considera um “trabalho de formiguinha”, porém, que vale muito para ele, pois se alcançar por dia uma, duas ou três pessoas se sentirá bem por conquistar a atenção delas.

Publica no geral questões do mundo, dia a dia, brincadeiras, piadas, vídeos e faz enquetes em busca de contato com as pessoas através de suas interações. Segue e acompanha perfis católicos no Instagram, entre eles de alguns padres, como o do Padre Paulo Ricardo, pensadores religiosos e pessoas do seu grupo de jovens que normalmente fazem publicações que são interessantes para seu aprofundamento do tema religião, porém, ao mesmo tempo, segue poucos perfis de outros movimentos católicos.

Sem se considerar uma referência para as pessoas, Leonardo mantém sua frequência de publicações vinculadas à sua crença de forma mais rara, sendo uma vez por mês no formato *stories* e às vezes *feed*. Costuma divulgar vida de santos, data comemorativa católica ou alguém explicando o Evangelho do dia. Sobre a sua forma de disseminação de fé no ambiente *online* diz:

Eu acredito que o apostolado que eu faço é um apostolado diferente. É um apostolado de tentar ser mais exemplo e tentar menos convencer. É tipo assim, tu ser o sal da terra e a luz do mundo. Tu ser aquela pessoa que as pessoas buscam para ser um porto seguro. Então eu não fico nem com os meus amigos insistindo: “Ah vamos na missa”, “Tu tem que pensar dessa forma”. Isso está errado, eu não faço esse tipo de coisa, porque é uma coisa que às vezes tu mais afasta a pessoa do que traz entendeu? Pelo menos é o que eu penso. Então o meu jeito é diferente, eu sou uma pessoa que tento ser divertido, tento entrar na vida da pessoa e daí por diante a gente entra no assunto. Porque está lá escrito, eu sou católico “tal tal e tal” e as pessoas acabam sempre desembocando em perguntar alguma coisa sobre religiosidade. Elas sempre vão perguntar, mesmo que for por

curiosidade, implicância ou por algum outro motivo, mas elas sempre acabam perguntando e é aí que eu entro e começo a falar, entendeu?

Ao publicar sobre sua fé, ele comenta que deseja que o efeito seja de que os indivíduos ao lerem, queiram ser mais católicos a cada dia, amorosos com o próximo e com Cristo, que se doem e se convertam mais e façam boas ações. Todavia, sobre a liberdade religiosa, Leonardo observa que pelos(as) usuários(as) realmente é mais aceita a exibição de religiosidade no espaço digital, mas pelos(as) administradores(as) do Instagram não. Leonardo conta que vê várias publicações religiosas serem “derrubadas” por expressarem verdades através de um ponto de vista crítico, enquanto vê perfis com nudez que não são “derrubados” pela mesma rede social citada. Há casos de casais católicos do movimento, que participa e representa nessa pesquisa, que vivem tendo publicações não aceitas no Instagram por falarem sobre sexualidade, por exemplo.

Tanto o Instagram quanto o Facebook, na opinião dele, são redes mal administradas, pois são geridas por pessoas maliciosas e que só aceitam a visão delas sobre assuntos determinados. Sendo assim, Leonardo ainda complementa citando que católicos(as) acabam algumas vezes sendo oprimidos(as) pelas redes sociais, o que foi uma surpresa, pois acreditavam que apenas a mídia tradicional era um problema, mas hoje o problema contra a religião católica acontece em qualquer lugar.

Referente suas demonstrações de fé *online*, Leonardo diz nunca ter ocorrido de alguém se incomodar com alguma publicação sua desta vertente, mas ao mesmo tempo se considera ponderado, pois tem receio de expor sua fé pensando se vai agradar ou não as pessoas com tal exposição, já que na sua visão há verdades que são verdades e as pessoas não aceitam. Porém, também expõe que assume riscos e já gerou polêmicas com *posts* e por isso, conversa com as pessoas envolvidas, debatendo e compartilhando sua opinião. Quando questionei o que o motivava a disseminar a fé, respondeu:

O que me motiva é o amor a Cristo né? Porque na verdade eu fui uma pessoa alvo de apostolado não só do meu primo, mas de diversas pessoas que eu encontrei nesse caminho. Até hoje acredito que seja uma pessoa que precisa de apostolado, porque para a gente se manter na fé a gente precisa ter esse contato né? Então o que me motiva é isso, é saber que as pessoas precisam de alguém que reza por elas, conversa com elas, que dê atenção para elas, elas precisam ver Cristo né? Então eu faço isso por amor a Cristo, que é o irmão que eu to vendo, o próximo.

Entre os movimentos dos quais participa, ele nota que a maioria é bem ativa no Instagram, a diferença é que alguns/algumas são mais modestos(as) e quietos(as), especialmente os(as) da Opus Dei. Dentro dos movimentos também há diversidades entre os posicionamentos de fé das pessoas. Da mesma forma, existem dessemelhanças entre os(as) católicos(as) como um todo, pois dentro dessa comunidade há os(as) que aceitam aspectos que para outros(as) são inaceitáveis, como questões políticas, modo de celebrar a missa e os próprios pensamentos. Leonardo também expressa:

Eu acho que as pessoas precisam mais de atenção, precisam de pessoas que cheguem efetivamente a tirar aquela casca delas né? Porque as pessoas nesse sentido, as pessoas são como uma cebola, que as pessoas vão tirando parte por parte para chegar no interior das pessoas. Então eu acho que é necessário um pouco mais de delicadeza e um pouco mais de *feeling* para se conseguir lidar com essas pessoas, basicamente é isso.

Ele acredita que o aumento da utilização das redes sociais proporcionou reconhecimento, ativismo e diversidade de exposições religiosas nas contas de Instagram da juventude porto-alegrense católica, pois foi algo que aconteceu naturalmente. Ao usar as mídias sociais para evangelização, as pessoas começaram aderir essa ideia automaticamente. O próprio Instagram é considerado por Leonardo a rede social mais utilizada e o ideal seria que as pessoas dentro deste meio fizessem apostolado, assim como ele.

Este “jovem guerreiro” da Sociedade dos Guelfos evidencia em seu posicionamento que o aumento da utilização das redes sociais mais ajudou do que atrapalhou a religião católica e complementa:

Até 2010 percebe-se que as pessoas na Igreja Católica estavam bem paradas assim né? Tinham poucas pessoas que realmente seguiam a doutrina, que faziam obras de caridade, que iam à missa todo domingo né? Muita gente está voltando para Cristo agora e principalmente por causa dessa explosão que vem acontecendo dentro das mídias sociais entendeu? O apostolado que as pessoas fazem. [...] Cada vez mais pessoas se convertendo justamente por causa desse meio de comunicação.

Relacionado ao que as redes sociais atrapalharam a religião, Leonardo retoma os cortes de publicações religiosas da rede e amplia ao dizer que as pessoas passam grande parte de seus tempos “dentro” do celular e não vivem suas vidas por

estarem presas a um aparelho. Além do que, para ele, o Instagram é superficial, pois traz imagens de pessoas “perfeitas” e todo esse universo da *internet* sempre tem coisas para atrapalhar, mesmo sendo um espaço também para santificação. O Instagram, mesmo com a opinião de Leonardo, ainda é a rede social em que ele mais dissemina sua fé, enquanto o Facebook é uma plataforma onde raramente publica, mas sim compartilha algo do Instagram.

5.2.4.2 A evangelização via Instagram do Leonardo

Contando com mais de 220 (duzentas e vinte) publicações no *feed*, mais de 5.000 (cinco mil) seguidores(as) e seguindo quase 1.000 (um mil) pessoas, o perfil de Leonardo em sua descrição cita sua naturalidade, sua origem familiar e junto a outras informações sobre si destaca também ser católico. Seis destaques fazem parte de sua conta sendo eles: Interação, Memes, Reflexões, Evangelho do Dia, *Moto Life* e *Throwback Thursday* (TBT).

Sua conta foi analisada entre os dias 30 de janeiro e 13 de fevereiro de 2022 e neste período conectado ao catolicismo teve publicado apenas 1 (um) *story* composto de um vídeo onde mostra dois coroinhas de uma Igreja em um momento de canto quando repentinamente um deles pega um grande balão amarelo, chupa o ar de dentro do balão e canta de forma mais aguda em determinada parte da música. Leonardo provavelmente achou engraçado e compartilhou, pois junto ao vídeo escreveu: “Meu Deus, mano” e colocou três *emojis* iguais rindo.

Diferente do que ele disse que seriam poucas publicações sobre sua fé que encontraria em seu perfil, encontrei mais de 64 (sessenta e quatro) *stories* e 16 (dezesesseis) *posts* entre *feed* e *reels*. Nos *stories* encontramos envio de mensagens via caixinha de perguntas para ele que foram compartilhadas (por exemplo: “A Igreja Católica é a verdadeira Igreja de Cristo” ou “Que Maria não é uma mulher qualquer”) e respondidas com imagem de espaço religioso e de Maria junto a *emoji* de mãos unidas em oração e escritos como: “A mais linda de todas as mulheres”. Neste mesmo formato encontramos compartilhamentos de outros perfis por Leonardo com montagens de desenhos e filmes que viraram memes (exemplo ilustrativo na figura 8) tendo frases como: “Quando seu amigo morre, mas você sabe que a morte não é o fim”, “Eu indo encher Deus com meus problemas” e “Na moral? O mundo é muito

atraente, mas eu fico com os santos, com a Eucaristia, com a Virgem Maria, com o amor de Deus... Eu prefiro o paraíso!!!”.

Figura 8 – Montagem estilo meme religioso compartilhada por Leonardo



Fonte: Perfil do Instagram de Leonardo

Versículos bíblicos, imagens de santos com frases suas reconhecidas, publicações da Sociedade dos Guelfos (sobre santos, Evangelho do dia, grupos, frases etc.) e do Padre Paulo Ricardo, fotos da Igreja com o altar iluminado em evidência e de trechos e imagens de livros mostrando Jesus, fotografia da estátua de Cristo sendo vista por uma criança e ele indo, mesmo de muleta, para a missa, experiências suas católicas e ações sociais, são algumas das outras publicações no formato *stories* que há no seu perfil como destaque. Unidas a essas imagens e compartilhamentos, Leonardo marcando a Sociedade dos Guelfos (quando publicações do movimento), também fez comentários, por exemplo: “Rogai por nós”, “Boa noite, meu Jesus”, “Dai-me graça e sabedoria para discernir o que tu queres de mim” e “Senhor, seja feita a tua vontade, não a minha”.

As publicações do *feed* e *reels* compartilham a imagem de Jesus Cristo, foto pós Comuna e de experiências de servir a Igreja Católica, retratos de presentes religiosos que ganhou (escapulário e Bíblia), de encontros com o pessoal do movimento católico e de suas leituras religiosas, frases de santos unidas as suas

imagens ao fundo, menções, montagens, memes e desenhos. Algumas dessas artes foram provavelmente criadas por ele devido à assinatura com seu nome que aparece. Estas mesmas publicações tem em suas descrições agradecimentos a Cristo e a Sociedade dos Guelfos, solicitações de engajamento dos(as) seguidores(as), *emojis* e citações como: “Vigiai e orai” e “Tudo posso naquele que me fortalece”. Logo abaixo as descrições, há as *hashtags* que são variadas: #JesusCristo, #IgrejaCatolica, #Aleluia, #salvemaria, #CristoRei, #maria, #Igreja, #VirgemMaria, #Cristo, #caridade, #Deusnocomando, #doação, #católicos, #Jesus, #vocação, #oração, #fé e #apostolado. Por fim, os comentários além de *emojis* fofos, possuem agradecimentos e pequenas frases católicas.

5.3 A MANIFESTAÇÃO ONLINE DA CRENÇA DOS(AS) JOVENS EVANGÉLICOS(AS)

5.3.1 Ana e Marcelo: o amor, a comunicação e a religião conectados

Devido Juliana ter me informado o telefone de Marcelo, o mesmo acabou sendo meu contato base do casal. Enviei uma mensagem para ele via WhatsApp no dia 28 de janeiro de 2022 em que me apresentei, falei como havia chegado até ele, explanei o tema, objetivo e análise do estudo e convidei ele e a esposa Ana a participarem. Sem retorno por 2 (dois) dias, encaminhei uma nova mensagem e Marcelo retornou confirmando que aceitavam. Por fim, definimos a data e horário da entrevista.

5.3.1.1 Prosa com o casal Ana e Marcelo

A única entrevista de todo o estudo com um casal casado pela religião evangélica e que moram juntos, aconteceu no dia 31 de janeiro de 2022 às 21 horas. Todo o processo de organização prévia aconteceu novamente, para que no horário combinado iniciássemos realmente a entrevista. Poucos minutos antes encaminhei o *link* do Zoom atualizado para Marcelo e ele respondeu depois de um tempo comentando que logo entrariam.

Previamente ao compartilhamento das falas respondendo as perguntas que fiz ao casal, vou falar um pouco individualmente das características e dados de cada

um e também sobre alguns detalhes do espaço físico onde estavam. Ana tem 25 (vinte e cinco) anos, é uma jovem branca, com olhos claros e cabelo loiro. Formada em Jornalismo e trabalha como autônoma na área. Durante a entrevista não está maquiada e veste uma camiseta rosa chiclete. Marcelo tem 28 (vinte e oito) anos, é um jovem branco, com olhos, cabelos e barba em tom escuro. Formou-se em Publicidade e Propaganda e trabalha como Assessor de Comunicação na Câmara de Vereadores de Porto Alegre. Na entrevista, Marcelo vestia uma camiseta preta. Ambos moram em Porto Alegre e a renda bruta familiar deles é superior a R\$ 8.000,00 (oito mil reais).

Ambos aparentavam estarem cansados e lado a lado, estavam na frente, provavelmente, de um computador. Compartilhavam o fone de ouvido e localizavam-se na sala ou no quarto da casa. Atrás deles uma televisão ligada pendurada em um suporte na parede e bem próximo uma cortina marrom que tapava a janela. Ao começar a gravação, solicitei a confirmação novamente dos dois se estavam de acordo que a entrevista fosse gravada e mais uma vez disseram que sim. Em seguida, me apresentei.

Ana e Marcelo são evangélicos da vertente Protestante da Igreja Universal do Reino de Deus e participam da Força Jovem Universal Gaúcha. Ele tem uma jornada de 12 (doze) anos neste movimento jovem. Ana cresceu na Igreja, participou de inúmeros grupos, com foco em crianças e outros específicos de adolescentes, porém, na Força Jovem Universal Gaúcha, onde ingressou aos 11 (onze) anos, participa há 14 (quatorze) anos.

A maioria dos(as) amigos(as) de Ana e Marcelo são da mesma religião que eles e o mesmo acontece com suas famílias. Marcelo chega a contar que quem conheceu esta Igreja foi primeiramente sua mãe e logo que cresceu, ela o levou para conhecer a vivência desta comunidade, o que gerou interesse e fez com que ficasse até hoje.

Perfis ativos no Instagram fazem parte do casal que possuem frequências e formatos de publicações semelhantes quando o assunto é geral. Comentam que no *feed* é difícil fazerem algum *post*, porque esse formato tem todo um cuidado especial em suas percepções, já os *stories* acabam sendo utilizados quase todos os dias. Marcelo ainda complementa: “Eu brinco que fazer postagem pra gente acaba virando trabalho. Daí a gente quando chega em casa, quer fazer pra si, não pensa em fazer né?”. Ana concorda e chega a falar junto com ele essa frase. Essas

publicações de temas gerais, no perfil de Marcelo são mais de trabalho além da religião e na conta de Ana, junto à *posts* da Igreja e do trabalho, há vivências familiares e registros dos seus cachorros. Marcelo disse:

Nossa vida acaba meio que em torno disso né? A gente cuida da parte de comunicação ali. Então as redes sociais é o que a gente gerencia ali. De voluntários é a gente que acaba fazendo. Então a gente acaba se envolvendo bastante, demanda tempo e tudo. Então meio que nossa vida é também, meio que se confunde que se mistura com as atividades da Igreja.

Consumidores de conteúdos religiosos evangélicos gostam de seguir perfis tanto de conteúdo quanto divertidos dessa mesma vertente, ou seja, os mais sérios com informações fundamentais e os engraçados que divulgam memes. Quanto a perfis da mesma religião que seguem são referentes a conteúdos produzidos para as redes sociais da FJU Gaúcha.

Referente às publicações vinculadas a religião, a frequência deles muda para mais de uma vez por semana, mas se mantém nos *stories*, porque acreditam que esse formato além de mostrar o dia a dia, também é onde mais pessoas veem, já que o *feed* “entrega” a menos pessoas quando comparado aos *stories*. Normalmente publicam versículos, frases relacionadas à crença e vivências dentro do movimento (exemplificaram ao contar que seus finais de semana são em função da FJU Gaúcha, tanto que no final de semana anterior estavam em um evento grande e automaticamente suas publicações se direcionaram nesse estilo). No perfil do Instagram da FJU, acabam utilizando mais o *feed*. Quando perguntei o que os motivava a disseminar suas fés em seus perfis pessoais do Instagram, Ana falou:

Eu acho que é uma forma da gente retribuir tudo que Deus fez por nós, porque a gente tem essa ciência, a gente que crê que tudo que nós temos, foi Deus quem nos deu, nos capacitou. Óbvio que a gente trabalha muito, que a gente faz a nossa parte, mas que foi Deus quem nos proporcionou. Então nada mais justo que a gente fale disso para as outras pessoas, para que as outras pessoas entendam também e tenham a oportunidade de ter a vida que nós temos e eu não falo financeiramente, eu falo de ser feliz, de ter paz, de poder fazer parte de algo maior sabe?

Marcelo concorda, diz que o que Ana falou é exatamente no que acredita e acrescenta comentando que além de gratidão, sua motivação ao publicar sobre sua fé é querer que outras pessoas conheçam o que viveram e vivem e dessa forma, poder ajudar os(as) jovens que visualizam estes momentos, pois é recompensador e

faz bem pra eles(as). Sobre os efeitos que desejam gerar nas pessoas a partir das suas partilhas de fé, o casal espera que as pessoas sintam-se motivadas não só para ir à Igreja ou à FJU Gaúcha, mas em fazerem algo para suas vidas, melhorando cada vez mais.

Marcelo adiciona o fato de terem muitos(as) jovens no grupo que vivem em vulnerabilidade social e muitas vezes, não conseguem ajudá-los(as) com estrutura e financeiramente, porém, os(as) motivam para que sigam lutando contra as adversidades. Sobre a ajuda ao próximo a fala de ambos, se conecta com o lema da FJU Gaúcha que diz: “Nós acreditamos em você”, como a própria Ana recordou, explicando que independente do problema e do desafio, eles seguem acreditando no(a) jovem e fazendo com que eles(as) mesmos(as) acreditem em si.

Ao falar sobre o fato de ter receio de expor a fé nas redes sociais, Ana de imediato responde que não, Marcelo também concorda com ela e expõe que a maioria das pessoas que os conhece sabe de seus vínculos com a Igreja Universal do Reino de Deus. Ana também retoma a fala ao dizer que é muito difícil alguém conhecê-los sem esses vínculos religiosos.

Sobre a liberdade religiosa ser mais aceita e presente nas plataformas digitais, ambos concordam que isso vem acontecendo e Ana afirma: “Eu acho que é uma tendência as pessoas demonstrarem que são cristãs ou enfim, não digo só de ser evangélico, mas sim de demonstrarem a sua opção religiosa” e instantaneamente Marcelo relata o exemplo de pessoas que antes tinham vergonha de ouvir e divulgar música gospel, o que hoje é comum visualizar, até na utilização de vídeos na rede social TikTok. Expor a religião para ele é mais frequente e “normal” agora, não sofre preconceito como antes.

Ana narrou que nunca teve problema com alguém se incomodar com sua religião no meio *online*, mas que em sala de aula sim. Ao contrário dela, Marcelo, em uma vez pontualmente, enfrentou críticas de familiares, referente sua manifestação religiosa. Sobre os posicionamentos da juventude dentro da FJU Gaúcha, os dois notam que grande parte expõe sua fé no Instagram, são bem ativos(as) e geram engajamento, refletindo diretamente no número de seguidores(as) do perfil do movimento. É como se fosse automático ter Instagram e publicar sobre a fé.

Entre os(as) fiéis evangélicos(as), Ana e Marcelo notam que existem diferenças de posicionamento, como a leitura de mensagens bíblicas onde alguns temas são abordados de maneiras diferentes, como quando se discursa sobre tatuagem, roupa,

piercing etc., onde há cristãos/cristãs a favor e outros(as) não. O interessante, é que para eles, dentro da FJU Gaúcha essas diferenças são bem menores, ou seja, há mais semelhanças e uma unidade de pensamento, leitura e crença.

Marcelo e Ana acreditam que o aumento da utilização das redes sociais proporcionou reconhecimento, ativismo e diversidade de exposições religiosas nas contas de Instagram da juventude porto-alegrense evangélica. Marcelo considera que essas ações junto às transformações tecnológicas são um reforço que conseqüentemente faz com que seja mais fácil mostrar um movimento consolidado, organizado, que conquista espaços, faz eventos em lugares públicos e tem redes sociais fortes e com grande engajamento, demonstrando que o trabalho não é uma “brincadeira”.

Ao concordarem que o Instagram é uma rede social que vem sendo utilizada para ativismo religioso jovem, Marcelo diz acreditar que é por motivo de audiência, onde o(a) jovem está e o espaço onde se comunica com eles(as). Ana, ao responder cita:

É que porque eu acho que em geral o jovem está no Instagram, então se a gente parar para pensar que a maioria dos jovens hoje tem acesso a um celular, tem acesso a *internet* e tem o Instagram, eles vão acabar se manifestando de alguma forma e aí eu não falo nem de religião, mas, sei lá, o jovem que gosta de drama, por exemplo, que tem uma pegada mais *punk*, *emo*. Então o jovem está se manifestando mais, seja de forma política, seja religião, seja *time*, enfim, coisa que se fosse pensar no tempo do Orkut, por exemplo, não tinha esse tipo de coisa, não tinha essa liberdade para o jovem se expressar mais. Então eu acho que é por isso.

A *internet* como um todo, na opinião de Marcelo, é uma ferramenta importante para maior alcance, possibilitando que se fale o que acredita e divulgar o que Deus pode fazer em nossas vidas, mesmo que muitas pessoas vejam como algo ruim, inclusive as com maior idade que não tem essa grande experiência muitas vezes com ela. Inclusive, o Instagram é uma plataforma poderosíssima. Ana comenta sobre a importância do *online* nos dias atuais ao falar sobre o Projeto Help da FJU Gaúcha, que ajuda jovens com depressão, que se automutilam e tentaram suicídio.

Esta juventude foco do projeto vive trancada em casa, sem ter força de pedir ajuda e alcança-la só realmente através desse espaço digital que ultrapassa barreiras. As disseminações de mensagens que auxiliam neste projeto são feitas por pessoas que passaram pela mesma situação e as conversas normalmente não tem linguagem religiosa, com o intuito de realmente aproximar. Uma informação extra

deste projeto é que ele também existe *offline*, pois colocam cartinhas com indicação de contato e redes sociais do movimento as quais podem pedir ajuda, as penduram e deixam próximas de pontes onde pessoas pensam em se jogar.

Este casal que se conheceu na FJU Gaúcha, juntos desde 2014 e casados há 5 (cinco) anos, além do Instagram, expõem a fé no Facebook, porém, não com tanto engajamento, pois nessa segunda rede social, apenas compartilham o mesmo conteúdo que organizaram especificamente para o Instagram. Utilizam também o Twitter, mas muito mais para ler referente ao assunto do que publicar.

Ana e Marcelo me contaram que é comum casais se formarem dentro do movimento e também dividiram um pouco de como é a vivência da FJU Gaúcha e os projetos que a formam. Descobri que ao chegar à Igreja, o(a) jovem é apresentado(a) aos projetos que o grupo tem e inicia sua participação. Esportes, Help, FJUni, Uniforça, Cultura, Secretárias, Mídia (é o que participam), são alguns entre outros projetos do grupo.

Ao falarem do Projeto Mídia, explanaram que dentro de um mesmo projeto ainda existem vários departamentos, neste que participam, por exemplo, há a equipe responsável pela edição, *design*, fotografias, mídias sociais, entre outros e normalmente são voluntários(as). Atualmente, são 400 (quatrocentos(as)) jovens no estado do Rio Grande do Sul envolvidos(as) com esse projeto especificamente e por serem muitas vezes aprendizes na área, ajudam uns/umas aos/as outros(as), aprendem e acabam se inspirando a estudar um curso que envolva estas atividades, como aconteceu com Marcelo, que vivenciou o projeto, gostou e cursou Publicidade e Propaganda.

5.3.1.2 Análise da fé presente no Instagram da Ana

Com um versículo bíblico que diz: “Pois Dele, por ele e para Ele são todas as coisas” (ROMANOS, 11:36), inicia a descrição da Ana, junto a informação de que é casada com Marcelo e mãe de dois cachorros. Visualiza-se também em seu perfil do Instagram 219 (duzentas e dezenove) publicações no *feed*, 7 (sete) destaques com vários *stories*, quase 2.000 (dois/duas mil) seguidores(as) e que segue mais de 1.000 (um mil) pessoas.

Acompanhei seu perfil durante 15 (quinze) dias de 1º a 15 de fevereiro de 2022 e nesse prazo houve uma publicação no *feed* e 26 (vinte e seis) *stories*. Conforme

comentou na entrevista, sua frequência de publicações religiosas é de mais de uma vez por semana e isto foi confirmado, porque entre estes *posts*, 4 (quatro) tinham vínculo religioso e os mesmos foram em formato *stories*: um tinha a foto de Ana com a vestimenta que usa para momentos específicos na instituição religiosa e com um *gif* que representa “amei” nas redes sociais; E os outros três foram de frases ou versículos bíblicos em *design* básico e mais elaborado de outros perfis compartilhados por ela. Segue um exemplo na figura 9.

Figura 9 – Religiosidade de Ana expressa em um compartilhamento nos *stories*



Fonte: Perfil do Instagram de Ana

Um dos destaques do perfil de Ana tem o nome “FJU” junto a um *emoji* de coração e nele encontramos inúmeros *stories* de momentos vivenciados por ela em eventos e encontros do movimento. Entre este destaque e outros, há mais de 22 (vinte e dois) *stories* relacionados à religião evangélica e o grupo que participa. Versículos bíblicos, frases, foto do casal vestindo a camiseta da FJU, questionamentos, registros de momentos com amigos(as) no cotidiano do grupo, momento de louvor, vestimenta pré encontros e eventos são alguns focos do que se mostra nos *stories* dos destaques de Ana, entre fotos, *boomerangs* e vídeos. Estes mesmos *stories* contam com *gifs*, localização, marcação do perfil oficial da FJU

Gaúcha no Instagram, *emojis*, escritas como “Aqui nós acreditamos em você” e *hashtags* (#MídiaFJU, #FJU e #PartiuFJU).

O *feed* de Ana não é diferente, pois também possui mais de 33 (trinta e três) publicações que envolvem religião e a FJU. Vestindo a camiseta do grupo jovem em pontos da capital gaúcha, a equipe Mídia, união de amigos(as), o casal, família, passeios, fotos dela em diversas épocas e acontecimentos “uniformizada” ou não, equipes que participou e divulgação de eventos, são alguns modelos de publicação que formam o *feed* de Ana quando voltados para sua fé.

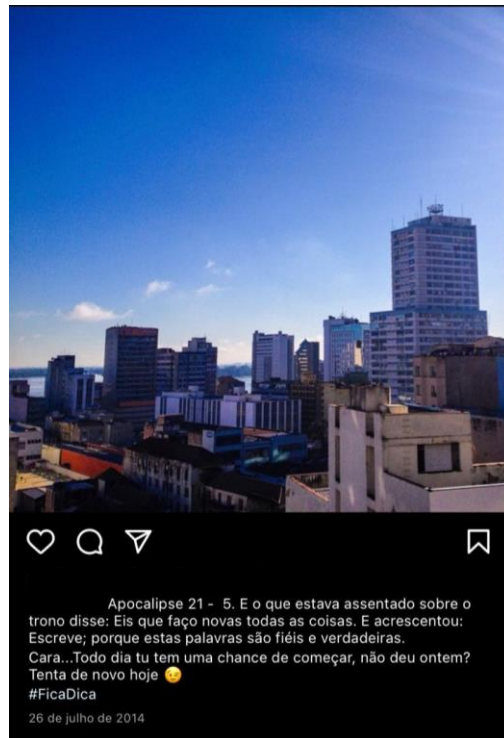
Além de *posts* com fotografias, suas descrições são em agradecimento a Jesus, frases vinculadas a ele (exemplo: “A fé em Jesus nos faz rir das impossibilidades”), exposição da experiência ali vivenciada, indicação de versículos bíblicos ou leituras (como Eclesiastes, Coríntios e Provérbios), entre outros atributos em harmonia com *emojis* e inúmeras *hashtags* como: #Godllywood, #SuicidioMateEssaldeia, #vempraFJU, #FJUGaúcha, #OficialFJU, #FJURS, #SeusProblemasNãoTeDefinem, #Universal, #Obreira, #MídiaFJU, #EleVive, #Jesus, #terapiadoamor, #DiaDaConsciênciaJovem e #FJU.

5.3.1.3 A religiosidade no perfil pessoal do Instagram do Marcelo

Com 97 (noventa e sete) publicações, mais de 800 (oitocentos(as)) seguidores(as) e seguindo mais de 900 (novecentas) pessoas, o perfil de Marcelo tem em sua descrição a menção de sua área de formação, seu cargo no lugar onde trabalha e também indica que é gaúcho e colorado. Analisei seu perfil entre os dias 1º e 15 de fevereiro de 2022 e nesse curto prazo ele publicou 6 (seis) *stories* e uma foto no *feed*, porém, nada abordando a religião que segue.

Em compensação, Marcelo tem aproximadamente 11 (onze) publicações específicas em seu *feed* que expõem sua crença, seja através da representatividade do momento fotografado, *hashtag* utilizada, descrição e algumas vezes todos esses pontos unificados. Falando de uma forma geral, ele compartilha fotos indo para algum evento da instituição religiosa ou até mesmo durante o próprio, visita a espaços religiosos, ensaios da banda do movimento e paisagens e retratos dele junto a versículos bíblicos (exemplo na figura 10) e frases motivacionais que envolvem o nome do Senhor.

Figura 10 – Publicação do *feed* de Marcelo, onde unifica paisagem com versículo bíblico



Fonte: Perfil do Instagram de Marcelo

Nestas imagens visualizamos pessoas de sua vivência religiosa, como sua esposa e amigos(as). Além destes *posts*, há também outros em que na descrição Marcelo agradece a Deus pelas amizades. *Hashtags* características dos eventos evangélicos são marcadas nas publicações, assim como o perfil da Força Jovem Universal Gaúcha no Instagram. Sem muitos comentários, os poucos se centralizam em agradecimento por conhecê-lo e quando foto em casal, falando o quanto são lindos.

5.3.2 Luana: a arte gráfica como expressão de fé

A partir da indicação de Daniela, me organizei e chamei Luana no dia 22 de janeiro de 2022 através do seu perfil profissional do Instagram. Na mensagem me apresentei, expliquei como cheguei até ela e sobre a pesquisa e a convidei a participar ou me ajudar a encontrar alguma jovem do Jovens Encontros de Fé. Adaptei essa mesma base escrita e encaminhei para seu *e-mail* profissional também. Sem retorno, resolvi enviar essas mensagens também no *direct* da conta

do Instagram pessoal dela, no dia 24 de janeiro de 2022 e ainda assim, não tive respostas.

Luana no Facebook tinha uma conhecida minha em comum, chamada Melissa. Chamei-a no dia 25 de janeiro de 2022 e perguntei se a conhecia. Melissa confirmou e solicitou seu número. Fiquei dias sem retorno de Melissa, então encaminhei uma nova mensagem e ela comentou que Luana não lhe respondeu. Em 02 de fevereiro de 2022, consegui falar com Luana. Ela perguntou se a entrevista seria *online* ou se poderia ser por escrito. Detalhei como aconteciam as entrevistas e que não havia problema me responder por escrito ou áudios via WhatsApp.

5.3.2.1 Áudios e escritas do WhatsApp da Luana

Luana foi a única que solicitou responder as perguntas em áudios no WhatsApp, por isso, no dia 03 de fevereiro de 2022 encaminhei as 33 (trinta e três) perguntas de forma organizada para facilitar seu processo de resposta. Em 07 de fevereiro de 2022 recebi um áudio de 12 (doze) minutos e 32 (trinta e dois) segundos de Luana.

Ela mora em Porto Alegre, tem 26 (vinte e seis) anos, é formada em *Design Gráfico*. Sua profissão é de *designer*, trabalha tanto em uma agência de *marketing* digital, quanto como *freelancer* em *lettering* e ilustração. A renda familiar fica entre 2 (dois) e 5 (cinco) mil reais.

Com voz leve e calma, Luana contou que é Cristã Evangélica Protestante, participa apenas do movimento Jovens Encontros de Fé, auxilia nas mídias sociais do grupo e tem a maioria dos(as) seus/suas amigos(as) e familiares sendo da mesma religião que a sua. Com perfil ativo no Instagram, tanto pessoal quanto profissional, aqui neste estudo, iremos focar apenas na conta profissional¹⁴.

A frequência de publicações no geral é de uma ou duas vezes por semana, sendo sua meta no mínimo uma vez por semana, onde os formatos mais utilizados são *feed* e *stories*, mas às vezes *reels*. Por não ser tão comunicativa ao ponto de

¹⁴Dias após a disponibilização das respostas de todas as perguntas, ao receber o Termo de autorização de análise de publicações de perfil pessoal/profissional do Instagram para assinar, Luana se deu conta que a análise era com base no perfil pessoal dela e não o profissional, o que a fez querer desistir da entrevista. Conversei com ela, expliquei que seria tudo anônimo, mas lhe deixei à vontade para escolher qual perfil analisaria. Ela retornou indicando que preferia que fosse o seu perfil profissional realmente, pois era onde ela mais praticava o ativismo religioso e por ter sido sua base para responder as perguntas.

falar em vídeos ou áudios, se sente mais confortável publicando *stories* e compartilhando *posts*.

A jovem Luana que já utilizou o IGTV como um formato de publicação no Instagram ressalta o que gosta de publicar no geral:

Eu gosto de fazer publicações sobre vida criativa, *posts* motivacionais, tudo que eu aprendo, eu leio, escuto em *podcasts* e que faz algum sentido para mim e possa motivar e inspirar e alegrar outras pessoas, eu estou compartilhando ali em formato de arte. Também questões da minha profissão, *lettering*, tudo que eu puder, que estou aprendendo que possam ajudar outras pessoas que também queiram aprender eu também posto no meu perfil.

Seguidora no Instagram de lojas cristãs, pastores e perfis de outras Igrejas, Luana segue também movimentos brasileiros e estrangeiros da Igreja Evangélica, como os dos Estados Unidos. Publica sobre religiosidade no *feed*, pois acredita que é um formato onde se expressa melhor, afinal, unifica arte e legenda. Já outros processos, como suas dicas aparecem em outros formatos. Mesmo não gostando de falar em público ou aparecer falando, Luana se expressa através da arte, divulgando versículos, frases motivacionais e outros *posts* que transmitem alegria e motivação, pois considera a arte como uma forma de animar os outros em meio a tantos pontos ruins e estresses diários que vivenciamos. Produz artes felizes, que sejam um alívio para as pessoas se inspirarem com ela, em sua criatividade e em Deus.

Entre conteúdos de criatividade e cristãos, a frequência é realmente metade e metade para ela, pois tem o cuidado de fazer esse revezamento entre conteúdos cristãos explícitos e relacionados ao seu trabalho como *designer*. Luana complementa ao dizer que:

Eu gosto bastante de compartilhar o que eu acredito né? Coisas que me inspiram e coisas que, aquilo que é Deus trabalhando em mim ou falou através da Bíblia, [...]. Eu geralmente anoto essas coisas e faço *posts* sobre isso. Às vezes não é tão explícito que eu tirei da Bíblia, mas são publicações que expressam caráter né? O caráter de Deus, os princípios de uma vida cristã. Tento sempre postar essas coisas, né? Outras vezes eu compartilho também versículos que são bem mais aparentes, mas todas essas publicações são de assuntos que falam comigo, coisas que escutei ou que precisava escutar, coisas que fazem sentido pra mim né? Quando eu posto, eu espero que também possa fazer sentido para alguém, possa ajudar. Como fez comigo ou como tem sido comigo.

O que motiva Luana a expor sua fé no Instagram, é o fato de que uma publicação pode fazer sentido e até mesmo ajudar alguém e o objetivo dela é fazer

ao menos uma pessoa feliz, gerando um sorriso no rosto com algo que publicou. Assim, pensa e espera que os efeitos, mesmo sem conseguir mensurar, sejam positivos. Luana também cita que já recebeu comentários nas publicações e mensagens via *direct* do Instagram onde pessoas falaram que suas artes realmente as ajudaram e deixaram-nas mais felizes. Sem receio de exposição de fé, Luana cita:

Assim como eu não escondo minha fé nos lugares que eu vou que é no trabalho, quando eu ia para a faculdade, no colégio né? Não faz sentido eu também esconder, não faz sentido eu esconder nas redes sociais, não seria eu. Então não, não tive receio de expressar, porque é o que eu acredito, é o que faz parte de mim.

Relacionado à liberdade religiosa, Luana concorda que a Igreja está crescendo e cada vez mais presente e ativa nas redes sociais, inclusive no Instagram, porém, nem sempre é aceita. A religião frequentemente enfrenta preconceitos, na opinião de Luana, pois normalmente há alguém ou um grupo de pessoas que veem questões com “maus olhos”.

Ainda sobre esse vínculo de religião e redes sociais, Luana acredita que o aumento da utilização proporcionou reconhecimento, ativismo e diversidade de exposições religiosas nas contas de Instagram da juventude porto-alegrense evangélica, pois essas plataformas geram uma curiosidade sobre ativismo religioso e a Igreja em si. Um exemplo é a questão de indivíduos fora do círculo de fé de alguns visualizarem publicações religiosas de outros e assim se interessarem. Dessa forma, se confirma a importância da divulgação das Igrejas para Luana, que ressalta o quanto houve uma disseminação maior das instituições religiosas durante a pandemia, através de *lives* de cultos e missas, automaticamente gerando uma curiosidade e uma maior procura.

Luana utilizava o Facebook também como forma de exposição de fé, porém, mais como uma maneira de compartilhar o que publicou no Instagram e não algo pensado especificamente para a rede social. Atualmente, ela utiliza apenas o Instagram de forma pública e assim como ela, concorda que outras pessoas vêm aproveitando esta rede social para o ativismo religioso, devido ser a maior rede social do momento, onde são capazes de produzir diversas manifestações com textos, vídeos, imagens e conseqüentemente, é difícil algum(a) jovem não ser ativo(a) ou ao menos presente nela.

A juventude do Jovens Encontros de Fé, pensando no círculo de seguidores(as) de Luana, é na sua maioria presente no Instagram e costuma compartilhar via *stories*, versículos bíblicos, por exemplo, mas nem todos(as) são com tanta frequência. Já a comunidade em geral seguidora da religião evangélica, para Luana, tem posicionamentos diversos de crença em suas redes sociais, pois há as pessoas que são mais reservadas e não entram em discussões polêmicas e ao mesmo tempo, há as que são explícitas e divulgam o que realmente acreditam.

Participante do Jovens Encontros de Fé há 6 (seis) anos, Luana me contou que nunca vivenciou alguma situação de alguém reclamar ou se incomodar com sua publicação religiosa, mas que já aconteceu questões pontuais em que lhe perguntaram por curiosidade. Sobre a diversidade de manifestações de fé digital entre os(as) integrantes do movimento, Luana menciona:

Ali nos Jovens eu não noto muita diversidade não. Geralmente o pessoal compartilha da mesma visão e também falando de questões de mídia, alguns compartilham o dia a dia mostrando também em certos momentos a sua fé, ou talvez contando algo que gostaria de compartilhar que Deus tem feito na sua vida. Mas de forma geral não tem tanta diversidade.

O aumento da utilização das redes sociais, no ponto de vista de Luana, ajudou a religião, pois crê que a partir delas o mundo se aproxima e ela mesma ao compartilhar algo, pode atingir alguém que esteja em uma fase de dificuldade e isso automaticamente animá-la. Ainda complementa que pensa nas pessoas que a seguem e não tem mais contato: “[...] como colegas do colégio, faculdade etc. Então ajuda muito em termos de plantar sementinhas boas mais rápido e mais efetivamente”.

5.3.2.2 Crença na prática profissional da Luana

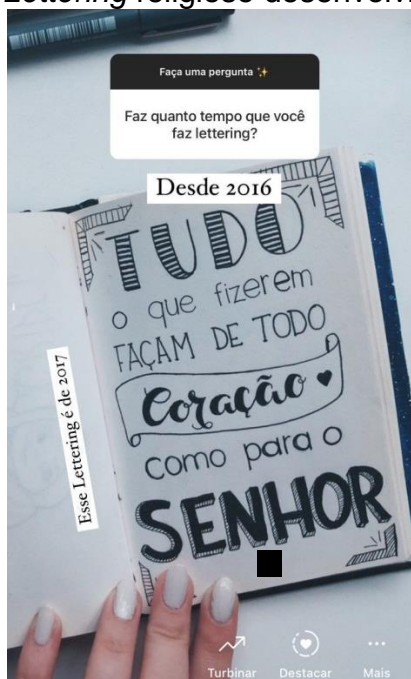
Com mais de 300 (trezentas) publicações e 3.000 (três mil) seguidores(as) e seguindo quase 1.000 (um mil) indivíduos, o perfil profissional de Luana em sua descrição não pontua nada de imediato que seja um perfil com publicações direcionadas ao ativismo religioso, mas apenas aos tipos de trabalhos ali divulgados (*lettering*, ilustração e *design* gráfico) e seu *e-mail* de contato. Sendo uma conta comercial, contém botões onde as pessoas podem lhe enviar uma mensagem ou e-

mail clicando em um botão diretamente. Há ainda 5 (cinco) destaques: Livros, *Wallpapers*, Bastidores, Dicas e um com seu nome.

A análise do perfil de Luana aconteceu entre os dias 02 a 16 de fevereiro de 2022. Neste período 39 (trinta e nove) *stories* foram publicados e duas publicações, sendo uma no *feed* e outra no *reels*. Entre estes *posts*, 1 (um) *reels* e 11 (onze) *stories* são de cunho religioso.

Com cuidados para manter a identidade visual e estilo do perfil de Luana, os *stories* religiosos divulgam livros e seus trechos que conectam arte e religião, ilustrações dela da história de Jesus, *lettering* com frase motivacional junto ao nome do Senhor (a figura 11 ilustra e exemplifica esse estilo), indicação de livros bíblicos preferidos e compartilhamento de *reels* publicado no perfil. Exceto o *reels* compartilhado, todos os outros *stories* são resultantes de perguntas que pessoas a fizeram através de uma caixinha de perguntas que “abriu” para que ali colocassem dúvidas que a mesma responderia. O *reels* compartilhado é religioso por demonstrar o passo a passo de um *lettering* feito por Luana em uma caderneta ao som instrumental de uma música, em que a escrita é: “O que vocês fizerem façam de todo o coração”, um versículo bíblico.

Figura 11 – Lettering religioso desenvolvido por Luana



Fonte: Perfil do Instagram de Luana

Da mesma maneira que durante o período foco de análise, Luana se posicionou religiosamente, anteriormente não era diferente. São mais de 15 (quinze) *stories* e 115 (cento e quinze) publicações entre *feed* e *stories* com manifestações religiosas explícitas. Os *stories* religiosos estão concentrados entre os destaques sobre os bastidores e divulgando *wallpapers*.

Entre os *stories* relacionados com a crença de Luana que estão nos bastidores, visualizam-se vídeos curtos de 15 (quinze) segundos aproximadamente com passo a passo de criação de *lettering* no computador e no papel com o nome de Jesus Cristo. Os *wallpapers*, também conhecidos como papéis de parede, possuem desenhos e *letterings* formados de variadas fontes unificadas a detalhes como cruz, coroa de espinhos, montanhas, sepulcro, ramos, etc. e algumas palavras e frases, por exemplo: “Jesus Vive”, “Fé move montanhas”, *Yeshua* (significa Jesus), *Abba* (significa Pai), “Porque Jesus vive posso crer no amanhã”, “Foi por Amor”, “O Senhor está comigo e eu não terei medo”, “Entrega o teu caminho ao Senhor. Confia nele e ele tudo fará” e “Nada pode nos separar do amor de Cristo”.

As inúmeras publicações do *feed* associadas à religião tem uma vasta variedade de elementos, fontes, cores, divulgação de trabalhos, vídeos do processo criativo, *letterings* de frases, palavras religiosas e versículos bíblicos, datas comemorativas (como Dia da Mulher, Natal, Páscoa, Dia do Amigo(a), com citações como: “Natal é Jesus”, “Ela é mais valiosa do que finas jóias” e “Novo ano, mesmo Deus”), frases motivacionais, dicas de livros (“A Alma Artesã”, “A Arte e a Bíblia”, “A Arte não precisa de Justificativa” e “*You are God’s Masterpiece*”) e hábitos (exemplos: “Escolha a fé em vez do medo” ou “Entregue a semana nas mãos de Deus e confie”), trechos musicais, ilustrações de cruz, entre outras.

Algumas frases motivacionais e versículos bíblicos são expostos como: “A nossa força vem do alto”, “Comece hoje com gratidão”, “Não se preocupe com coisas que você não pode controlar”, “Faça tudo com amor”, “Frutos do espírito: amor, alegria, paz, paciência, delicadeza, bondade, fidelidade, mansidão, domínio próprio. Contra isso não há lei”, “*God is Good*”, “O impossível vira possível quando se tem fé”, “Jesus vive”, “Luz brilha na escuridão”, “Pare e ore”, “A alegria embeleza o rosto”, “Em Cristo vivemos, nos movemos e existimos”, “Para Deus nada é impossível”, “Deus está no controle”, “Não deixem de fazer o bem”, “Você é arte”, “Faça o seu melhor sempre”, “A paz de Deus guardará o coração de vocês” e “Vivemos pela fé e não pelo que vemos”. Entre as publicações, há um fato

interessante, onde Luana cria um alfabeto floral e na descrição vincula a letra com uma palavra e a palavra com trechos da Bíblia.

As artes divulgadas em seu perfil profissional, normalmente constam como marca d'água seu "@", ou seja, o nome da conta, já suas descrições são cuidadosas e acolhedoras, porque amplia os assuntos das imagens, questiona as pessoas sobre o tema retratado, convida os(as) leitores(as) a interagirem, relembra o amor de Cristo, vincula versículos bíblicos (exemplo: "Entreguem todas as suas preocupações a Deus, pois ele cuida de vocês – 1Pe 5:7"), deseja boa semana, cita seus aprendizados e o que acredita sobre o assunto (como: "Escolha a FÉ em vez do medo!"), agradece a Cristo e utiliza *emojis*. Associadas com as descrições, Luana utiliza *hashtags* de forma abundante tanto em português quanto inglês, por exemplo: #fé, #Bíblia, #letteringcristão, #artecristã, #designerscristaos, #instagramcristão, #Deus, #salmos, #versículosbíblicos, #devocionalcriativo, #cristaoscriativos, #frasesinspiradoras, #artistacristão, #frasescristãs, #JesusCristo, #meninascristas, #frasesevangelicas, #mulheresevangelicas, #Evangelho e #leituracristã.

Entre propostas de trabalho, *emojis*, respostas de frases mencionadas nas imagens, aviso de envio de *direct*, "Amém" e elogios referentes à arte como um todo e a fonte, os comentários nas publicações religiosas de Luana são diversificados e destaque aqui quatro: "Precisava desta palavra agora. Deus te abençoe [...]", "Eu tô TÃO apaixonada pelos seus trabalhos e pelo jeito que fala de Jesus [...]", "Que continues sendo usada para edificar vidas, em nome de Jesus" e "Vc inspira as pessoas com seus *posts* e com os versículos, motiva-as [...]".

5.3.3 Miguel: o jovem repleto de testemunho

Em 04 de fevereiro de 2022 enviei a mensagem a Miguel via *direct* do Instagram e também no Messenger do Facebook, com minha apresentação e o questionamento se o mesmo era participante do Jovens Encontros de Fé. De forma rápida Miguel retornou em uma das redes confirmando e afirmando sua participação no movimento. Expus a pesquisa e o convite para participar como um dos entrevistados. Miguel aceitou.

5.3.3.1 Colóquio matutino com o Miguel

Com duração de 1 hora e 24 minutos, a conversa com Miguel ocorreu no dia 06 de fevereiro de 2022 às 10 horas. Vestindo uma camiseta amarelo claro, localizado provavelmente em seu quarto ou sala da casa, ao fundo de Miguel se via uma parede branca e uma parede cinza de tijolos com objetos pretos pendurados ao seu lado. Caracterizando um pouco ele, posso dizer que é um jovem branco, com cabelo castanho claro, tem 20 (vinte) anos e Ensino Superior Incompleto, pois estuda Ciências Contábeis na UFRGS. Morador de Porto Alegre, a renda bruta familiar é acima de R\$ 2.000,00 (dois mil reais). Estagiário na área fiscal, Miguel é evangélico seguidor da vertente Pentecostal, participante da filial zona sul do Jovens Encontros de Fé e da Igreja Encontros de Fé há 15 (quinze) anos.

Miguel transmitiu estar nervoso, mas ao mesmo tempo atento e realmente entregue ao momento, tanto que não apenas sorria e dava risada, como também confirmava as informações. Apresentei-me pontuando idade, formação, religião, pesquisa, voluntariado, grupos jovens, trabalho, encantamento pelo Jovens Encontros de Fé etc., que conseqüentemente gerou sorrisos e expressões de reconhecimento com a história por parte de Miguel.

Ele me conta que a maioria dos(as) amigos(as) e toda sua família são cristãos/cristãs, que segue perfis de conteúdos religiosos no Instagram, assim como de outros movimentos evangélicos. Publica sobre algo familiar, aniversário de alguém, futebol, notícias relevantes do mundo, entre outros assuntos normalmente uma vez por semana, o que no seu ver é baixo quando comparado há tempos atrás. Essa frequência não é fixa, pois se encontra algo impactante e que gosta muito no Instagram, não deixa de compartilhar. O formato mais utilizado são os *stories* e o *feed* é raramente.

Quando divulga publicações religiosas, mantém a utilização do formato *stories* no Instagram, por alcançar mais pessoas e a frequência é uma ou duas vezes por semana. Escolhe as publicações que tem sentido para ele e que possa, em sua percepção, edificar pessoas de fora e dentro da religião. Normalmente posta sobre eventos, frases e trechos de alguma pregação. Sobre disseminar sua fé, se posiciona com a seguinte fala:

Eu sempre fui de ser alguém que era muito fechado, vamos dizer assim, eu era uma pessoa que tinha medo de uma certa forma de pegar e espalhar e falar mais de coisas assim, de tudo que Deus pegou e fez de uma obra completa [...]. Era necessário que eu tivesse que fazer mais e cumprir os propósitos que Deus designou e uma das formas de pegar e me expor e

não ter medo, além, óbvio, de uma parte mais pessoal e presencial. Eu vi uma forma nas redes sociais de ser algo que não apenas de expor minha fé, mas trazer edificação para a vida de outras pessoas. Então nesse caso o que me motiva é justamente isso.

Sem o intuito de se mostrar como cristão, mas sim explicar algo que ama, gosta e lhe move, Miguel indica que o efeito das pessoas ao visualizarem suas publicações pode variar muito de uma para a outra, pois como podem ignorar, também podem acabar utilizando como motivação. A ideia é fazer as pessoas repensarem e observarem que talvez tal ponto faça sentido para elas também e isso gerar uma busca para saber se o fato ou menção é verdade e se faz sentido. Ao procurarem, reflexões e motivações são envolvidas. Para exemplificar esse efeito que busca alcançar nos indivíduos, Miguel conta de uma experiência onde acabou plantando algo e conseguindo aproximar uma pessoa novamente da fé:

Teve uma vez que tinha um evento dentro da Jovens da zona sul, isso foi ano passado e eu ficava com aquela de que preciso divulgar e tudo sabe? Mas de certa forma, eu ficava me preocupando “Tenho que fazer isso e tenho que fazer aquilo”, porque tem muito essa questão do servir, então quando vê eu estou em todas as coisas por conta própria e aí nesse caso, eu lembro que compartilhei algo, só que no privado para os meus irmãos e quando cheguei tinha uma amiga minha que fazia tempo que não via e daí simplesmente pegou e apareceu, fazia muito tempo que não vinha, daí conversamos e ela me disse: “Não ‘Miguel’, é que eu vim porque tu compartilhou a postagem que eu nem sabia que ia ter e aí eu não tava bem e eu vim”.

Esse exemplo narrado por Miguel é um entre outros que ele citou, como quando conta que teve frases e outras publicações que as pessoas lhe chamaram e contaram o quanto haviam sido transformadas e abençoadas com seus posicionamentos de fé. Por estas entre outras situações, que Miguel se sente motivado a cada vez mais divulgar sua religião, atingindo religiosos(as) ou não e principalmente pessoas que estejam vivenciando momentos difíceis emocionalmente. Esse movimento funciona também para aproximação com Cristo e a própria congregação, em caso de afastados(as).

Durante nossa conversa, compartilhei com ele experiências religiosas e inspiradoras envolvendo eu e outras pessoas e aos poucos, mesmo que falante, notei que Miguel teve sua timidez cada vez mais sendo deixada de lado. É como se a cada pergunta ele se abrisse mais. Em função dessa abertura, Miguel me contou que quando iniciou o uso da rede social Instagram, ainda não era oficialmente

convertido, ia à Igreja por ir, logo tinha receio de expor sua fé de forma *online* e presencialmente quando estava na escola, pois as pessoas não tinham consciência do assunto e falavam mesmo assim, humilhando a crença e desmotivando a exposição. Depois de viver essa transmutação ao compreender o chamado e propósito que Deus designou para sua vida e saber o que é uma vida cristã, teve a noção de que vários indivíduos não tiveram medo de serem presos ou mortos por darem a vida ao Evangelho, pregando e disseminando a fé. Miguel constatou que seu chamado era compartilhar o que crê, sem receio, apenas falando, divulgando e motivando pessoas da comunidade cristã ou não, apresentando sua própria transformação. Ao abordar sobre liberdade religiosa, Miguel me disse:

Hoje, em relação às publicações eu vejo que há certa grande liberdade né? Em outros países tem essas certas limitações. Dependendo daquilo que tu fala, as tuas publicações acabam sendo restringidas e isso é algo muito recorrente em outros lugares, no Oriente Médio, mas aqui olhando o Brasil, eu vejo com uma grande liberdade. A única coisa que eu vejo é que às vezes eu falo de uma opinião tal que às vezes é só uma opinião, mas que acaba como discurso de ódio e daí acaba tendo essa confusão.

Dentro das redes sociais, Miguel acredita que algumas visões cristãs são vistas como duras pelo fato de serem contrárias com outras, levando a discordâncias e sem o entendimento de que são opiniões diferentes. Observa também situações em que pessoas falam pontos contrários à Igreja. Essas dessemelhanças de opiniões e posicionamentos já tiveram como consequência no Instagram o bloqueamento de postagens de páginas, por carregarem discursos de ódio e descrições sem sentido. Para Miguel está tudo bem as pessoas não concordarem umas com as outras sempre, porém, quando a opinião se relaciona com a fé corre o risco de seguir um contexto diferente do que a Igreja cristã aborda.

Seguindo essa linha de raciocínio, Miguel descreve que nunca ninguém se incomodou com alguma publicação sua, mas de seus amigos(as) sim e o ponto chave foi que aconteceu entre cristãos/cristãs. A preocupação e explicação de Miguel sobre essas vivências se complementa ao dito anteriormente, pois o mesmo entende que há muitas contradições com o que a Bíblia fala, gerando questões equivocadas que incomodam alguns/algumas e geram discórdia.

Existem diferenças nas formas de posicionamento entre as pessoas da religião evangélica no ambiente digital, como os pontos de vista cristãos sobre questões teológicas, o que é normal para Miguel. Porém, sua atenção fica no fato de que

quando se refere a textos bíblicos deve ser diferente, pois há uma versão bíblica e acontece de pessoas criarem falas de Deus em suas cabeças, que na verdade, para Miguel, ele nunca disse. Aspectos bíblicos contrários surgem com abordagens distorcidas, pois há grupos que utilizam um versículo apenas e não o contexto de todo o capítulo, o que descontextualiza. Com isso, Miguel também acrescenta que algumas pessoas viram referências para outras propagando algo sem sentido, enquanto há indivíduos taxados por falarem o que realmente está escrito na Bíblia.

Assim como na religião em geral, os(as) integrantes do Jovens Encontros de Fé apresentam diferenças de posicionamento de fé *online*, seja como expõem, a frequência e o conteúdo. Miguel diz que a maioria do pessoal de sua congregação é ativa no Instagram, entretanto nem todos(as) tem esse desejo de divulgar a religião nas suas contas pessoais, sendo outro motivo de preocupação dele, porque acredita que é necessário e importante ter maior intimidade com Deus e fazer isso por amor ao Evangelho, impactando diretamente a vida de outros(as).

Miguel acredita que o aumento da utilização das redes sociais proporcionou reconhecimento, ativismo e diversidade de exposições religiosas nas contas de Instagram da juventude porto-alegrense evangélica e de uma forma grandiosa. Exemplificou lembrando a época onde não tinham redes sociais e o método de divulgação de crença era de forma presencial, entregando panfletos, falando com as pessoas sobre Cristo e sua relação com ele. Acontece que o contato face a face, na opinião dele, faz com que alguns/algumas não se sintam à vontade, fiquem com vergonha ou até mesmo medo, logo sendo o oposto dentro das redes sociais, que acontece através de telas e facilita o compartilhamento sem exposição pessoal, ocasionando que o Evangelho chegue a mais pessoas. Páginas de Igrejas e pastores estão sendo exemplos dentro dessas plataformas ao propagar a religião. Para Miguel, o ativismo religioso cristão “explodiu” ao notar a amplitude e repercussão de compartilhando da vida cristã nestes meios de comunicação, mais conhecidos como redes sociais.

O Instagram vem sendo utilizado para ativismo religioso, na consciência de Miguel, que vê a rede com uma variedade de formatos para publicações diárias e que estimulam a criatividade para os(as) próprios(as) usuários(as) fazerem divulgações por si, sendo modernas e fáceis. É possível ver o Instagram como um meio de propagação de fé, onde se podem marcar pessoas, colocarem *hashtags* (palavras-chaves) e chegarem a lugares inimagináveis quando se compara com

anos atrás. Ainda sobre o passado, Miguel lembrou que antes havia fitas, dvd e cd para divulgação de fé e o quanto tudo se modificou quando o Facebook, Instagram e Twitter surgiram, possibilitando conexões entre as pessoas e divulgação do Evangelho.

Ao concordar que as redes sociais ajudaram a religião evangélica, Miguel evidencia que tudo tem seus dois lados e elas não seriam diferentes. As redes sociais para ele também atrapalharam a religião evangélica, porque é um ambiente onde más influências estão presentes, propagam-se informações discordantes, se perde tempo com coisas desnecessárias e se desconecta do Evangelho. Esse tempo “gasto” na *internet*, para Miguel, poderia estar sendo utilizado para estudar a palavra de Cristo, se conectar com o Evangelho, desfrutar a fé, orar, jejuar, meditar e ter um contato presencial com Cristo.

Mesmo sem olhar para a câmera em muitos momentos que falava, Miguel contou que sua disseminação de fé no Instagram é semelhante com suas exposições no WhatsApp e Facebook. Mesmo com diferenças entre as publicações nessas 3 (três) redes, todas seguem a mesma linha e se interligam referente o tema e Evangelho. Ao final da entrevista, Miguel me explicou sobre as congregações do Jovens Encontros de Fé, contou um pouco da história da Igreja que participa e retomou que dentro das redes sociais ocorreu uma mudança geral, que ocasionou que o receio de expor a fé fosse completamente deixado de lado por muitos(as). Só que além de propagar a fé no digital, é fundamental que os(as) fiéis compartilhem também pessoalmente, sendo suas expressões conectadas em ambos ambientes. Agradei Miguel pela partilha, falei da quantidade de conteúdo que expôs e citei que ainda iria visitar o movimento que ele participa e abordo neste estudo.

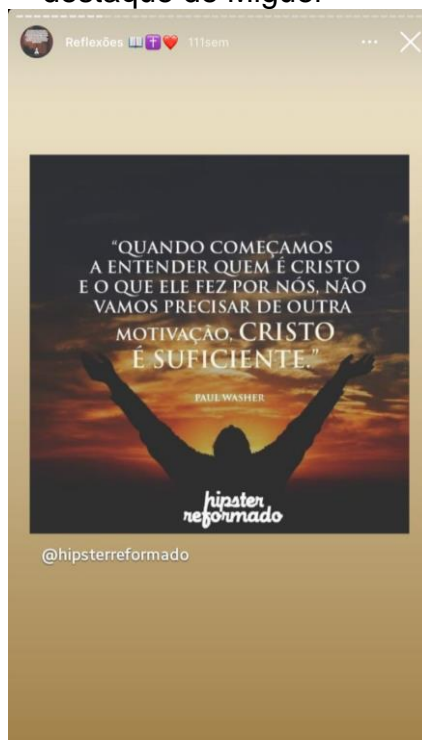
5.3.3.2 Reflexão de fé no Instagram do Miguel

A conta pessoal de Miguel no Instagram tem apenas 6 (seis) publicações no *feed*, 1 (um) destaque nomeado como “Reflexões” junto a *emoji* de Bíblia, cruz e coração vermelho, mais de 500 (quinhentos(as)) seguidores(as) e ele segue quase 600 (seiscentos) perfis. Na descrição indica sua idade, curso e universidade que estuda, que é cristão e a frase: “Vida só há uma e ela é feita pra Cristo, não a desperdice”.

A análise deste perfil aconteceu entre os dias 04 e 18 de fevereiro de 2022 e as únicas 4 (quatro) publicações feitas, foram no formato *stories*, são religiosas e divulgadas em uma mesma semana, sendo em 3 (três) dias seguidos. Os 4 (quatro) *stories* são compartilhamentos de *posts* de outras contas, sendo assim: o primeiro do Jovens Encontros de Fé, divulga um encontro chamado *Inside*; O segundo é um convite para o Culto de Santa Ceia da Igreja Encontros de Fé Zona Sul; O terceiro traz uma escrita de reflexão; e o quarto e último é um vídeo de pregação do Evangelho.

Além de ver que Miguel era seguidor da filial zona sul do Jovens Encontros de Fé, o que me chamou atenção em seu perfil foi que sua foto da conta é em um momento de adoração e que entre as 6 (seis) publicações do *feed*, metade são em experiências religiosas e o destaque também tem *stories* com esse foco. Seguem algumas informações dos 3 (três) *posts* do *feed* divulgados antes mesmo da análise: o primeiro une 6 (seis) fotos em um carrossel de uma equipe e espetáculo de teatro da Igreja Evangélica Encontros de Fé, o segundo uma foto de Miguel louvando o Senhor em um culto e o terceiro um grupo em momento de adoração na Igreja, tendo entre eles(as), Miguel. Sem *hashtags*, as descrições abordam a presença de Deus, gratidão, o poder do Evangelho, trechos bíblicos e suas reflexões. Já os comentários, são completos de *emojis*, elogios à foto, menção de saudade de Miguel, “Glória a Deus” e agradecimentos.

Figura 12 – Compartilhamento de *story* conectado à religião e salvo no destaque de Miguel



Fonte: Perfil do Instagram de Miguel

Dentro do destaque “Reflexões” há 46 (quarenta e seis) *stories* vinculados à religião de dele, sendo a maioria compartilhamentos de outras contas da rede social. Neste formato, Miguel divulga frases de pastores, escritores, pregadores, filósofos, missionários e teólogos (exemplo na figura 12), críticas de falas alteradas do Evangelho e comentários da sociedade, citações motivacionais, versículos bíblicos e regras para jovens cristãos/cristãs.

6 CONCLUSÃO

Com histórias e realidades diferentes, os(as) entrevistados(as) representando 4 (quatro) movimentos, têm a religião como um ponto central em suas vidas, mesmo que o significado para cada um(a) e a vivência sejam distintas, todos(as) possuem atividades além da Igreja. Moradores(as) de Porto Alegre, foram inteiramente acolhedores(as), simpáticos(as), carregados(as) de testemunho de fé e posicionamentos do mundo em vivemos, mesmo que entre falas tímidas. Ao se abrirem, conexões foram formadas.

Com idades entre 19 (dezenove) a 28 (vinte e oito) anos, estudantes ou formados(as) nas áreas de *Design* Gráfico, Jornalismo, Ciências Contábeis, Publicidade e Propaganda, Biologia, Relações Internacionais e Direito, sendo metade com o nível de escolaridade superior completo e a outra metade incompleto, trabalham como *designer*, assessor de comunicação, autônomo, analista em segurança da *internet* e fazem estágio. A renda familiar variou entre R\$2.203,00 (dois mil e duzentos e três reais) e a partir de R\$ 11.000,00 (onze mil reais).

Com participações de 3 (três) a quase 15 (quinze) anos dentro de um mesmo movimento, os(as) jovens focos do estudo, mesmo não seguindo as mesmas religiões e com carismas diferentes, falam com amor do grupo jovem religioso que participam, como Marcelo disse, o quanto a *internet* através de seu alcance, proporciona que exponham o que creem e propaguem o que Deus consegue fazer na vida de todos(as) fiéis, o que se vincula com Jamil e Neves (2000), que concluíram que a *internet* além de conectar computadores, acaba disseminando informações.

Unindo teorias e estudos de Furtado (2012), Jamil e Neves (2000) e McAdam, Tarrow e Tilly (2009), já mencionados na revisão bibliográfica, se define que vivemos em uma nova era, a “Era da Informação”, onde tudo e todos(as) são modificados(as), gerando maior comunicação global e acesso à informações. A transformação é constante e radical e causa impactos sociais, econômicos, políticos e psicológicos, ao mesmo tempo que valoriza cada informação e une pessoas. A interlocutora Luana comenta que as redes sociais aproximam o mundo e Júlia fala o quanto existência dos meios de comunicação ajudou pessoas a falarem mais sobre religião, organizando grupos de estudos e discussões pelo simples fato de agora conseguirem através de plataformas visualizarem de qualquer lugar e quase de

qualquer ano documentos antigos da Igreja que antes não tinham acesso, como na geração de seus pais, que havia maior dificuldade. Conforme Bellotti (2013), a *web* é percebida como uma ferramenta para a orientação religiosa, onde se encontram aprendizados bíblicos, teológicos e manuscritos sagrados.

Entre um *story* e outro e no *feed* de notícias do Instagram visualiza-se fotos de comidas, crianças, casais, natureza, bichos de estimação, dicas, enquetes, *gifs*, *boomerangs*, mas em meio a tudo isso, além da luta e busca de direitos nas ruas através de protestos que envolvem gritos, músicas e cartazes, é nítida nesta plataforma *online* a quantidade imensa de publicações com posicionamentos políticos, esportivos e religiosos feitas por jovens. As religiões estão cada vez mais expostas nas redes sociais e são frequentes as visualizações de conteúdos religiosos no ambiente digital, seja em perfis individuais, tanto como coletivos e institucionais. Tais pontos confirmam o que Medeiros (2012) disse ao observar que no espaço cibernético, os relacionamentos identitários se realçam e que as relações dos indivíduos com a mídia passam por transformações que alcançam também a vida religiosa.

Para Medeiros e Alves (2014) a religião integra nossas vidas e vivências, o que é possível concordar, já que a própria Júlia, representando a Sociedade dos Guelfos ressaltou a onda de conversões que vem ocorrendo, gerando automaticamente um desejo enorme de compartilhar com as outras pessoas essas transformações. Coincidência ou não, a partir de Bastos (2007), desde a segunda metade do século XX um aumento súbito religioso aconteceu, entre os antigos e novos formatos de religiosidade, surpreendendo muitos(as) que acreditavam que a religião poderia vir a desaparecer. Com a “bagunça” que o mundo vive, como exposto por uma entrevistada, as pessoas buscaram novamente a aproximação com a fé, principalmente no cristianismo, retomando raízes de gerações familiares anteriores.

Sendo assim, não chega a ser uma novidade que os(as) participantes tanto católicos(as) como evangélicos(as) confirmaram que o aumento na utilização das redes sociais ajudou suas religiões, afinal, com a entrada delas o mundo digital foi reinventado. Como observa Ferreira (2017), sobre a interatividade e o compartilhamento de informações em diferentes formatos e arquivos que existem. O alcance foi um dos pontos que mais foram citados como ajuda à religião e realmente, as redes sociais *online*, como o próprio Castells (1999a) citou, possuem um alcance global, integram os meios de comunicação e alteram a cultura.

De forma prática, apresentar sua opção religiosa virou uma tendência no ambiente digital, seja com uma publicação, compartilhamento de *post*, arte, música, fotografia e inúmeros meios criativos existentes para mostrar Deus às pessoas e tudo aconteceu de forma natural. As mídias sociais são utilizadas como evangelização por jovens fiéis, assim como panfletos eram antigamente distribuídos na rua. A explosão do ativismo religioso *online*, assim, como mencionado por Miguel representando o Jovens Encontros de Fé, ocorreu quando se observou a grande difusão possível da fé cristã nos meios de comunicação.

Meios de propagação de fé, facilidade de atingir as pessoas, maior ativismo, alcance de informações (homilias e reflexões com conteúdo de qualidade), mudanças de percepções para melhor, exemplos reais, reconhecimento, vocação, vivência de fé familiar, curiosidade de não fiéis, simplicidade ao compartilhar ações sociais, vidas de santos e divulgação de experiências boas com a Igreja, são algumas das questões advindas desta juventude quanto à ajuda das redes sociais vinculadas a sua fé. Como exposto por Vermelho *et al.* (2014), as tecnologias geram maior participação, mudam a comunicação e facilitam a perpetuação de informações.

A partir das conversas e análises das publicações se pode confirmar as possibilidades da juventude evangelizar e das religiões se beneficiarem com a mídia. As instituições religiosas católicas e evangélicas precisam cada vez mais se adaptar e divulgar nessas plataformas, gerando maior conhecimento e entendimento de suas crenças, seja causando curiosidade ou através de atividades no modelo híbrido. Tanto quanto as Igrejas, pastores(as), padres e os(as) fiéis, são potências de fé, pois cada compartilhamento religioso, consegue alcançar alguém, com dicas, leituras e declarações, afinal, em conformidade com Fantoni (2015), a mídia é idealizada como um espaço de ênfase e autenticação da religião.

Ferreira (2017) confirma que há desvantagens neste instrumento de comunicação e como os(as) entrevistados(as) relataram, o que interfere negativamente na religião são o radicalismo, a superficialidade de alguns perfis, o corte de publicações, a propagação de informações discordantes, as más influências, acusações e perda de tempo com um aparelho sem disseminação do Evangelho. Dito por Medeiros (2012), essa sociedade da informação além de criar novas relações com as tecnologias, proporciona trocas de informações entre

peças e comunidades através de dispositivos, possibilitando conversações diferentes e divulgações de opiniões.

São nas mídias sociais, que católicos(as) e evangélicos(as) se encontram, conhecem pessoas, constroem amizades (o ciclo de amizades de todos(as) entrevistados(as) são na maior parte da mesma religião que eles(as)), namoram (é normal casais da mesma religião serem formados dentro dos grupos, por convivência e valores e interesses semelhantes) e buscam conteúdos, conquistando aprendizados e formando relações. Entre as relações que se formam via essas plataformas, uma das características é o reconhecimento que acaba acontecendo entre grupos, movimentos, páginas, perfis, conteúdos, reflexões, exemplos e pessoas da mesma crença e assim como Honneth (2009) mencionou, os seres humanos necessitam serem reconhecidos.

Para Elias (1993) a vergonha e o medo são provocados por outras pessoas e realmente, 5 (cinco) dos(as) entrevistados(as) disseram ter receio de exporem sua fé no Instagram, em algum momento, seja por estar na fase da adolescência, referente a assuntos polêmicos (aborto) e também pelo medo da humilhação, pois não sabem se vão agradar ou não. Alexandre (2018), baseado nos ensinamentos de Elisabeth Noelle-Neumann, de 1974, ressalta que as pessoas só assumem para a sociedade seus pontos de vistas, sobre temas que geram discussões, dependendo das opiniões atuais que as cercam. Ou seja, só compartilham se a maioria concorda, silenciando e preferindo não compartilhar quando vê que está do lado de uma minoria.

Como Camila declarou na entrevista, alguns/algumas jovens acabam deixando a desejar em algumas respostas devido à falta de pesquisa, priorizando o imediatismo que muitas pessoas cobram ao fazerem questionamentos, enquanto outros indivíduos, segundo Alexandre (2018), declaram publicamente suas opiniões mesmo estando ao lado de uma pequena parcela da população. O incômodo com alguma publicação religiosa no Instagram por parte de um(a) terceiro(a) aconteceu com mais da metade dos(as) participantes da pesquisa, que além de exporem seus medos, falaram das sensações conflitantes que sentem ao divulgar algo que sabem que gerará polêmica, que não é a opinião de uma maioria, o que os(as) fez em alguns momentos manterem-se fechados(as) sobre assuntos determinados, porém, não deixam de cumprir os propósitos que consideram que Deus designou para suas vidas.

Thompson (1998) comenta que com a mídia, o contato tradicional, face a face, deixou de ser a única base e se remodelou, tanto que Camila, entrevistada representando o CLJ se posiciona ao dizer que é diferente o contato “olho no olho” quando comparado ao contato através de telas, que ocasiona uma maior espontaneidade para falar determinadas coisas que em contexto presencial não seriam talvez ditas. Miguel pensa como Camila e considera que na conversa através do ciberespaço, muitos(as) sentem-se à vontade para compartilharem o Evangelho e suas crenças, porque o que fica entre eles(as) e os(as) demais são apenas dispositivos móveis, bem diferente se fosse pessoalmente, pois a vergonha toma seus corpos e mentes. Entretanto, a crença deve estar presente na vida digital e presencial. Importante salientar, que Pierre Lévy (1999) indicou que esses relacionamentos e conversas *online* também possuem sensibilidade e intensidade e são um complemento aos encontros face a face.

Unificando medo, vergonha, receio, relacionamentos e diferenças entre conversações *offline* e *online*, referente aos posicionamentos religiosos, 7 (sete) dos(as) entrevistados(as) concordam que há uma maior e ativa liberdade religiosa para exporem suas crenças no Instagram, se comparado com épocas anteriores em que não faziam uso desta rede social. A juventude católica e evangélica tem um poder em mãos de disseminar o Evangelho e manifestarem suas opiniões nestes espaços, porém, nem sempre tais exposições são bem aceitas, sendo afetadas por preconceitos, chacotas, polêmicas, intolerâncias e julgamentos. Ainda, há uma preocupação no ciberespaço, como dito por Patrícia Vieira em entrevista concedida à Azevedo (2018) que assim como pessoalmente, no digital vem acontecendo um crescimento de declarações de ódio, principalmente entre os(as) jovens.

Ainda sobre juventude e religião, concluo que evangélicos(as) e católicos(as) não escondem sua fé, apenas expressam ela de formas diferentes, alguns/algumas mais tímidos(as), outros(as) mais ousados(as) e há os(as) que não são nenhum e nem outro, ficando entre essas duas caracterizações. Não vivem uma “vida dupla”, são fiéis em casa, no trabalho, na Igreja, com os(as) amigos(as), em festa, relacionamentos, nas redes sociais e em qualquer situação, demonstrando e querendo quebrar estereótipos que foram construídos pela sociedade do que é ser cristão/cristã. Em relação aos/as jovens entrevistados(as) é possível afirmar que se esconder, não é uma opção. Cada um(a) faz seu apostolado como se adapta e mesmo que já tenham sido receosos(as) quanto à exposição, visualizam a

importância da divulgação, principalmente no *online*, não por eles(as), mas para tantos(as) que precisam ver suas publicações, para gerar curiosidade, inspiração, motivação, cativar e assim, se converterem para o cristianismo, tendo uma relação mais próxima com Deus.

Com a religião midiática, os(as) jovens buscam respostas, entregam e oferecem tudo a Cristo, no catolicismo, por exemplo, consideram viver a santidade, ou seja, fazer tudo como entendem que Deus deseja, sendo corretos(as), não reclamando de tudo, resignificando suas vidas e práticas religiosas e cotidianas, porque não se é cristão/cristã apenas dentro da Igreja. A criatividade faz parte de suas propagações de fé, assim como serem exemplos nas atividades diárias, por isso a importância de compartilharem o que acreditam. Na concepção de Sofiati (2009), os movimentos religiosos, principalmente os católicos e evangélicos, têm cada vez mais recebido jovens para participar, sendo protagonistas e lideranças.

Pode-se dizer que tradicionalmente, a juventude seguia a religião de predomínio familiar e as próprias famílias habitualmente seguiam apenas uma vertente religiosa, diferente de hoje, que consoante com Novaes (2018), além de buscarem respostas sobre fé e vida, os(as) jovens escolhem religiões diferentes da família, remanejando o modelo familiar de fé antes existente. Entre os(as) entrevistados(as) 5 (cinco) tinham a maior parte da família com a mesma crença, sendo normalmente os(as) que desde muito novos(as) já vivem essa experiência. Contudo, os(as) outros(as) 3 (três) têm familiares que se dizem da religião, mas não são praticantes ou são de religiões distintas, como espíritas, evangélicos(as) e hare krishna.

Com a tecnologia, a religiosidade se dissemina por diferentes meios, mas também por uma juventude de fé, que mesmo tímida, desconfiada e questionadora, não nega a divulgação do seu amor e vida a Cristo, procurando fazer com que o maior número possível de pessoas sejam impactadas por suas palavras e ilustrações via *post*. No dia a dia, divulgam fotografias, objetos simbólicos religiosos e imagens que representam essa crença. Em concordância com Novaes (2018), entre as mudanças tecnológicas, existem transformações também na forma de manifestação de fé.

A maioria dos(as) entrevistados(as) relata experiências de conversão de amigos(as) e familiares. Todos(as) católicos(as) entrevistados(as) são seguidores(as) da mesma vertente, a Católica Apostólica Romana, creem em uma

Igreja una, ou seja, que todos(as) pensem de forma igual quanto aos dogmas e diferentes aspectos do catolicismo que em muitas vezes não são definidos de uma forma única, gerando visões diferentes e várias definições de Jesus. De acordo com Rosa (2011), essas dessemelhanças acabam surgindo devido a atos e posicionamentos dos(as) participantes da Igreja Católica serem díspares por razões culturais, sociais, geográficas e geracionais.

Entre as falas de alguns/algumas católicos(as), o termo opressão surgiu, por se considerarem em alguns momentos oprimidos(as) nas redes sociais em função de alguns assuntos serem retratados. Mesmo com este tópico, ainda assim percebem a quantidade de pessoas retomando sua fé em Cristo, se reaproximando da Igreja Católica, inclusive por causa da ampliação religiosa nas mídias sociais. Júlia, Camila e Leonardo, três dos(as) entrevistados(as) chegam a participar de mais de um movimento jovem, seja para estudo, ação social ou escolha.

Com o crescimento dos(as) fiéis evangélicos(as), Gonçalves e Pedra (2017), acentuam que essa Igreja se apresenta propagando e emitindo mensagens cristãs, transmissões essas que a partir das novas necessidades, se transformam assim como a população. E é dessa forma, se modificando e exaltando suas religiosidades digitalmente, que Luana, Ana e Marcelo de vertente Cristã Evangélica Protestante e Miguel da vertente Cristã Pentecostal posicionam-se nas redes sociais, sendo “Boca de Deus”, se dedicando e servindo a ele, corroborando com o que dizem Ciciliato e Moreira (2014).

De 8 (oito) entrevistados(as), 5 (cinco) concordam que existem posicionamentos diferentes entre os(as) integrantes de seus grupos religiosos e todos(as) concordam com a diversidade evidente entre as opiniões dos(as) fiéis de suas religiões. Esses diferenciais correspondem à compreensão bíblica, política, modo de celebrar a missa, pensamentos. Alguns/Algumas seguem um apostolado tradicional outros(as) mais carismático, os(as) que participam e apoiam o rito tradicional e os(as) que preferem a missa no formato novo e a quantidade de teses religiosas.

Ativos(as) em mais de uma rede social, sendo elas: Facebook, Twitter, WhatsApp e Pinterest, o foco maior de apresentação de fé é o Instagram e todos(as) concordam ser uma plataforma onde acontece efetivamente o ativismo religioso *online*, pois em suas opiniões, tem maior alcance, está em alta, se consegue pesquisar temas, publicar conteúdos em diferentes formatos e estimula a

criatividade dos(as) usuários(as). Com marcações de pessoas, Igrejas, movimentos e as *hashtags* (cinco dos(as) oito as utilizam), divulgam sua vida cristã. Para Piza (2012), a individualidade disponibilizada ao público presente no Instagram é um ponto atrativo.

A maior parte dos(as) jovens com quem conversei, possuem nas descrições de seus perfis do Instagram uma palavra ou frase vinculada às suas religiões e publicaram no período foco de análise sobre a fé. Aproximadamente, entre os *posts* durante os períodos observados e anteriores a eles, são mais de 660 (seiscentas e sessenta) publicações de cunho religioso analisadas de forma rápida por mim, a maioria sendo *stories*, por alcançar mais pessoas, serem práticos e momentâneos nas concepções dos(as) entrevistados(as), mas em menor número houve também os formatos *feed* e *reels*. Ativos(as) no Instagram e sem compartilhar algo que o movimento em si publicou em suas redes oficiais, nem todos(as) mantiveram a mesma frequência de *posts* relacionados à religiosidade que indicaram na entrevista, variando em mais de uma vez por semana, mais de uma vez por mês e uma vez ao dia.

Com comentários e descrições semelhantes, tendo como enfoque *emojis*, mensagens, manifestações de gratidão, versículos e frases vinculadas a Deus, as publicações são as mais variadas possíveis, de engraçadas a carregadas de conteúdo: eventos, trechos de pregação, frases motivacionais relacionadas à crença, vivências no movimento, Evangelho do dia, leituras espirituais, memes, textos de livros, reflexões, imagens de devoção, fotos na Igreja, textos explicativos de conteúdos bíblicos e de santos, etc.

Integrantes das gerações Y ou Z, o que motiva os(as) entrevistados(as) pertencente a estes grupos a disseminar suas fés através de contas do Instagram é o amor de todos(as) a Cristo, por ser algo central em suas vidas. Desejam retribuir cumprindo o propósito de Deus, ajudando e motivando outras pessoas a serem felizes e gratas a ele, além de mostrar equilíbrio de rotina e fé, gerando conhecimento, informação e quebrando estereótipos. Os impactos que os movimentos católicos e evangélicos estudados visam alcançar no Instagram consequentes das publicações religiosas dos(as) seus/suas jovens fiéis, são: motivar e aproximar pessoas de Cristo; Fazerem com que outros(as) realizem boas ações; Serem vistos(as) como referências para conversar sobre religiosidade; Desmitificar o catolicismo e o evangelicalismo; e gerar curiosidade.

Jungblut (2012) observou que no ambiente cibernético os(as) usuários(as) conseguem não só serem receptores(as), como também emissores(as) e é assim, seguindo essas duas funções que os(as) entrevistados(as) consomem e produzem conteúdos religiosos. Normalmente o consumo envolve referência, informações e inspirações de fé, seguindo lojas, pastores, padres, pensadores religiosos, movimentos e blogueiros(as) com testemunho de vida cristã. Ao observar o papel individual de cada um(a) dos(as) entrevistados(as), se compreende as semelhanças e diversidades dos seus posicionamentos através das publicações pessoais/profissionais na mídia social Instagram.

A semelhança inegável é o amor por Cristo e vivência por ele diária, seja no lugar que for. Além do mais, publicam sobre suas fés no Instagram, principalmente, porque percebem a importância de seus posicionamentos, concordando que a curiosidade gera entendimento e assim aproximação da religião. Outras semelhanças entre eles(as), mesmo sendo de religiões diferentes, são: suas opiniões, posicionamentos, receios, experiências junto a Igreja e sociedade, o círculo de amizades, o formato *stories* ser o mais utilizado, a rede social Instagram ser o espaço onde mais publicam sobre religiosidade e os motivos e impactos que desejam alcançar a partir de cada uma de suas exposições religiosas. Além da crença e vertente, idades e níveis de escolaridade, é evidente que os estilos e frequências de publicações, assim como o tempo de participação nos movimentos e o objetivo de consumo de conteúdos extras, são algumas das diferenças entre eles(as).

Os movimentos estudados têm suas particularidades, estão abertos a aprender e contribuir com a sociedade e seus/suas fiéis. Reconhecem quando são bases de estudo, porque acreditam que através de pesquisas e notícias serão ainda mais reconhecidos e conseguirão novos(as) adeptos(as). Falar sobre ativismo religioso é algo pessoal para muitos(as), mesmo que aberto ao público nas redes sociais e muitas vezes isso pode afastar, o que talvez tenha sido um dos motivos para alguns/algumas convidados(as) não terem aceitado participar da pesquisa, porém, não se pode generalizar. Religiões e seguidores(as) são diferentes, nem todos(as) estão disponíveis a expressarem sua crença.

Representar um grupo que admira, não é uma tarefa fácil e sim uma enorme responsabilidade que faz repensar algumas atitudes. E o fato de ser gravado(a), pode ser um aspecto que impede outros tantos posicionamentos. Se reconhecer na

pesquisa, talvez tenha sido um ponto fundamental para os(as) jovens terem concordado participar: porque visualizam a importância de falarem o que amam para tantos(as). Conforme a fala comum dos(as) entrevistados(as): somos vistos(as) como referências a partir de nossas atitudes.

Por fim, esta dissertação de mestrado confirma que, independente das especificidades dos movimentos dos quais participam (Curso de Liderança Juvenil, Sociedade dos Guelfos, Força Jovem Universal Gaúcha e Jovens Encontros de Fé), a transformação digital proporcionou para os(as) entrevistados(as), uma pluralidade de comportamentos ativos e transparentes de fé através de suas contas de Instagram pessoais/profissionais. Suas manifestações são ao mesmo tempo plurais e singulares, evidenciam autonomia e poder individual *online*, dão acesso à conteúdos e através delas buscam reconhecimento e a criação de vínculos religiosos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAMO, Helena Wendel. Considerações sobre a tematização social da juventude no Brasil. *In*: FÁVERO, Osmar; SPÓSITO, Marília Pontes; CARRANO, Paulo; NOVAES, Regina Reyes (orgs.). **Juventude e Contemporaneidade**. Brasília: UNESCO, MEC, ANPEd, 2007. 284 p. Coleção Educação para Todos. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=648-vol16juvcont-elet-pdf&Itemid=30192>. Acesso em: 04 nov. 2021.
- ADAM, Júlio César; HANKE, Ezequiel. Juventude midiaticizada: um estudo sobre as possibilidades de uma religião vivida na e através da mídia. **Revista de Teologia e Ciências da Religião**, Recife, v.4, n.1, p. 213-236, dez. 2014.
- ALCÂNTARA, Luciana. Resenha: O necessário debate sobre as redes digitais. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v.32, n.94, p. 1-4, jun. 2017.
- ALEXANDRE, José Carlos. **Uma Genealogia da Espiral do Silêncio**: A expressão da opinião sobre as praxes acadêmicas. Covilhã: Labcom.IFP, 2018. 344 p.
- ANTONIO JUNIOR, Pastor. **O que é viver para Cristo**. [S.l.], s.d. Disponível em: <<https://www.pastorantoniojunior.com.br/mensagens-evangelicas/viver-para-cristo>>. Acesso em: 13 dez. 2021.
- AQUINO, Luseni. Introdução: A juventude como foco das políticas públicas. *In*: CASTRO, Jorge Abrahão de; AQUINO, Luseni Maria C. de; ANDRADE, Carla Coelho de (orgs.). **Juventude e Políticas Sociais no Brasil**, Brasília: IPEA, 2009. 303 p.
- ARAÚJO, Isa Maria Zimerman de. Religião e Subjetividade. **Revista Ciências Humanas**, Taubaté, v.6, n.1, p. 88-106, 2013.
- AZEVEDO, Wagner Fernandes de. Jovens e a religião: possibilidades e limites das mídias digitais. Entrevista com Patrícia Vieira. **Revista IHU On-line**, São Leopoldo, 11 abr. 2018. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/188-noticias/noticias-2018/577811-jovens-e-a-religiao-possibilidades-e-limites-das-midias-digitais-entrevista-com-patricia-vieira>>. Acesso em: 9 nov. 2021.
- BANCO de Alimentos participa de evento da Força Jovem. Porto Alegre, 20 maio 2016. Disponível em: <<https://www.bancodealimentosrs.org.br/Noticia/517/Banco-de-Alimentos-participa-de-evento-da-Forca-Jovem>>. Acesso em: 12 jun. 2021.
- BARCELLOS, Claudete; MARCHAND, Alex; FREITAS, Munique. **Força Jovem da Universal divulga projetos de inclusão social**. Porto Alegre: Marco Aurélio Marocco, 26 abr. 2018. Disponível em: <<https://www.camarapoa.rs.gov.br/noticias/forca-jovem-da-universal-divulga-projetos-de-inclusao-social>>. Acesso em: 12 jun. 2021.

BASTOS, Edivaldo Correia. **Fé & Cia. LTDA: consumo religioso na sociedade contemporânea**. 2007. 150 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, 2007.

BELLOTTI, Karina Kosicki. "Ser cristão é muito louco": os usos da mídia para e pela juventude evangélica no Brasil (anos 2000-2010). **Revista Brasileira de História das Religiões**, Maringá, v.V, p. 255-263, jan. 2013.

BENÍCIO, Sérgio; PAIVA, Fernando. **Resumo: CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede**. 3ª Ed. São Paulo: Editora Paz e Terra S.A., 1999. Recife, 2004. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/23944745/Resumo-a-Sociedade-Em-Rede-Castells>>. Acesso em: 18 nov. 2019.

BENTO XVI, Papa. MENSAGEM DO PAPA BENTO XVI PARA O 43º DIA MUNDIAL DAS COMUNICAÇÕES SOCIAIS: Novas tecnologias, novas relações. Promover uma cultura de respeito, de diálogo, de amizade. **Site do Vaticano**, [S.l.], s.p., 24 maio 2009. Disponível em: <https://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/pt/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20090124_43rd-world-communications-day.html>. Acesso em: 20 fev. 2022.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Tradução de Miguel Serras Pereira. Lisboa: Fim de Século, 2003.

BRASIL, Renovação Carismática Católica. **5 características de um Grupo de Oração Católico Carismático**. [S.l.], 10 jul. 2019. Disponível em: <<https://www.rccbrazil.org.br/blog/2019/07/caracteristicas-grupo-de-oracao-catolico-carismatico/>>. Acesso em: 31 maio 2022.

BRUSTOLIN, Leomar Antônio. Eucaristia na Era Digital: A Questão da Presença e da Participação. **Revista Teocomunicação**, Porto Alegre, v.42, n.2, p. 322-342, jul./dez. 2012.

CARDOSO, Cosme Santana. **A responsabilidade social da Igreja: um dever legal ou um mandamento bíblico?** São Paulo: Âmbito Jurídico (Portal Jurídico da *Internet*), 9 out. 2019. Disponível em: <<https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-constitucional/a-responsabilidade-social-da-igreja-um-dever-legal-ou-um-mandamento-biblico/>>. Acesso em: 31 maio 2020.

CARDOSO, Rodrigo. A fé da juventude. **Revista ISTOÉ**, [S.l.], 25 jun. 2008. Comportamento, s.p. Disponível em: <https://istoe.com.br/5183_A+FE+DA+JUVENTUDE/>. Acesso em: 20 fev. 2022.

CARDOZO, Carlos Eduardo da Silva Moraes. Juventude e religião: formas de ser jovem a partir da pertença religiosa. **Revista Cadernos de Ciências Sociais da UFRPE**, Recife, v.2, n.3, p. 71-87, jul./dez. 2013.

CARLETTI, Renan Silva. Religião e *Internet*: Como Pensarmos a "Religião" Hoje? **Revista Último Andar**, n.29, p. 19-31, 2016.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venâncio Majer. 6ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999a.

CASTELLS, Manuel. **Fim de milênio**. Tradução de Klauss Brandini Gerhardt e Roneide Venancio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999b.

CASTRO, Mary Garcia; ABRAMOVAY, Miriam. **Programa de Prevenção à Violência nas Escolas - Ser Jovem Hoje, no Brasil: Desafios e Possibilidades**. Brasil: 2015. 24 p.

CENSO Demográfico de 2010 do IBGE. Brasil, 2010. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/pesquisa/23/22107>>. Acesso em: 13 dez. 2021.

CERETTA, Simone Beatriz; FROEMMING, Lurdes Marlene. Geração Z: compreendendo os hábitos de consumo da geração emergente. **Revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração**, Rio Grande do Norte, v.3, n.2, p. 15-24, abr./set. 2011.

CICILIATO, Fabio; MOREIRA, Neir. A responsabilidade social da Igreja Evangélica contemporânea segundo o modelo de Cristo. **Revista Eletrônica do Curso de Teologia**, Curitiba, n.4, p. 66-77, out. 2014.

CIRIACO, Douglas. O que é a Geração Z? **Site TecMundo**, [S.l.], s.p., 8 jul. 2009. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/curiosidade/2391-o-que-e-a-geracao-z-.htm>>. Acesso em: 20 fev. 2022.

COMAZZETTO, Letícia Reghelin; VASCONCELLOS, Sílvia José Lemos; PERRONE, Cláudia Maria; GONÇALVES, Julia. A Geração Y no Mercado de Trabalho: um Estudo Comparativo entre Gerações. **Revista Psicologia: ciência e profissão**, Brasília, v.36, n.1, p. 145-157, jan./mar. 2016.

CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXXIV, 2011, Pernambuco. **As muitas vozes do consumidor contemporâneo ecoam na ágora virtual**. Pernambuco: 2 a 6 de setembro de 2011. 15 p.

CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, XVI, 2014, João Pessoa. **O Instagram como Uma Nova Ferramenta para Estratégias Publicitárias**. João Pessoa: 15 a 17 de maio de 2014. 13 p.

CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, XVIII, 2016, Pernambuco. **O Instagram como ferramenta de aproximação entre Marca e Consumidor**. Pernambuco: 07 a 09 de julho de 2016. 12 p.

CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, XVII, 2012, Ouro Preto. **Dinâmicas comunicacionais na vida cotidiana – Instagram: um modo de narrar sobre si, fotografar ou de olhar pra se ver**. Ouro Preto: 28 a 30 de junho de 2012. 15 p.

CURSO de Liderança Juvenil (CLJ). Vacaria, s.d. Disponível em: <<https://www.diocesevacaria.com.br/pastorais-e-movimentos/curso-de-lideranca-juvenil-clj/>>. Acesso em: 14 jun. 2021.

D'ANDRÉA, Carlos. Conexões intermediáticas entre transmissões audiovisuais ao vivo e redes sociais *online*: possibilidades e tensionamentos. **Revista Comunicação Midiática**, Bauru, v.10, n.2, p. 61–75, 2015.

DANTAS, Bruna Suruagy do Amaral. A dupla linguagem do desejo na Igreja Evangélica Bola de Neve. **Revista Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, v.30, n.1, p. 53-80, 2010.

EDUARDO, Carlos. **CLJ NA EVANGELIZAÇÃO DA JUVENTUDE**. Gravataí, 17 abr. 2020. Disponível em: <<https://docero.com.br/doc/n85e558>>. Acesso em: 25 maio 2021.

ELIAS, Norbert. **O Processo Civilizador**: Volume 2 - Formação do Estado e civilização. Tradução de Ruy Jungmann. Revisão, apresentação e notas de Renato Janine Ribeiro. 1ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1993. 308 p.

ENCONTRO ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CIÊNCIA POLÍTICA (ABCP), n.10, 2016, Belo Horizonte. **Agenda-Setting: Mídia e Opinião Pública na Dinâmica de Políticas Públicas**. Belo Horizonte: 30 de agosto a 02 de setembro de 2016. 20 p.

FABER, Jorge. A geração Z e a evolução das revistas científicas. **Revista Dental Press J. Orthod**, Maringá, v.16, n.4, p. 7, ago. 2011.

FACEBOOK FJU Rio Grande do Sul. [S.l.], s.d. Disponível em: <<https://www.facebook.com/ForcaJovemGaucha/>>. Acesso em: 12 jun. 2021.

FACEBOOK Jovens Encontros de Fé. Porto Alegre, s.d. Disponível em: <<https://www.facebook.com/jovensencontrosdefe/>>. Acesso em: 11 jun. 2021.

FACEBOOK Sociedade dos Guelfos. Porto Alegre, s.d. Disponível em: <<https://www.facebook.com/sociedadedosgulfos/>>. Acesso em: 08 jun. 2021.

FACEBOOK Vicariato CLJ Porto Alegre. Porto Alegre, s.d. Disponível em: <<https://www.facebook.com/vicariato.cljportoalegre/>>. Acesso em: 14 jun. 2021.

FANTONI, Francieli Jordão. **Amém? Compartilhe!**: Análise da Interação e Circulação dos Discursos de Macedo, Santiago e Usuários no Facebook e Twitter. 2015. 162 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Maria, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2015.

FERREIRA, Marina dos Santos Bragine. Mídias sociais como ferramenta de comunicação para fortalecimento de marcas e organizações. **Revista Temática**, Bahia, v.13, n.6, p. 141-150, jun. 2017.

FERREIRA, Virginia Diniz. **Catolicismo midiático, juventude e testemunho**: uma análise do programa PHN da TV Canção Nova. 2018. 195 f. Dissertação (Mestrado)

- Universidade Federal de Santa Maria, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2018.

FORMIGA, Fábio de Oliveira Nobre. **A Evolução da Hipótese de Agenda-Setting**. 2006. 93 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2006.

FURTADO, Juliana de Assis. Novo cenário, novas configurações: um olhar sobre a publicidade na era da informação. **Revista Comunicação & Informação**, Goiás, v.14, n.1, p. 127-140, 2012.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. 1ª ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. 120 p.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002. 176 p.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOLDENBERG, Mirían. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. 8ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

GONÇALVES, Rafael Bruno; PEDRA, Graciele Macedo. O Surgimento das Denominações Evangélicas no Brasil e a Presença na Política. **Revista Diversidade Religiosa**, João Pessoa, v.7, n.2, p. 69-100, 2017.

GRIESE, Germán Sánchez. **O que é o Carisma?** Belo Horizonte, s.d. Disponível em: <<http://www.novaalianca.com.br/index.php/carisma/371-o-que-e-o-carisma>>. Acesso em: 31 maio 2022.

GUEDES, Gabriel. Cartinhas amarelas chamam atenção de frequentadores da Praça da Encol, em Porto Alegre: Ação com mensagens otimistas tem iniciativa da Força Jovem Universal (FJU). **Correio do Povo**, Porto Alegre, 27 set. 2020. Geral, p. 1. Disponível em: <<https://www.correiodopovo.com.br/not%C3%ADcias/geral/cartinhas-amarelas-chamam-aten%C3%A7%C3%A3o-de-frequentadores-da-pra%C3%A7a-da-encol-em-porto-alegre-1.486468>>. Acesso em: 12 jun. 2021.

HARA, Viviane Tenório de Macedo. **Webfé: Religiões nas mídias sociais e proposta de aplicativo para os ciber-fiéis**. 2015. 35 p. Trabalho de Conclusão de Curso – Pós-Graduação Mídia, Informação e Cultura, São Paulo, 2015.

HASTENTEUFEL, D. Zeno. Os trinta anos de um Movimento Juvenil. **Revista Caminhando com o Itepa**, Passo Fundo, n.85, p. 46-54, jul. 2007.

HONNETH, Axel. A textura da justiça: sobre os limites do procedimentalismo contemporâneo. Tradução por Emil Albert Sobottka e Joana Cavedon Ripoll. **Civitas – Revista de Ciências Sociais**, Porto Alegre, v.9, n.3, p. 345-368, set./dez. 2009.

HOOVER, Stewart. Mídia e religião: premissas e implicações para os campos acadêmico e midiático. **Revista Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v.35, n.2, p. 41-68, jan./jun. 2014.

INSTAGRAM CLJ VICA POA. Porto Alegre, s.d. Disponível em: <<https://www.instagram.com/cljvicapoa/>>. Acesso em: 14 jun. 2021.

INSTAGRAM FJU Rio Grande do Sul. [S.l.], s.d. Disponível em: <<https://www.instagram.com/fjugaucha/?hl=pt-br>>. Acesso em: 12 jun. 2021.

INSTAGRAM Jovens Encontros de Fé. Porto Alegre, s.d. Disponível em: <<https://www.instagram.com/jovensencontrosdefe/?hl=pt>>. Acesso em: 11 jun. 2021.

INSTAGRAM Sociedade dos Guelfos. Porto Alegre, s.d. Disponível em: <<https://www.instagram.com/sociedadedosgulfos/?hl=pt-br>>. Acesso em: 08 jun. 2021.

JAMIL, George Leal; NEVES, Jorge Tadeu de Ramos. A era da informação: considerações sobre o desenvolvimento das tecnologias da Informação. **Revista Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v.5, n.1, p. 41-53, jan./jun. 2000.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução de Susana Alexandria. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009. 432 p.

JESUS, Fátima Weiss de. **Unindo a cruz e o arco-íris: vivência religiosa, homossexualidades e trânsitos de gênero na Igreja da Comunidade Metropolitana de São Paulo**. 2012. 302 p. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, 2012. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/100558/308807.pdf?sequencia=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 20 fev. 2022.

JOSÉ, Capela São. **Você conhece o Apostolado Tradicional São José?** Goiânia, 16 mar. 2022. Disponível em: <<https://www.facebook.com/watch/?v=3100382286871599>>. Acesso em: 1 jun. 2022.

JUNGLUT, Airton Luiz. Práticas Ciberativistas, Agência Social e Ciberacontecimentos. **Revista de Antropologia Vivência**, Rio Grande do Norte, n.45, p. 13-22, 2015.

JUNGLUT, Airton Luiz. Transformações na comunicação religiosa: análise dos dois modelos comunicacionais operantes no Brasil atual. **Civitas – Revista de Ciências Sociais**, Porto Alegre, v.12, n.3, p. 453-468, set./dez. 2012.

KOTLER, Phillip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. Tradução de Sônia Midori Yamamoto. 14ª ed. São Paulo: Person Education do Brasil, 2012.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 4ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2008. 295 p.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. 1ª ed. São Paulo: 34, 1999. 264 p.

LONDOÑO, Fernando T. História das Religiões: breve panorama histórico e situação atual no Brasil. **Ciberteologia - Revista de Teologia & Cultura**, São Paulo, ano X, n.47, p. 124-138, jul./set. 2014.

LOPES, Augustus Nicodemus. **O que estão fazendo com a Igreja: ascensão e queda do movimento evangélico brasileiro**. São Paulo: Mundo Cristão, 2008. 240 p. Disponível em: <<https://docero.com.br/doc/nxnsv8n>>. Acesso em: 6 nov. 2021.

MACHADO, Maria das Dores Campos. Religião, cultura e política. **Revista Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, v.32, n.2, p. 29-56, 2012.

MAGNONI, Antonio Francisco; MIRANDA, Giovani Vieira. Geração Y: características de um novo ouvinte. **Revista Conexão – Comunicação e Cultura**, Caxias do Sul, v.11, n.22, p. 63-80, jul./dez. 2012.

MALACRIDA, Roberto. **A geração Y e a publicidade na mídia impressa revista: uma conexão possível**. 2011. 114 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Metodista de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, 2011.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003. 312 p.

MARIZ, Cecília Loreto. Comunidades de vida no Espírito Santo: juventude e religião. **Revista Tempo Social**, v.17, n.2. p. 253-273, nov. 2005.

MARTEL, Frédéric. **SMART: O que você não sabe sobre a internet**. Tradução de Clóvis Marques. 1ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

MARTELETO, Regina Maria. Informação, rede e redes sociais – fundamentos e transversalidades. **Revista Informação & Informação**, Londrina, v.12, p. 1-17, 2007.

MARTINS, Gilmar. **Porto Alegre comemora Dia da Consciência Jovem no Bom Jesus**. Porto Alegre, 5 maio 2013. Disponível em: <http://www2.portoalegre.rs.gov.br/smj/default.php?p_noticia=160320&PORTO+ALEGRE+COMEMORA+DIA+DIA+DA+CONSCIENCIA+JOVEM+NO+BOM+JESUS>. Acesso em: 12 jun. 2021.

MCADAM, Doug; TARROW, Sidney; TILLY, Charles. Para Mapear o Confronto Político. **Revista Lua Nova**, São Paulo, n.76, p. 11-48, 2009.

MEDEIROS, Andrezza Lima de. **Correntes em rede: uma interpretação imagética e textual das correntes religiosas virtuais**. 2012. 143 f. Dissertação (Mestrado) -

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, 2012.

MEDEIROS, Andrezza Lima de; ALVES, Maria Lúcia Bastos. Correntes em rede: uma interpretação imagética e textual das correntes religiosas virtuais. *In*: ALVES, Maria Lúcia Bastos; SILVA, Sylvana Kelly Marques da (orgs.). **Múltiplos olhares sobre cultura, religião e turismo**. Natal: EDUFRN, 2014. 360 p.

MELO, Itamar. Arrebanhar jovens católicos é o desafio do Papa Francisco. **Zero Hora**, Porto Alegre, 14 jul. 2013. Geral, s.p. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2013/07/arrebanhar-jovens-catolicos-e-o-desafio-do-papa-francisco-4199477.html>>. Acesso em: 14 jun. 2021.

MELUCCI, Alberto. Juventude, tempo e movimentos sociais. *In*: FÁVERO, Osmar; SPÓSITO, Marília Pontes; CARRANO, Paulo; NOVAES, Regina Reyes (orgs.). **Juventude e Contemporaneidade**. Brasília: UNESCO, MEC, ANPEd, 2007. 284 p. Coleção Educação para Todos. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=648-vol16juvcont-elet-pdf&Itemid=30192>. Acesso em: 04 nov. 2021.

MILLER, Daniel; SLATER, Don. Etnografia *on e off-line*: cibercafés em Trinidad. **Revista Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, n.21, p. 41-65, jan./jun. 2004.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. *In*: DESLANDES, Suely Ferreira; CRUZ NETO, Otavio; GOMES, Romeu; MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 21ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

MISKOLCI, Richard. Sociologia Digital: notas sobre pesquisa na era da conectividade. **Revista contemporânea**, São Carlos, v.6, n.2, p. 275-297, jul./dez. 2016.

MOTOMURA, Marina. Qual é a diferença entre protestantes e evangélicos? Conheça a diferença entre os principais ramos do cristianismo. **Revista Super Interessante**, [S.l.], 5 nov. 2008. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/qual-e-a-diferenca-entre-protestantes-e-evangelicos/>>. Acesso em: 31 maio 2020.

NOVAES, Regina Reyes. Apresentação. *In*: FERNANDES, Rubem Cesar (coordenador e redator) *et al.* **Novo nascimento: os evangélicos em casa, na Igreja e na política**. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

NOVAES, Regina. Juventude e religião, sinais do tempo experimentado. **Revista Interseções**, Rio de Janeiro, v.20, n.2, p. 351-368, dez. 2018.

OLIVEIRA, Gustavo Medeiros. **GERAÇÃO Z**: uma nova forma de sociedade. 2010. 92 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Sociologia) - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, 2010. Disponível em: <<https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/bitstream/handle/123456789/661/Gustav>>

o___TCC_formatado_por_Michel_Net.Copy.pdf?sequence=1>. Acesso em: 07 nov. 2021.

OLIVEIRA, Sidinei Rocha de; PICCININI, Valmiria Carolina; BITENCOURT, Betina Magalhães. Juventudes, gerações e trabalho: é possível falar em geração Y no Brasil? **Revista Eletrônica Organizações e Sociedade**, Salvador, v.19, n.62, p. 551-558, jul./set. 2012.

OLIVEIRA, Wellington Cardoso de. Juventude e religião no século XXI: a crise dos compromissos religiosos. **Revista de Ciências Humanas e Letras das Faculdades Integradas da Fama**, v.2, n.1, p. 1-26, 2010.

ORTIZ, Renato. Anotações sobre Religião e Globalização. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v.16, n.47, p. 9-74, out. 2001.

PACE, Enzo. Narrar a Deus: a religião como meio de comunicação. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v.24, n.70, p. 9-15, jun. 2009.

PICELLI, Débora. **Jovens gaúchos são evangelizados por meio da música**. [S./], 2 mar. 2018. Disponível em: <<https://www.universal.org/noticias/post/jovens-gauchos-sao-evangelizados-por-meio-da-musica/>>. Acesso em: 12 jun. 2021.

PIZA, Mariana Vassallo. **O fenômeno Instagram**: considerações sob a perspectiva tecnológica. 2012. 48 p. Monografia (Ciências Sociais) – Universidade de Brasília, Brasília, 2012. Disponível em: <https://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012_MarianaVassalloPiza.pdf>. Acesso em: 06 nov. 2021.

POLATO, Fábio Sebastião. **O uso do rádio e da TV por instituições religiosas**: Um fenômeno crescente nos mais variados canais de comunicação. 2015. 86 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação Social) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Bauru, 2015. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/6353115-O-uso-do-radio-e-da-tv-por-instituicoes-religiosas-um-phenomeno-crescente-nos-mais-variados-canais-de-comunicacao.html>>. Acesso em: 16 mar. 2020.

PUNTEL, Joana T. A Igreja a Caminho na Comunicação. **Revista Teocomunicação**, Porto Alegre, v.41, n.2, p. 221-242, jul./dez. 2011.

RIGATTI, Juliano. **O CLJ me enganou**. 2ª ed. Capivari, SP: Independa, 2017. 184 p.

RIVERA, Paulo Barrera. A reinvenção de uma tradição no protestantismo brasileiro: a Igreja Evangélica Brasileira entre a Bíblia e a Palavra de Deus. **Revista USP**, São Paulo, n.67, p. 78-99, 2005.

ROCHA, Carolina Argenti. **Crer e saber**: pilares da vida de Urbano Zilles. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2020. 191 p. Disponível em: <<https://editora.pucrs.br/download/livros/1427.pdf>>. Acesso em: 14 jun. 2021.

RONSINI, Veneza Mayora. **Mercadores de sentido** - consumo de mídia e identidades juvenis. 1ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2007. 183 p.

ROSA, Ana Cássia Pandolfo Flores da. **A internet dos leigos: catolicismo midiático e práticas de consumo como experiência vivida**. 2018. 182 p. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Santa Maria, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2018. Disponível em: <<http://repositorio.ufsm.br/handle/1/15127>>. Acesso em: 16 mar. 2020.

ROSA, Lilian Rodrigues de Oliveira. **A Igreja Católica Apostólica Romana e o Estado Brasileiro: Estratégias de inserção política da Santa Sé no Brasil entre 1920 e 1937**. 2011. 289 f. Tese (Doutorado) – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Programa de Pós Graduação em História da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, 2011.

SANTOS, Francisco Coelho dos; CYPRIANO, Cristina Petersen. Redes sociais, redes de sociabilidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v.29, n.85, jun. 2014.

SELLTIZ, Claire *et al.* **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo: Herder, 1967.

SEMINÁRIO EM ADMINISTRAÇÃO, XIII, 2010, São Paulo. **Estilo de Vida do Jovem da “Geração Y” e suas Perspectivas de Carreira, Renda e Consumo**. São Paulo: setembro de 2010.

SENDOV, Blagovest. Entrando na Era da Informação. **Revista USP – Estudos Avançados**, v.8, n.20, p. 28-32, 1994.

SHEDD, Russell P. **Justiça Social e a Interpretação da Bíblia**. 2ª ed. São Paulo: Vida Nova, 2013. 80 p.

SIGNIFICADO de Santidade: **O que é Santidade**. [S./], s.d. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/santidade/>>. Acesso em: 10 dez. 2021.

SILVA, Crisomir da; NALINI, Lauro Eugênio Guimarães. Religião e Mídias Sociais: A Disseminação do Discurso Religioso no Facebook. **Revista Panorama**, Goiás, v.5, n.1, p. 65-77, jan./dez. 2015.

SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, IX, 2012, Brasil. **O Comportamento da Geração Z e a Influência nas Atitudes dos Professores**. Brasil: 29 e 30 de outubro de 2012. 16 p.

SOFIATI, Flávio Munhoz. **Religião e Juventude: os jovens carismáticos**. 2009. 225 p. Tese (Doutorado) - Universidade de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, 2009. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8132/tde-05022010-175056/publico/FLAVIO_MUNHOZ_SOFIATI.pdf>. Acesso em: 07 nov. 2021.

SOUZA, André Ricardo de. O pluralismo cristão brasileiro. **Revista Caminhos**, Goiânia, v.10, n.1, p. 129-141, jan./jun. 2012.

SOUZA, André Ricardo de. Pluralidade cristã e algumas questões do cenário religioso brasileiro. **Revista USP**, São Paulo, n.120, p. 13-22, jan./fev./mar. 2019.

SOUZA, Candida de; PAIVA, Ilana Lemos de. Faces da juventude brasileira: entre o ideal e o real. **Revista Estudos de Psicologia**, v.17, n.3, p. 353-360, set./dez. 2012.

SPOTIFY JOVENS Encontros de Fé ZS. Porto Alegre, s.d. Disponível em: <<https://open.spotify.com/show/7ao0GUXzCZ73BJrjcbPIgR>>. Acesso em: 11 jun. 2021.

STOLOW, Jeremy. Religião e Mídia: notas sobre pesquisas e direções futuras para um estudo interdisciplinar. **Revista Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, v.34, n.2, p. 146-160, 2014.

TAPSCOTT, Don. **A hora da Geração Digital**. Rio de Janeiro: Agir, 2010. 448 p.

TAVARES, Cristiano de Souza. **A religião na sociedade e sua relação com a esfera pública à luz da *Gaudium et Spes***. 2014. 100 p. Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Teologia, 2014. Disponível em: <<http://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/5889/1/464389.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2020.

THOMPSON, John B. **A mídia e modernidade**: uma teoria social da mídia. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. 5ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

TORRES, Cláudio. **A Bíblia do marketing digital**: tudo o que você queria saber sobre *marketing* e publicidade na *internet* e não tinha a quem perguntar. 1ª ed. São Paulo: Novatec, 2009.

TWITTER CLJ VICAPOA. Porto Alegre, s.d. Disponível em: <https://twitter.com/clj_vicapoa>. Acesso em: 14 jun. 2021.

TWITTER FJU Gaúcha. Porto Alegre, s.d. Disponível em: <https://twitter.com/fju_gaucha>. Acesso em: 12 jun. 2021.

UNIVERSAL, Força Jovem. **Contigo Deus Agora Sou Feliz**: FJU Gaúcha. Belo Horizonte: Studio Sol, 2019. Disponível em: <<https://www.cifraclub.com.br/fju/contigo-deus-agora-sou-feliz-fju-gaucha/>>. Acesso em: 12 jun. 2021.

VERMELHO, Sônia Cristina; VELHO, Ana Paula Machado; BONKOVOSKI, Amanda; PIROLA, Alisson. Refletindo Sobre as Redes Sociais Digitais. **Revista Educação & Sociedade**, Campinas, v.35, n.126, p. 179-196, jan./mar. 2014.

VIEIRA, Débora. **Os papéis da mulher**. [S./], 11 mar. 2016. Disponível em: <<https://www.universalchurchusa.org/pt/post/os-papeis-da-mulher/>>. Acesso em: 13 dez. 2021.

WADA, Elizabeth Kyoko; CARNEIRO, Natalie Arruda. As necessidades da geração Y no cenário de eventos empresariais. **Revista Contribuciones a la Economía**, Espanha, 2010. Disponível em: <<https://www.eumed.net/ce/2010a/kwac.htm>>. Acesso em: 20 fev. 2022.

WAISELFISZ, Julio Jacobo. **Relatório de desenvolvimento juvenil 2003**. Brasília: UNESCO, 2004. 200 p.

XAVIER, Antonio Carlos. Letramento digital: impactos das tecnologias na aprendizagem da Geração Y. **Revista Calidoscópio**, v.9, n.1, p. 3-14, jan./abr. 2011.

YOUTUBE CLJ – Vivendo um Sonho. [S./], s.d. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCg--o3Lv3KSj5ZM-YQhVhvQ>>. Acesso em: 14 jun. 2021.

YOUTUBE Encontros de Fé. Porto Alegre, s.d. Disponível em: <<https://www.youtube.com/c/EncontrosdeF%C3%A9Oficial>>. Acesso em: 11 jun. 2021.

YOUTUBE FJU Rio Grande do Sul. [S./], s.d. Disponível em: <<https://www.youtube.com/c/FJURioGrandedoSul/featured>>. Acesso em: 12 jun. 2021.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Quadro de dados com panorama geral dos(as) entrevistados(as)

QUADRO DE DADOS COM PANORAMA GERAL DOS(AS) ENTREVISTADOS(AS)										
Nome	Sexo	Idade	Nível de escolaridade	Curso universitário que estuda ou estudou	Renda bruta familiar	Profissão atual	Religião	Vertente	Movimento jovem que integra	Namora ou é casado(a) com outro(a) entrevistado(a)? Se sim, quem?
Arthur	Masculino	21 anos	Ensino Superior Incompleto	Jornalismo	Não informada	Estudante	Católica	Apostólica Romana	CLJ - Curso de Liderança Juvenil	Sim, namora a Camila
Camila	Feminino	19 anos	Ensino Superior Incompleto	Biologia	Acima de R\$ 7.000,00 (sete mil reais)	Estagiária em laboratório de imunobiologia	Católica	Apostólica Romana	CLJ - Curso de Liderança Juvenil e Sociedade dos Gueifos	Sim, namora o Arthur
Júlia	Feminino	25 anos	Ensino Superior Completo	Relações Internacionais	Entre R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) e R\$ 9.000,00 (nove mil reais)	Analista na área de segurança da internet	Católica	Apostólica Romana	Sociedade dos Gueifos	Não
Leonardo	Masculino	28 anos	Ensino Superior Incompleto	Direito	A partir de R\$ 11.000,00 (onze mil reais)	Estudante	Católica	Apostólica Romana	Sociedade dos Gueifos	Não
Ana	Feminino	25 anos	Ensino Superior Completo	Jornalismo	Superior a R\$ 8.000,00 (oito mil reais)	Autônoma na área de Jornalismo	Evangélica	Protestante	Força Jovem Universal Gaúcha	Sim, casada com Marcelo
Marcelo	Masculino	28 anos	Ensino Superior Completo	Publicidade e Propaganda	Superior a R\$ 8.000,00 (oito mil reais)	Assessor de Comunicação na Câmara de Vereadores de Porto Alegre	Evangélica	Protestante	Força Jovem Universal Gaúcha	Sim, casado com Ana
Luana	Feminino	26 anos	Ensino Superior Completo	Design Gráfico	Entre R\$ 2.000,00 (dois mil reais) e R\$ 5.000,00 (cinco mil reais)	Designer em uma agência de Marketing Digital e freelancer em lettering e ilustração	Evangélica	Protestante	Jovens Encontros de Fé	Não
Miguel	Masculino	20 anos	Ensino Superior Incompleto	Ciências Contábeis	Acima de R\$ 2.000,00 (dois mil reais)	Estagiário na área fiscal	Evangélica	Pentecostal	Jovens Encontros de Fé	Não

Fonte: A autora (2022)

APÊNDICE B - Listagem de perguntas da entrevista estruturada

1. Qual seu nome completo?

2. Qual seu sexo?

() Masculino

() Feminino

3. Qual a sua idade?

4. Qual seu nível de escolaridade?

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
- Ensino Médio Incompleto
- Ensino Médio Completo
- Ensino Técnico Incompleto
- Ensino Técnico Completo
- Ensino Superior Incompleto
- Ensino Superior Completo
- Especialização/MBA Incompleta(o)
- Especialização/MBA Completa(o)
- Mestrado Incompleto
- Mestrado Completo
- Doutorado Incompleto
- Doutorado Completo

5. Em caso de Ensino Técnico, Superior, Especialização/MBA, Mestrado e Doutorado (independente se completo(a) ou incompleto(a)): o que você estudou/estuda?

6. Qual a sua renda bruta familiar?

- De R\$ 00,00 à R\$ 1.100,00
- De R\$ 1.101,00 à R\$ 2.202,00
- De R\$ 2.203,00 à R\$ 5.504,00
- De R\$ 5.505,00 à R\$ 8.806,00
- De R\$ 8.807,00 à R\$ 11.108,00
- A partir de R\$ 11.109,00

7. Você mora em Porto Alegre - RS?

- Sim
- Não

8. Qual sua profissão atualmente?

9. Você é católico(a)?

- Sim
- Não

10. Se sim, qual das vertentes você segue?

- Católica Apostólica Brasileira
- Católica Apostólica Romana
- Católica Apostólica Ortodoxa
- Não sou católico(a)

11. Você é evangélico(a)?

- Sim
- Não

12. Se sim, qual das vertentes você segue?

- Missionária - Adventista
- Missionária - Batista
- Missionária - Congregacional
- Missionária - Luterana
- Missionária - Metodista
- Missionária - Presbiteriana
- Missionária - Outras
- Pentecostal - Comunidade Evangélica
- Pentecostal - Evangélica renovada não determinada
- Pentecostal - Assembleia de Deus
- Pentecostal - Casa da Bênção
- Pentecostal - Congregação Cristã do Brasil
- Pentecostal - Deus é Amor
- Pentecostal - Igreja do Evangelho Quadrangular
- Pentecostal - Maranata
- Pentecostal - Nova Vida
- Pentecostal - O Brasil para Cristo
- Pentecostal - Igreja Universal do Reino de Deus
- Pentecostal - Outras
- Não determinada

() Não sou evangélico(a)

13. Se você é católico(a): você participa de algum movimento da religião católica?

() Sim

() Não

14. Se sim, qual dos dois movimentos da religião católica você participa?

() CLJ – Curso de Liderança Juvenil

() Sociedade dos Guelfos

15. Se você é evangélico(a): você participa de algum movimento da religião evangélica?

() Sim

() Não

16. Se sim, qual dos dois movimentos da religião evangélica você participa?

() Força Jovem Universal Gaúcha

() Jovens Encontros de Fé

17. Você participa a quanto tempo do movimento jovem vinculado a sua religião?

18. A maioria dos(as) seus/suas amigos(as) são da mesma religião que você?

() Sim

() Mais ou menos

() Não

19. A sua família é da mesma religião que você?

() Sim

() Mais ou menos

() Não

20. Você tem perfil pessoal/profissional ativo no Instagram?

() Sim

() Não

21. Se sim, você me autoriza a olhar e analisar as suas postagens no *feed* e *stories* do seu perfil pessoal/profissional no Instagram? Qual o seu @ nesta rede social?

22. Se você tem perfil pessoal/profissional ativo no Instagram com que frequência você faz publicações no geral? Independente do formato (*feed*, *stories*, *reels*, IGTV ou ao vivo).

- () Uma vez por dia
- () Mais de uma vez por dia
- () Uma vez por semana
- () Mais de uma vez por semana
- () Uma vez por mês
- () Mais de uma vez por mês

23. Qual formato (*feed*, *stories*, *reels*, IGTV, ao vivo) do Instagram você mais faz publicações no geral? Por quê?

24. Sobre o que você costuma fazer publicações no geral?

25. Você segue perfis de conteúdos, frases, produtos, informações, etc. sobre a sua religião no Instagram?

- () Sim
- () Não

26. Você segue perfis de outros movimentos, nos quais, você não participa da sua religião, no Instagram?

- () Sim
- () Não

27. Você faz publicações vinculadas a sua religião no seu perfil do Instagram?

- () Sim
- () Não

28. Se sim, com que frequência você faz publicações vinculadas a sua religião no seu perfil do Instagram? Independente do formato (*feed, stories, reels*, IGTV ou ao vivo).

- Uma vez por dia
- Mais de uma vez por dia
- Uma vez por semana
- Mais de uma vez por semana
- Uma vez por mês
- Mais de uma vez por mês

29. Se a resposta da pergunta 27 for sim: qual formato (*feed, stories, reels*, IGTV, ao vivo) do Instagram você mais utiliza para fazer publicações vinculadas a sua religião no seu perfil? Por quê?

30. Se a resposta da pergunta 27 for sim: que tipo de publicações você faz para expressar a sua fé e a sua religião no seu perfil do Instagram?

31. Se a resposta da pergunta 27 for sim: o que lhe motiva a disseminar sua fé através do seu perfil do Instagram? Por exemplo: quando você está feliz, vivenciando algo, triste, quando tem algum evento do grupo, se sente inspirado(a) etc.

32. Se a resposta da pergunta 27 for sim: quais são os efeitos que você acredita que as suas publicações de conteúdos, imagens, vivências, etc. apresentando sua fé e a sua religião tem no seu perfil do Instagram?

33. Se a resposta da pergunta 27 for sim: em algum momento você teve receio de expressar sua fé religiosa no seu perfil do Instagram?

- Sim
- Não

34. Você concorda que nos tempos atuais a liberdade religiosa nas redes sociais da Igreja Católica e Evangélica é aceita e mais presente no Instagram?

- Sim

() Não

35. Se a resposta da pergunta 27 for sim: ocorreu alguma situação de alguém se incomodar com sua publicação referente sua fé religiosa no seu perfil do Instagram?

() Sim

() Não

36. Você acredita que a maioria dos(as) integrantes do movimento religioso jovem que você participa publica no Instagram conteúdos, imagens, etc. sobre sua fé?

() Sim

() Não

37. Você observa diferenças nas formas de posicionamento religioso digital, no Instagram, entre as pessoas da sua religião? Se sim, quais são essas diferenças?

38. Você nota que existe uma diversidade de exposições de fé digital no Instagram entre os(as) participantes do movimento religioso que você participa? Se sim, dê exemplos dessa diversidade.

39. Se você é católico(a) e participante do movimento CLJ – Curso de Liderança Juvenil: você acredita que o aumento da utilização das redes sociais proporcionou reconhecimento, ativismo e diversidade de exposições religiosas nas contas de Instagram da juventude porto-alegrense católica?

() Sim

() Não

() Não sou católico(a)

() Sou católico(a), mas não sou participante do movimento CLJ – Curso de Liderança Juvenil

40. Se você é católico(a) e participante do movimento Sociedade dos Guelfos: você acredita que o aumento da utilização das redes sociais proporcionou reconhecimento, ativismo e diversidade de exposições religiosas nas contas de Instagram da juventude porto-alegrense católica?

() Sim

- Não
- Não sou católico(a)
- Sou católico(a), mas não sou participante do movimento Sociedade dos Guelfos

41. Se você é evangélico(a) e participante do movimento Força Jovem Universal Gaúcha: você acredita que o aumento da utilização das redes sociais proporcionou reconhecimento, ativismo e diversidade de exposições religiosas nas contas de Instagram da juventude porto-alegrense evangélica?

- Sim
- Não
- Não sou evangélico(a)
- Sou evangélico(a), mas não sou participante do movimento Força Jovem Universal Gaúcha

42. Se você é evangélico(a) e participante do movimento Jovens Encontros de Fé: você acredita que o aumento da utilização das redes sociais proporcionou reconhecimento, ativismo e diversidade de exposições religiosas nas contas de Instagram da juventude porto-alegrense evangélica?

- Sim
- Não
- Não sou evangélico(a)
- Sou evangélico(a), mas não sou participante do movimento Jovens Encontros de Fé

43. Você acredita que o Instagram é uma rede social que vem sendo utilizada para o ativismo religioso? Se sim, por qual motivo? Consegue indicar um ou mais exemplos?

44. Você pressupõe que o aumento da utilização das redes sociais ajudou e/ou atrapalhou a sua religião? Por qual motivo? Cite no que ajudou e/ou atrapalhou.

45. Se você expõe sua fé no seu perfil do Instagram: você se posiciona em outra(s) rede(s) social/socials além dessa? Se a resposta for sim, que rede(s) social/socials é/são essa(s)? Você age da mesma maneira referente sua fé nela(s)?

APÊNDICE C - Termo de autorização de análise de publicações de perfil pessoal/profissional do Instagram

Eu, _____,
 nacionalidade _____, estado civil _____,
 portador(a) da cédula de identidade RG nº _____, inscrito no
 CPF sob nº _____, residente à
 Av./Rua _____, nº _____,
 complemento _____, cidade de Porto Alegre, estado do Rio Grande
 do Sul. **AUTORIZO** que Gabriela Ferreira Vieira, nacionalidade brasileira, estado civil
 solteira, portadora da cédula de identidade RG nº 6101667969, inscrito no CPF sob
 nº 009.892.350-17, residente à Rua Coronel Massot, nº 1379, complemento
 apartamento 204, cidade de Porto Alegre, estado do Rio Grande do Sul, telefone
 (51) 9.8185.4861, que visualize minhas publicações no meu perfil
 pessoal/profissional do Instagram, nomeado como
 @_____ para fins de análise em sua dissertação de
 mestrado em Ciências Sociais (PPGCS – PUCRS), intitulada “Ativismo religioso
online: a pluralidade e a transparência da fé da juventude porto-alegrense católica e
 evangélica na mídia social Instagram”. Autorizo a referência anônima às minhas
 postagens, bem como às informações que disponibilizei via áudios e escrita no
 WhatsApp/durante a entrevista realizada comigo no(s) dia(s) XX de XX de 2022. A
 presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo os usos acima
 mencionados em todo território nacional e internacional.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima
 descrito e estou ciente de que posso desistir de participar da pesquisa e neste caso
 informarei a pesquisadora nos próximos dias.

Porto Alegre, dia ____ de _____ de 2022.

(Assinatura)

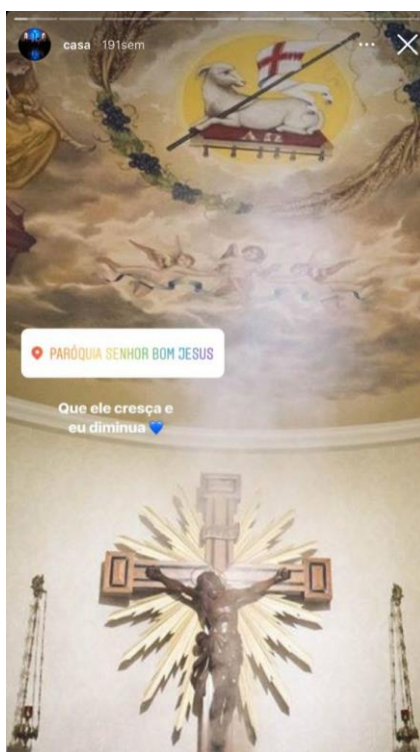
ANEXOS

ANEXO A – Descrição religiosa publicada por Camila

Deus sempre foi muito bondoso e paciente comigo, mas nesse final de semana ele conseguiu ser ainda mais. Como é bom estar em comunhão com Cristo e amigos. Simplesmente meu coração transborda de alegria por poder voltar oficialmente para o CLJ de uma maneira tão incrível e doce, pois NADA é igual a ternura de Cristo. SHALOM

Fonte: Perfil do Instagram de Camila

ANEXO B – Story religioso salvo nos destaques de Camila



Fonte: Perfil do Instagram de Camila

ANEXO C – Prática religiosa registrada em foto e presente nos destaques de Camila



Fonte: Perfil do Instagram de Camila

ANEXO D – Imagem presente entre os *stories* do destaque “casa” de Camila

Fonte: Perfil do Instagram de Camila

ANEXO E – Fotografia da Júlia de um momento cotidiano unindo cozinha e fé

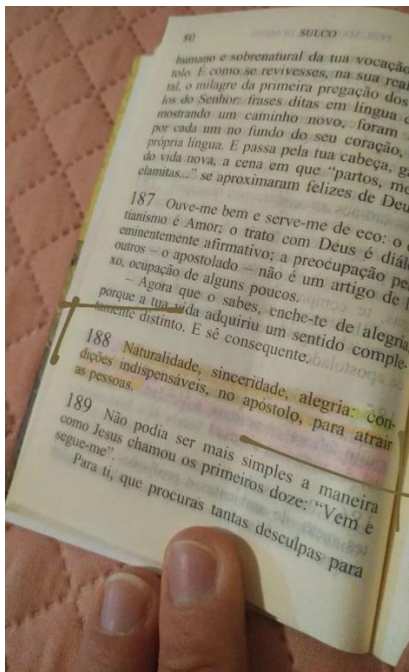


Fonte: Perfil do Instagram de Júlia

ANEXO F – Expressão de fé de Júlia na participação de corrente *online* nos *stories*

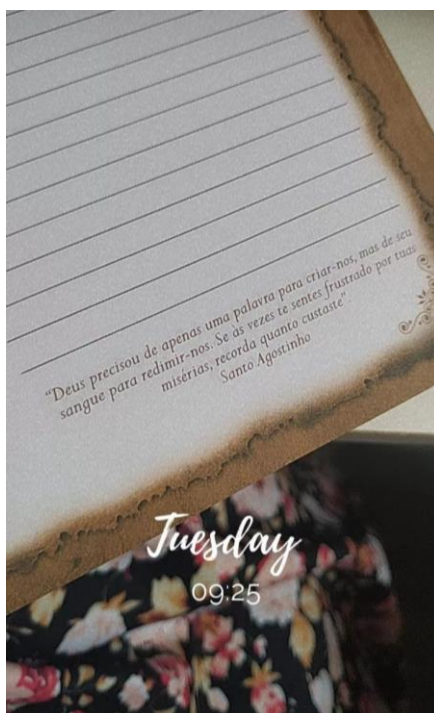
Fonte: Perfil do Instagram de Júlia

ANEXO G – Ponto de meditação 188 destacado em marca texto colorido por Júlia no seu livro chamado “Sulco”



Fonte: Perfil do Instagram de Júlia

ANEXO H – Story de Júlia em que se visualiza um caderno onde na borda consta uma frase de Santo Agostinho



Fonte: Perfil do Instagram de Júlia

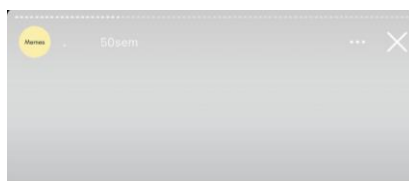
ANEXO I – Meme religioso compartilhado por Leonardo



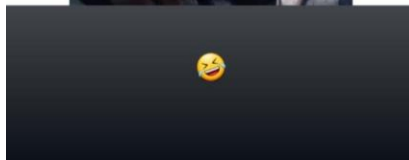
Fonte: Perfil do Instagram de Leonardo

ANEXO J – Diversidade religiosa expressa em humor e salva entre os *stories* de Leonardo

Fonte: Perfil do Instagram de Leonardo

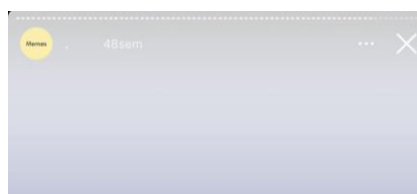
ANEXO K – Exposição de fé religiosa de Leonardo via *story* de meme religioso

Eu tentando vencer as tentações
sem ter vida de oração, Eucaristia e
confissão:



Fonte: Perfil do Instagram de Leonardo

ANEXO L – A fé misturada com humor através de meme nos destaques de Leonardo



eu indo encher Deus com meus
problema



Fonte: Perfil do Instagram de Leonardo

ANEXO M – Reflexão bíblica apresentada em *story* de Ana



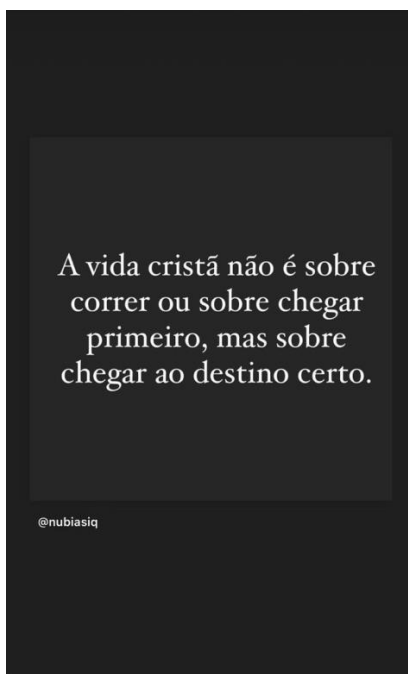
Fonte: Perfil do Instagram de Ana

ANEXO N – Fotografia publicada por Ana onde expõe parte da vestimenta junto à frase que expressa sua crença



Fonte: Perfil do Instagram de Ana

ANEXO O – Exibição da fé de Ana através do compartilhamento de publicação de outro perfil abordando a vida cristã



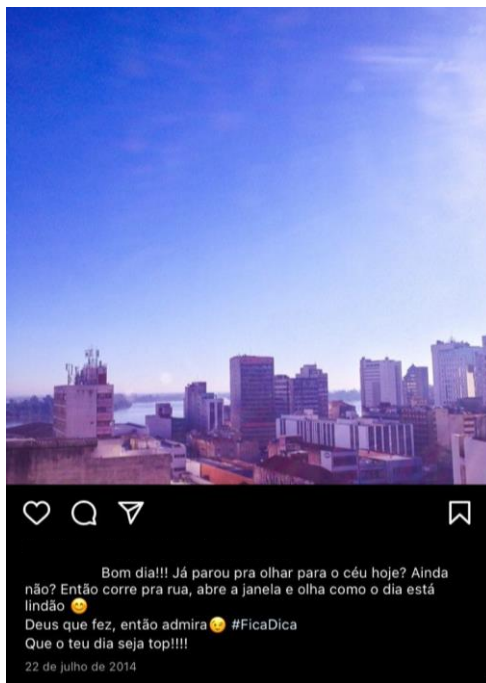
Fonte: Perfil do Instagram de Ana

ANEXO P – Colorida e com diversidade de elementos, Ana demonstra sua religiosidade com uma frase de Jesus através da publicação de outro Instagram



Fonte: Perfil do Instagram de Ana

ANEXO Q – Vinculação de Deus com paisagem evidenciada através de publicação no *feed* do Instagram de Marcelo



Fonte: Perfil do Instagram de Marcelo

ANEXO R – Divulgação de Marcelo do Programa Frequência Jovem na Rádio Capital, organizado pela Força Jovem Universal



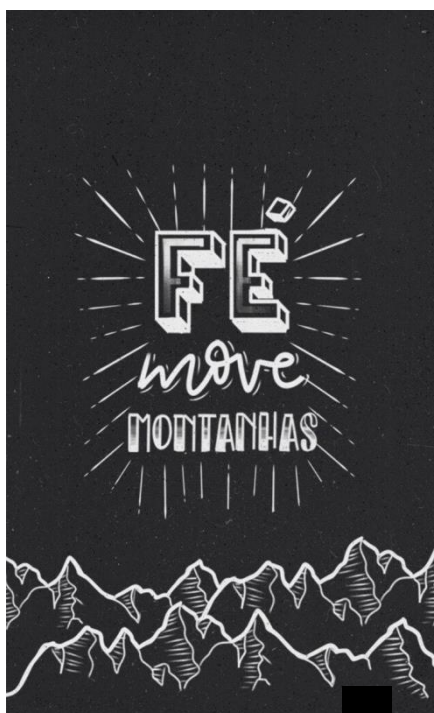
Fonte: Perfil do Instagram de Marcelo

ANEXO S – Indicação de livro por Luana via *story* que une arte e vida cristã



Fonte: Perfil do Instagram de Luana

ANEXO T – *Lettering* e ilustração religiosa desenvolvida por Luana e salva nos destaques de seu perfil profissional



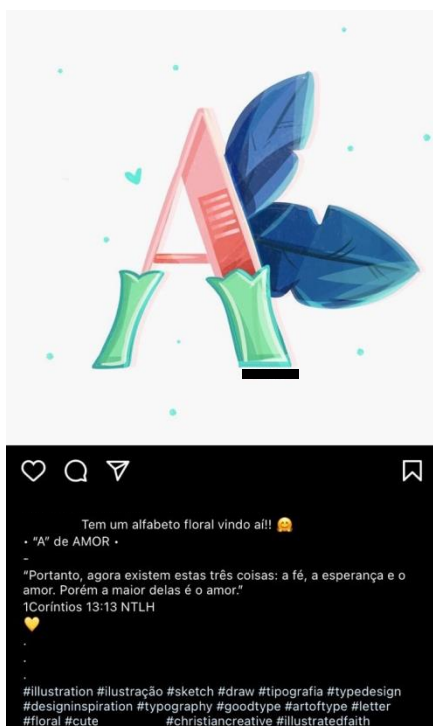
Fonte: Perfil do Instagram de Luana

ANEXO U – Publicação do *feed* profissional de Luana em que unifica *lettering*, ilustração e dobradura de papel



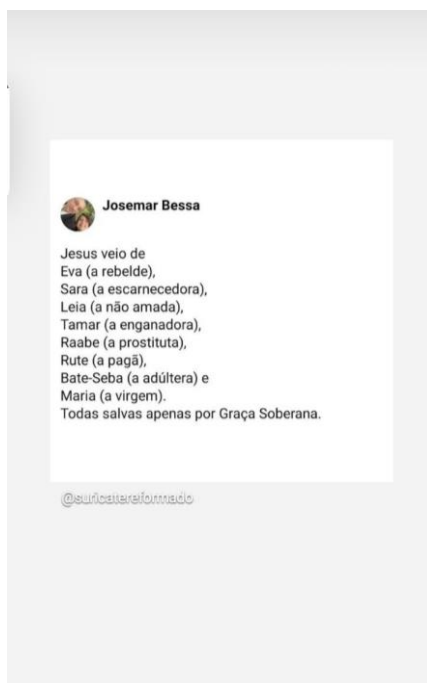
Fonte: Perfil do Instagram de Luana

ANEXO V – Criação de alfabeto floral por Luana associado à trecho bíblico



Fonte: Perfil do Instagram de Luana

ANEXO W – Evidência de crença do Miguel a partir do compartilhamento de publicação de outro perfil do Instagram



Fonte: Perfil do Instagram de Miguel

ANEXO X – Percepções compartilhadas por Miguel de Jesus Bíblico e Moderno a partir de uma conta de Instagram que segue



Fonte: Perfil do Instagram de Miguel

ANEXO Y – Divulgação de evento do Jovens Encontros de Fé via *story* no Instagram de Miguel



Fonte: Perfil do Instagram de Miguel

ANEXO Z – Escrita, imagem e *hashtag* em um mesmo *story* de Miguel que contém versículo bíblico, tudo com o objetivo de demonstrar o respeito à palavra de Cristo



Fonte: Perfil do Instagram de Miguel



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Pró-Reitoria de Graduação
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar
Porto Alegre - RS - Brasil
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564
E-mail: prograd@pucrs.br
Site: www.pucrs.br