As Tecnologias de informação e comunicação (TIC) como estratégia de disseminação e uso de conteúdo religioso por líderes de Comunidades católicas em Campina Grande-PB[1]

Emilson Ferreira GARCIA JUNIOR [2]
Edvaldo Carvalho ALVES[3]
Robéria Nádia Araújo NASCIMENTO[4]

Resumo
Analisa as estratégias de disseminação e uso da informação religiosa por meio das tecnologias de informação e comunicação (TIC) pelos líderes das comunidades católicas: Pio X, Remidos no Senhor e Obra Nova da cidade de Campina Grande – Paraíba. De natureza qualitativa e tipo descritiva, o nosso estudo adotou como ferramenta de coleta de dados, a entrevista semiestruturada no diálogo com os líderes religiosos das agremiações referidas. Para a análise dos dados, optamos por adotar a técnica de categorização da Análise de Conteúdo (AC). Os resultados apreendidos evidenciam uma presença forte por parte das entidades católicas Pio X e Obra Nova no ciberespaço, especialmente em sites e redes sociais, enquanto que a Remidos no Senhor investe de forma mais personalizada. Em todas as citadas, o objetivo central é ressoar às ações da comunidade e agregar novos membros.
Palavras-chave: TIC. Líderes. Comunidades católicas.

Introdução

Nas últimas três décadas, a mídia transformou-se num espaço em que diversas vertentes buscaram visibilidade, seja na compra de horários em rádios ou televisão, como na aquisição de emissoras de TV. Os evangélicos obtiveram êxito nessas referidas

[1] Trabalho apresentado no DT 05 – Comunicação Multimídia do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2]Professor Substituto na área de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) na educação –Campus Sumé/PB-Universidade Federal de Campina Grande (UFCG) e professor do curso de jornalismo das Faculdades Integradas de Patos –(FIP). Mestre em Ciência da Informação (UFPB). Email: emilson.uepb@gmail.com..

[3] Professor Doutor do Departamento de Ciência da Informação e do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). edvaldocalves@gmail.com.

[4] Professora Doutora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). rnadia@terra.com.br.

empreitadas, e viram o número de adeptos crescerem substancialmente. Essa participação estende-se em diversas outras esferas midiáticas, como na música (gospel) e na divulgação de grandes concentrações.

A reação católica veio com os showmissas de Padre Marcelo e no investimento em canais com programação 100% religiosa, como a Canção Nova. Celebrações em praças públicas começaram a ser incentivadas como forma de demonstrar a força e a solidez institucional. A ascensão de sacerdotes como Padre Fábio de Melo e Padre Reginaldo Manzoti, demarcou a ofensiva em outros campos, como na literatura e na internet.

Para além do ramo cristão, a doutrina espírita é regularmente reverberada no cinema, nas obras de Zíbia Gasparatto e na teledramaturgia global. Enfatiza-se a abertura da programação de emissoras laicas, às apresentações dos músicos religiosos, uma incessante aposta que traz significativa repercussão e bons índices de audiência.

Atrelado a tal sutuação e concatenados ao amplo universo que abrange *o sagrado midiatizado,* nos debruçamos nessa jornada investigativa, sobre a Igreja Católica e suas comunidades carismáticas: *"PIO X", "Remidos no Senhor" e "Obra Nova"*. O conceito de comunidades católicas surge no Brasil na década de 80, oriundo da Renovação Carismática Católica (RCC) que avançou pelas paróquias de todo o país no mesmo período. As também chamadas "comunidades novas" é constituída por leigos[5] consagrados e clérigos que adotam uma nova proposta de evangelização inteiramente atenta aos princípios doutrinais e as exigências do Concílio Vaticano II (1962-1965) que remodelou a ação da Igreja no mundo.

Cada agremiação referida, no âmbito das ciências sociais, pode ser entendida como um grupo de pessoas que compartilham experiências, trocam informações e são continuamente formadas por líderes religiosos (DAYRELL, 2002), segue filosofias parecidas, como a convivência comunitária, a missão contínua, círculos bíblicos, festivais artísticos e direcionamento espiritual.

No contexto da Ciência da Informação, uma área que estuda as atividades de geração, coleta, organização, armazenamento, recuperação, interpretação, transmissão, transformação e utilização da informação, acreditamos na pertinência da discussão que abrange a midiatização e seu fundamento em novas materialidades, novas linguagens, sensibilidades, saberes, escrituras que demarcam a relação de vários campos com a

[5] Na Igreja Católica, o leigo é aquele que não recebeu o sacramento da ordem, que confere o grau de sacerdote.

mídia. Na nova ambiência midiatizada, as informações circulam com maior densidade, alcançando o maior número de usuários, conseqüentemente, adquirindo maior percepção.

Nessa perspectiva, nossa proposta de discussão integra a primeira parte da dissertação intitulada *"As tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) como estratégia de disseminação e uso de informação religiosa pelas comunidades católicas de Campina Grande-PB".* Com o intuito de apresentar os resultados apreendidos na pesquisa acima, trazemos o desenvolvimento teórico e o trabalho de campo realizado na primeira etapa do estudo, que foram a identificação das tecnologias de informação e comunicação utilizadas no processo de disseminação da informação religiosa pelas comunidades; a classificação dos conteúdos de informação religiosa presentes nas estratégias de disseminação por meio das Tecnologias de Informação e Comunicação(TIC) e a descrição das dificuldades e / ou obstáculos na disseminação de conteúdos de informação religiosa.

Metodologia

Com o intuito de perscrutar as técnicas de disseminação e uso da informação religiosa por intermédio das TIC pelos líderes das comunidades católicas "Obra Nova", "Remidos no Senhor" e "Pio X" é fundamental traçar um itinerário metodológico que seja adequado ao universo a ser explorado. Nesse horizonte, ressalte-se a compreensão de Minayo (2010, p.14) que entende a metodologia como "o caminho do pensamento e a prática exercida da abordagem da realidade". Ainda segundo a autora, tal jornada protagonizada pelo pesquisador inclui simultaneamente três enfoques, "o método, as técnicas e sua experiência pessoal".

As revisões de literatura produzida bem como as aferições realizadas em eventos importantes dos respectivos objetos de estudo, as comunidades católicas, fornecem bases para a confecção de alguns levantamentos teóricos e estatísticos. Esses passos preliminares são naturais quando se pretende montar hipóteses que poderão ser ratificadas ou negadas na trajetória final da pesquisa. A nossa proposta investigativa é de natureza qualitativa, onde realizamos três entrevistas semi-abertas, o que nos oportunizou perceber os códigos, idéias, sentimentos e valores que extrapolam as mensagens assimiladas no diálogo proposto.

. O uso da pesquisa qualitativa envolve a multiplicidade das perspectivas e de seus agentes, ela faz a pensar as necessidades específicas dos meios socioculturais. Permitindo, de certa maneira reconceituar as problemáticas sociais, a partir das induções a respeito dos hábitos e representações Minayo; Sanches (2003).

Considerando que na nossa modalidade de pesquisa o foco não é apenas a quantificação, mas a apreciação dos fenômenos e a conferência de conceitos, a presente investigação é de natureza descritiva, assim compartilhamos com a reflexão de Sampieri, Collado e Lucio (2006, p.100), que aponta como objetivo do pesquisador "descrever situações, acontecimentos e feitos, isto é, dizer como se manifesta determinado fenômeno".

O trabalho de campo é uma das mais importantes etapas da pesquisa, pois possibilita uma visão profunda da realidade que originou uma problemática a ser respondida e também, suscita uma interação com os atores integrantes do contexto escolhido para a investigação.

A Obra Nova é formada por homens e mulheres, casais e celibatários, procura-se viver o chamado tendo como modelo a Trindade Santa, por isso, dentro de uma única Obra vive-se na diversidade das formas de vida. A comunidade Obra Nova é formada pela comunidade de vida, comunidade de aliança e aliança residencial. A comunidade de vida é formada por pessoas que deixaram suas casas para se dedicarem integralmente a serviço da evangelização, pelo resgate e salvação integral do homem. A comunidade de aliança é formada por irmãos que não residem nas casas comunitárias, mas assume de forma consciente tal missão de consolar o Coração de Jesus, evangelizando em seus ambientes de trabalho, de estudo e de lazer, testemunhando o Cristo perante todos aqueles com quem convive.

A comunidade de aliança residencial é uma experiência nova dentro da comunidade, é "um novo dentro do novo". São irmãos que moram em casas comunitárias, porém continuam em seus empregos e de forma intensa vivem o chamado de ser Obra Nova**. O movimento se sustenta** por benfeitores, através de doações mensais, pelos retiros, shows de evangelização, e encontros de formação promovidos pela comunidade. Têm-se ainda uma livraria onde se vende artigos religiosos e materiais produzidos pelos próprios membros.

Na Remidos no Senhor, o processo vocacional dura dois anos e inclui um período de convivência. A formação inicial se processa em duas etapas subsequentes: postulantado e discipulado. Essas etapas são concluídas normalmente entre três e quatro

anos. Após isso, realiza-se a consagração temporária, renovada anualmente por seis vezes, ocasião em que o membro começa a se preparar para a consagração definitiva.

A Associação Carismática Católica São Pio X é uma entidade privada de direito civil fundada em 16 de novembro de 1998, com Registro Civil sob n.º 19941, Livro A-05 no Cartório de Registro da cidade de Campina Grande. Tem como objetivo a manutenção e representação civil da ação assistencial, educacional e filantrópica da Comunidade de São Pio X. Além de ser a entidade responsável pela realização do Crescer – O Encontro da Família Católica. assistencial, educacional e filantrópica da Comunidade de São Pio X. Além de ser a entidade responsável pela realização do Crescer – O Encontro da Família Católica.

Com os líderes das 03 agremiações pesquisadas, 01 representante para cada uma delas, foi efetuada uma entrevista semiaberta, por ser adequada para a abordagem quantiqualitativa que propomos. "Os dados não são apenas colhidos, mas também resultado da interpretação e reconstrução do pesquisador, em diálogo inteligente e critico com a realidade" (DUARTE, 2005, p.62-63). Os encontros ocorreram nas respectivas sedes e tiveram uma duração média de 01 hora.

A entrevista possibilitou captar as intenções implícitas das mensagens, porém deve se atentar para as possíveis distorções que prejudicam a essência do que foi transmitido. Para Duarte (2005, p.68) "a amostra em entrevistas em profundidade não tem significado visual, ligando à capacidade que as fontes possuem para informar de modo relevante".

Ainda segundo Duarte (2005), a modalidade de entrevista adotada, semi-aberta, parte do roteiro base, mas considera o exercício dialógico do processo de interlocução. Assim, a perspectiva relacional e interpretativa perpassa qualquer intenção de pesquisa científica, visto que nenhum objeto é dado, mas é construído pelos observadores, numa trajetória que atravessa todas as etapas, desde a formulação da problemática até os procedimentos de análise de dados, momento que se respalda no arcabouço teórico.

Destaque-se também, a intenção da Análise de conteúdo em sua sistemática de deduções, hipóteses e os indicadores descritivos e dedutivos, ou seja, aquilo que se pode absorver de imediato e os pressupostos que se interligam nas entrelinhas.

> A inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não). (...) Se a descrição (a enumeração das características do texto, resumida após tratamento) é a primeira etapa necessária e se a interpretação (a significação concedida a estas características) é a última fase, a inferência é o procedimento

> intermediário que vem permitir a passagem explícita e controlada de uma à outra. (BARDIN, 1977, p.42).

A Análise de conteúdo (AC) como conjunto de técnicas se vale da comunicação como ponto de partida, "é apropriada para medir a legibilidade de um texto ou comunicação e, analisar as questões relacionadas com atitudes, interesses e valores culturais de um grupo" (BATISTA; CUNHA, 2007, p.181). Ela sempre parte da mensagem e tem por finalidade a produção de inferências sobre as informações coletadas.

Nesse contexto, para o campo da Ciência da Informação, o método mostra-se oportuno, pois o ato de inferir significa realizar uma operação lógica, pela qual se admite uma proposição dos temas em virtude de sua ligação com outras proposições já aceitas como verdadeiras (DUARTE; BARROS, 2011).

O conceito de informação e a natureza da informação religiosa

Os modos de se *captar/traduzir/elucidar* a informação deriva também de sua condição, como bem lembra Le Coadic (2004, p.04), ao sedimentá-la em "conhecimento inscrito (registrado), em forma escrita (impressa ou digital), oral ou audiovisual, em um suporte". Ainda segundo Le Coadic, o que também deve ser posto como artifício para apreensão, é a arquitetura do artefato, como bem levantado nas discussões anteriores, as TIC reformulam o status da disseminação e uso conteudístico.

Com o objetivo de conceber uma tessitura conceitual ainda mais abrangente e justaposta, é salutar que voltemos ao cerne da Ciência da Informação e instauremos considerações sobre seu campo interdisciplinar nas Ciências Sociais. É o que se denomina entre os cientistas da área como 'expansão das fronteiras', devido a definição polissêmica da informação. Convém aludir-se a Saracevic (1999) e sua metáfora sócio-geográfica a pretexto da constituição da CI, ao compará-la como o mapa da Austrália. Segundo a autora, o campo é recheado em seus limítrofes e disperso em seu interior.
Diferentes perspectivas teóricas contribuem para verdadeiras bifurcações em seu estatuto epistemológico, já que o objeto de estudo é bastante vasto. "a informação é um fenômeno tão amplo que abrange todos os aspectos da vida em sociedade, pode ser abordado por diversas óticas, seja a comunicacional, a filosófica, a semiológica, a sociológica, a pragmática e outras" (OLIVEIRA, 2005, p. 19-20).

Na comunicação, a informação é associado a um fato ou notícia; na filosofia, pode ser apreendida como base para a busca da sabedoria; enquanto que na sociologia,

ela tem papel preponderante na investigação dos fenômenos em determinados grupos. Todas essas demandas exemplificadas promovem o que Gonzáles de Gómez (2001, p.05) concebe como um "pluralismo metodológico" da CI.

Acerca disso, Rawski (1973, p.11) direciona as suas atenções ao que denomina de "conhecimento compartilhado em direção a um problema comum", assim as múltiplas abordagens que se somam ao trâmite científico, são percebidas como uma forma de intercâmbio, mais eficiente de chegar-se a solução de determinada problemática inquirida. Pombo (2003) enxerga esse assunto como um ''continuum', que em sua ótica parte dos seguintes ângulos mais ou menos equivalentes: coordenação (pluridisciplinaridade), passa pela combinação (interdisciplinaridade) e chega à fusão (transdisciplinaridade).

Em suma, a pluridisciplinaridade recruta várias disciplinas na avaliação de determinado objeto, ela ocorre concatenadamente visando um fim específico, porém envolvido em uma série de contribuições de outras searas científicas. No que diz respeito a interdisciplinaridade, Saracevic (1996, p.47), parte da premissa de que "problemas complexos são tratados de várias formas em muitos campos".

Apesar disso, tal preceito não invalida, frise-se, a indispensável consolidação epistemológica. A transdisciplinaridade percorre entre e por intermédio das disciplinas. Ela busca ir além do que é formulado, sem se descompor ao seu objetivo.

À luz dos levantamentos expostos, chegamos ao seguinte conclusão sobre informação: dado que é apresentado e passa por um estágio de 'atenção, decodificação e apreensão', que somados à conjuntura e a utilidade, ganha significado e relevância. O sujeito é motivado por inúmeros fatores, profissional/social (ambiente), apreensão cognitiva (criação de significados) e reações emocionais (subjetividade). Os desígnios de sua prática estabelecem pontes de conhecimento e provocam sensações. Assim, o sujeito esboça a trajetória de assimilação informacional.

Sob esse horizonte, traçamos um quadro que raciocina a respeito da informação de matriz religiosa, tendo como parâmetro a acepção construída por Santos (2014).

> A informação registrada em suporte (tradicional ou digital), que tem seu significado apreendido por sujeitos que compõem o grupo religioso que comunga de uma linguagem própria, que pode produzir conhecimento a respeito das tradições, normas e confissões de fé típica da instituição que a gera ou apenas a dissemina em seus canais de comunicação (SANTOS, 2014, p. 50)

À vista disso, 04 aspectos do conceito acima merecem determinadas considerações. Inicialmente a *forma de registro.* As recepções à informação religiosa comunicada nos diferentes veículos reúnem públicos diferenciados, gerando modos de apreensão de significados distintos. O programa religioso do rádio atende às necessidades de uma dona de casa que precisa cuidar do seu lar, porém não se olvida de vivificar sua pertença doutrinal, atentando-se para os direcionamentos do líder; a televisão com seus artifícios de imagens e cenarização consegue capturar um foco maior dos membros; o jornal informativo entregue na igreja, no ônibus ou às ruas, viabilizam uma repercussão fragmentada e de pouco fôlego, enquanto que a internet por intermédio da interatividade, desencadeia uma participação de maior longo prazo e respostas imediatas.

O segundo ponto é a *linguagem própria*, fruto de um elo com uma coletividade que partilha saberes, valores e protocolos. É esse sentimento de vinculação que concebe o entendimento de seu *conteúdo*, terceiro aspecto. Saliente-se a indispensabilidade quanto ao entendimento do arcabouço institucional, suporte para a caracterização da chamada fidelidade religiosa. Por último, o item *lançamento* das informações, seus métodos e meios, é razão preponderante pra garantir o êxito funcional da denominação religiosa, a consistência do vínculo dos fiéis já estabelecidos e o arrebanhamento de novos componentes.

Origem e expansão das comunidades católicas

A Renovação Carismática Católica, a quem o então Papa João Paulo II definiu como a "primavera da igreja" fez surgir comunidades religiosas cujos propósitos seguem a cartilha da Santa Sé, desde a doutrina conservadora até a valorização do líder. Essas fundações que contam em sua maioria com leigos, valorizam a oração e o compromisso evangélico do anúncio profético.

A força desses movimentos expressou-se em 2014, no III Congresso Mundial dos Movimentos Eclesiais e das Novas Comunidades, ocorrido entre os dias 20 e 22 de novembro, em Roma, Itália. Representantes de mais de 100 entidades de 40 países fizeram-se presente. Nas audiências realizadas, o Papa Francisco realçou o papel missionário desses grupos. O primeiro encontro sucedeu em 1998 com o Papa João Paulo II e o segundo em 2006 com o então Papa Bento XVI, ambos na Praça São Pedro.

As destacadas agremiações começam a surgir na França na década de 1970 na França e nos Estados Unidos, chegando ao Brasil uma década depois. Apesar de não existir dados oficiais, estima-se que exista mais de 500 comunidades católicas pelo Brasil, segundo levantamento da também comunidade Pantokrator[6].

As comunidades de maior ressonância no país são: a "Canção Nova", fundada em 1978 com sede em Cachoeira Paulista, São Paulo, conta hoje com um sistema de comunicação que incluem TV, rádio, gravadora e editora. A comunidade "Shalom", criada em 1982 em Fortaleza e hoje se estende por dezenas de países, além de realizar festivais grandiosos como o Halleluya. A "Obra de Maria" também merece atenção pelo fato de possuir casas de missão em vários estados do Brasil e em mais de 16 países. As peregrinações religiosas lideradas são outro ponto de evidência nas hostes católicas.

Com vistas a compreender a dimensão coletiva desse fenômeno religioso, é preciso voltar ao conceito de comunidade, para isso remetemos a Bauman (2001) e suas reflexões. Para o sociólogo polonês, as características heterogêneas que perpassam o sentido do coletivo, que é implícito na noção de comunidade, avançaram para a percepção de indivíduo, o que gera novas combinações estéticas.

A disseminação e uso da informação religiosa pelos líderes nas comunidades

Como evidenciamos na metodologia, com o intuito de atender ao objetivo geral: *analisar as estratégias de disseminação e uso da informação religiosa por meio das tecnologias de informação e comunicação (TIC) pelas comunidades católicas: PIO X, Remidos no Senhor e Obra Nova de Campina Grande – Paraíba*, optamos por utilizar a técnica de categorização (classificação das unidades de informação) presente na Análise de Conteúdo. As fases descritas foram operacionalizadas na produção das entrevistas semi-abertas com os líderes das comunidades "Obra Nova", "Remidos no Senhor" e "Pio X" e nas induções efetuadas dos dados colhidos. As entrevistas com um líder de cada agremiação foram realizadas nas respectivas sedes, o ambiente escolhido levou em consideração a comodidade e a disponibilidade dos mesmos.

[6] Comunidade Católica Pantokrator, que em grego significa 'Todo poderoso' ou 'Onipotente' tem sede em Campinas, São Paulo. http://pantokrator.org.br/po/

Com o propósito de atender ao primeiro objetivo específico, fora questionado aos representantes: **Quais Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) utilizadas pela comunidade na disseminação de informações?**

Maurício Alves Lucena, responsável peto setor da juventude da comunidade Obra Nova, destacou o uso de:

> *"Web Site, Web Rádio, Redes Sociais (Facebook, Flickr, Twitter, etc)".*

Ronaldo José de Sousa, representante da comunidade "Remidos no Senhor", reconheceu que apesar de ser um estudioso da mídia, a entidade não realiza uma constante investida nos meios de comunicação, devido a questões técnicas e a outras missões prioritárias.

> *"Esse meio é complexo e existe uma competitividade nele. Prezamos pela qualidade na difusão. Temos uma rádio na cidade de Pombal, chamada Bom Sucesso. O nosso site não tem grande infra-estrutura, mas usamos facebook e emails".*

Chamou-nos atenção o fato de a direção da comunidade primar por envio de mensagens via celulares, o que concebe na opinião de Ronaldo José, uma atuação mais "personalizada" e "barata".

> *"Enviamos leituras bíblicas, convites, palavras motivacionais. Esse recurso consegue chegar de maneira mais pessoal e efetiva".*

O líder da "Pio X", Gustavo Lucena, frisou o ciberespaço como área central para a propagação de conteúdo religioso acerca da agremiação. Dentre as três comunidades investigadas, a Associação PIO X é a que mais produz conteúdo religioso.

> *Atualmente utilizamos como principal ambiente de comunicação, a internet. Através dela utilizamos várias tecnologias, desde as redes sociais, onde temos perfis em várias redes até a transmissão em áudio e vídeo de nossos eventos de evangelização. Atualmente estamos implantando dois estúdios, um de áudio e outro de vídeo, onde iremos ampliar as nossas atividades de comunicação com maior qualidade. Mas ainda, dentro das redes sócias, estamos desenvolvendo um sistema de software para melhor disseminarmos a comunicação pelo WhatsApp.*

O quadro abaixo ilustra a atuação das mencionadas entidades nas redes sociais e corrobora no tocante à compreensão do seu uso e potencial ressonância, que se visualiza nos números constatados anteriormente.

Quadro 1- Participação das comunidades nas redes sociais

REDES SOCIAIS	OBRA NOVA	REMIDOS NO SENHOR	PIO X
TWITTER	Total	Total	Total
Postagens	129	Não usa	13, 8 mil
Seguindo	45	-	1.430
Seguidores	215	-	1.933
Fotos e vídeos compartilhados	12	-	1437
FACEBOOK			
Publicação de imagens	84	62	4060
Curtidas	5633	625	10210
INSTAGRAM			
Postagens	127	-	436
Seguidores	971	-	4040
Segundo	216	-	110

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Visivelmente, a Comunidade Pio X é a que mais lança dados nas redes sociais, atingindo um alto número de publicações, seguidores e compartilhamento. Deduz-se que um dos motivos que leva a entidade a reunir multidões em seus eventos, é o reforço da divulgação pelo ciberespaço. A Obra Nova soma um quantitativo considerável de postagens e repercussão, além de uma razoável assiduidade na internet. A Remidos no Senhor utiliza somente o facebook como rede social, ignorando assim o Twitter e o Instagram. Como antecipado pelo líder entrevistado, tal quesito não é uma das prioridades da citada agremiação.

Com o intuito de responder ao segundo objetivo específico, foi indagado aos três entrevistados: **Quais conteúdos religiosos são selecionados e divulgados através das TIC? Por que esses conteúdos e não outros?**

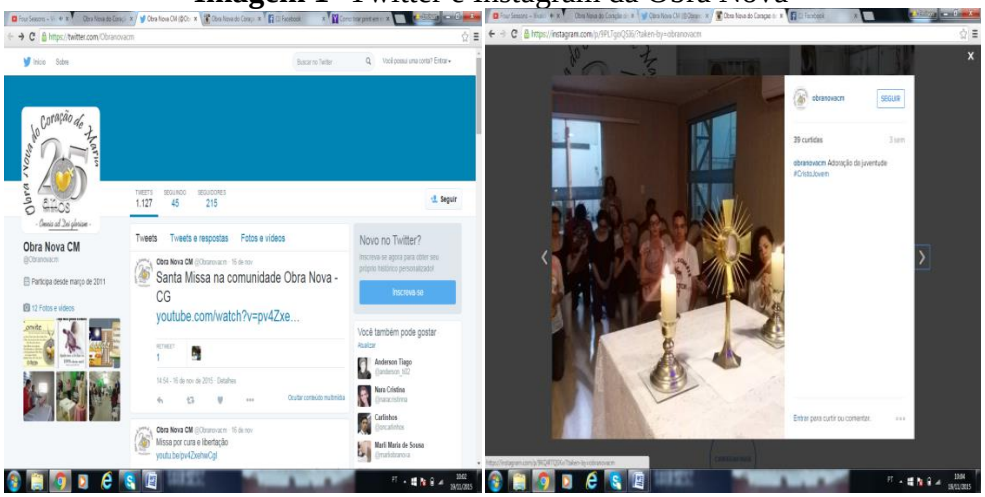
Maurício Alves Lucena, Obra Nova, pontuou os seguintes elementos:

> *"Noticias da Igreja Universal e particular; noticias da comunidade Obra Nova do Coração de Maria; Formações doutrinais e humanas; artigos sobre temáticas diversas; Critica de filmes, livros, músicas, entre outros".*

Sobre a razão de divulgar esses conteúdos, Maurício respondeu:

> "*Pelo motivo de ansiarmos a evangelização e a formação do público a ser alcançado. O enfoque de nossa mensagem que o anúncio Kerigmático".*

Imagem 1- Twitter e Instagram da Obra Nova



Fonte: Obra Nova, 2015

As imagens acima mostram o Twitter oficial com um link para a transmissão das missas às segundas feiras, às 19h. O intuito é fazer com que a celebração seja acompanhada por aqueles não puderam estar presentes fisicamente na sede. Além disso, nessa plataforma, a "assembléia virtual" assiste a cada instante respondendo às invocações litúrgicas por meio de postagens em tempo real.

A foto do Instagram apresenta um grupo de jovens orando diante do Santíssimo Sacramento, posto em primeiro plano, com o seguinte título 'Adoração da juventude'. Com as mãos elevadas ao céu e os olhos fechados, há uma clara sinalização de uma transmissão de 'paz interior' dos que ali estão.

Imagem 2- Site da comunidade Obra Nova

Fonte: Obra Nova, 2015.

A imagem de cima exibe o site da Obra Nova. Em destaque, na parte de cima do lado direito, os canais de interatividade: facebook, twitter, instagram e youtube. Uma junção de notícias da comunidade e da Igreja Católico no mundo são retratadas na página inicial. A foto de um jovem e seu testemunho aparece em destaque. O informativo online traz informações sobre o dia a dia dos agentes da entidade e suas ações pastorais.

Imagem 3 - Site da comunidade Obra Nova

Fonte: Obra Nova, 2015.

Mais abaixo do portal, as colunas ‘santo do dia’ e ‘testemunhos’ chamam a atenção, bem como a difusão dos eventos da comunidade. Do lado direito, “Aconselhamento Obra Nova” imprime um dos mais notáveis trabalhos da entidade. “Faça seu pedido de oração” redireciona o internauta a uma outra página, onde será

possível escrever uma prece. Ressalte-se a mensagem *'Pedi e vos será dado' (Lc11,9)* que busca suscitar a chamada 'esperança cristã' aos interessados. Os vídeos com as transmissões empreendidas são arquivadas e hospedadas no portal.

O respondente da comunidade Remidos no Senhor, Ronaldo José de Sousa, elencou dois tipos de informação que são selecionados e divulgados através das TIC,

> "*Mensagens bíblicas e notícias dos encontros"*.

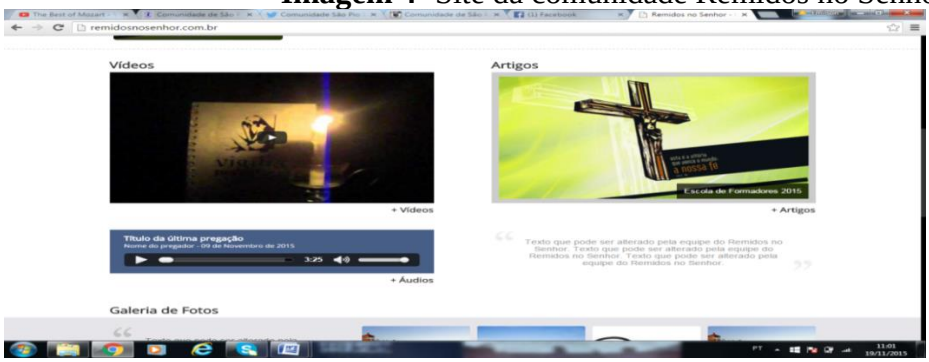
Ambas são transmitidas por notificações via celular, como já frisado. Na opinião de Ronaldo José, a motivação para essas escolhas, dá-se pela seguinte razão:

> *"Muitos já usam as redes sociais, daí a necessidade de ser diferente"* e completou *"No nosso site, tem informações sobre nós, tem opções de busca, até com verbetes. Temos a obra em Campina Grande, Pombal, Lagoa Seca, bairro das Malvinas e duas missões na Diocese da Bahia"*.

Além disso, o referido líder elaborou uma pertinente discussão sobre o processo de midiatização religiosa, que em sua opinião merece reconsiderações.

> *Acredito que a mídia não é um veículo evangelizador. Na minha visão, quem acessa a um canal já tem uma predisposição religiosa. Eu vi na Canção Nova, 90% era católico praticante. Eu não atinjo pessoas com o site. Por isso que nos empenhamos em outras frentes, por exemplo. Eu te dou um exemplo do restaurante. Há um missionário aqui que tem a missão de recepcionar as pessoas, falar sobre assuntos normais, criar um clima de confiança, gerando assim um ambiente de ação evangelizadora face a face. Agora, claro que a mídia não é inútil, ela dá visibilidade pública. o resultado da evangelização é proporcional ao ambiente.*

Imagem 4- Site da comunidade Remidos no Senhor



Fonte: Remidos no Senhor, 2015.

No site da Remidos no Senhor, percebe-se uma lacuna de atualização, na parte focalizada a cima, há apenas uma reportagem na sessão "artigos" do lado direito. No item "vídeos", há somente a divulgação de um evento religioso, o que corrobora com a

reflexão do líder entrevistado. Desde o dia 20 de novembro de 2015, o endereço está fora do ar

Imagem 5: Facebook da Comunidade Remidos no Senhor

Fonte: Remidos no Senhor, 2015.

No facebook, a rede social é empregada para difundir acontecimentos importantes, desde retiros até festas patronais. Não há textos religiosos ou expressões de efeito para canalizar as atenções de quem não conhece o trabalho da entidade, apenas um meticuloso exercício artístico nos banners compartilhado.

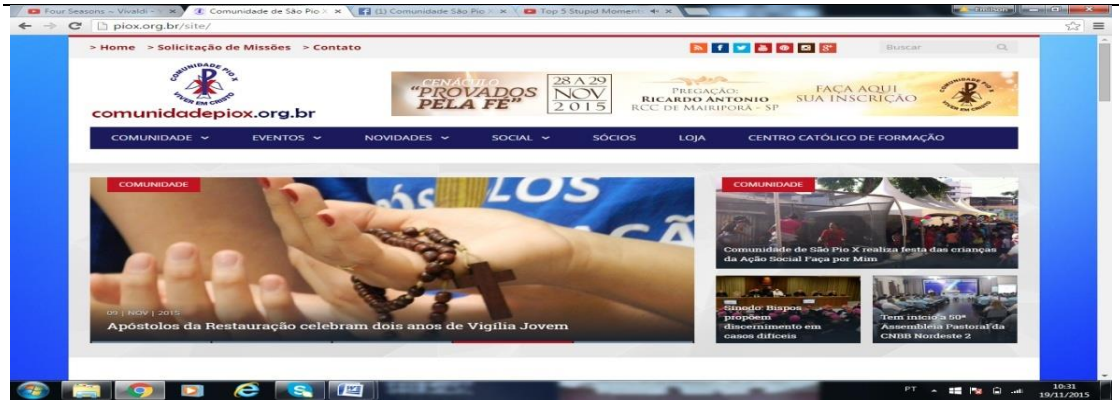
O representante da PIO X, Gustavo Lucena, explanou que por intermédio das TIC, o grupo promove uma formação humana e doutrinária e realçou que a opção por esses conteúdos baseia-se na missão da comunidade e nas necessidades apresentadas pela juventude.

Imagem 6: Twitter da comunidade Pio X

Fonte: Pio X, 2015.

Na figura 1, o twitter estabelece uma ponte com o instagram e o site. Na mensagem, há a seguinte notícia hoje tem #grupodeoração, o uso da hashtag, com a intenção de indexar uma discussão e gerar uma teia de compartilhamento.

Imagem 7- Site da comunidade Pio X



Fonte: Pio X, 2015.

Na imagem acima temos um panorama do sistema de navegação do portal oficial. Ficam nítidas as notícias da comunidade junto com informações da Igreja Católica em todo o mundo, além disso, no lado de cima, aparecem os canais de interatividade, como o facebook, instagram, youtube e twitter e o google plus. A média de produção de conteúdos nessas plataformas são de 03 a 06 compartilhamentos por dia.

Imagem 8:- Site da comunidade Pio X

Fonte: Pio X, 2015.

Na imagem aparecem as pregações feitas nos eventos da comunidade, bem como entrevistas. Além do canto esquerdo, ficar visível o que é compartilhado nas redes sociais. A ilustração do lado direito com os dizeres "Jesus é solidário com os nossos sofrimentos" é uma súmula da liturgia diária.

Uma novidade adotada nesse segundo semestre pela Pio X e que amplia sua inserção nos dispositivos tecnológicos é o WhatsApp, aplicativo que permite a troca de mensagens de forma instantânea. O intento da comunidade é enviar informações sobre os eventos e conteúdos de fé.

Imagem 9- Banner da comunidade Pio X

Fonte: Pio X, 2015.

Para os dirigentes, a relatada ferramenta tem oferecido bons resultados por proporcionar um método ainda mais ágil no contato com os integrantes ou a quem se interessar. Com a divisão do gerenciamento do dispositivo, a reprodução dos recados e/ou notícias é muito mais heterogênea e descentralizada.

Produzimos abaixo uma síntese das informações que mais são disseminadas pelas comunidades. Ao total, elencamos os treze conteúdos[7] que mais se replicam entre as mesmas.

Quadro 2- Resumo dos conteúdos mais disseminados pelas comunidades

CONTEÚDOS	**OBRA NOVA**	**REMIDOS NO SENHOR**	**PIO X**
Celebrações	**X**	**X**	**X**
Orações	**X**	**X**	**X**
Mensagens do Papa	**X**	**X**	**X**
Testemunhos de jovens	**X**	**X**	**X**
Eventos	**X**	**X**	**X**
Catequese	**X**	**X**	**X**
Textos e reflexões bíblicas	**X**	**X**	**X**
Artigos católicos	**X**	**X**	**X**
Dicas de livros religiosos	**X**	-	**X**
Sugestões de Filmes	**X**	-	**X**
Notícias da Igreja no mundo	**X**	-	**X**
Notícias da Diocese	**x**	-	**X**
Temas	-	-	**X**

[7] A letra **X** indica que a comunidade pesquisada dissemina o conteúdo, enquanto que o **traço** denota a sua inexistência na disseminação por intermédio das TIC.

contemporâneos			

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Como é observado, a Pio X é a que possui uma maior diversidade de dados expostos nas TIC, seguida da Obra Nova que não indicou muito interesse em exibir temáticas contemporâneas, como as notícias que envolvem economia, política, educação, entre outros.

Como já repetidamente reiterada por seu líder, a Remidos no Senhor é a que menos pluraliza seus assuntos, por não apostar tanto nas TIC. Celebrações, orações, mensagens do Papa, testemunhos de jovens, eventos, catequese, textos e reflexões bíblicas e os artigos católicos estão presentes em todos os três grupos e revelam duas coisas:

A primeira é a conveniência de divulgar os acontecimentos que ocorrem na entidade e por isso manter o jovem atento às novidades que cercam à comunidade vinculada. Segundo, a necessidade de manter uma formação religiosa a partir da divulgação de textos que servem como uma espécie de base doutrinal e aprendizado contínuo.

Em convergência com o terceiro objetivo específico, foram perguntados aos três entrevistados: **Quais as dificuldades/obstáculos enfrentados para disseminar a informação por meio das TIC?** e **Que motivos foram os que orientaram a comunidade para o uso das TIC como instrumento de disseminação da informação religiosa?**

Maurício Alves Lucena, Obra Nova, salientou os seguintes aspectos:

> *"Nosso maior desafio é a demanda de produção que a instantaneidade das TIC exige, apesar disso, a nossa motivação para o seu está no alcance que estas possibilitam".*

Ronaldo José de Sousa, Remidos no Senhor, considerou a imediata questão:

> "*Temos o problema prático, da debilidade técnica, mas se eu tivesse estrutura, estaríamos nas mídias. A repercussão no JPB de um evento que estávamos organizando foi imenso. É melhor se inserir nos programas seculares do que em programas religiosos. A Record entendeu isso. Com relação a segunda pergunta, acredito que seja melhor investir em veículos seculares. A inserção na Televisão é muito grande. Atraem mais pessoas, a maioria já tem uma predisposição religiosa, não é que seja inútil, já que pode ser um doador, um fiel ativo. A coisa que funciona é o face a face".*

Gustavo Lucena, PIO X, pontuou tais enfoques:

> "*Atualmente a maior dificuldade é no quesito financeiro, pois o investimento para que se tenha uma informação comunicada com qualidade e uma beleza plástica atrativa requer investimento e profissionais qualificados e habilitados. Quanto às razões para o uso das TIC, a cada dia mais, a informação religiosa, entendendo aqui a transmissão dos valores evangélicos e cristão, necessita estar atualizada com os novos meios e tecnologias, com a possibilidade de não ser mais "ouvido". Por haver a necessidade de continuarmos sendo ouvidos e cada vez com maior alcance é que se motiva avançar ainda mais no uso das TIC".*

Todos os líderes reconheceram que é complexo o desafio de difundir conteúdo via TIC, devido a fatores econômicos e de estrutura produtiva. Ronaldo José de Souza, da Remidos no Senhor, foi o único a sobrelevar o papel do meio de comunicação secular, por entender a amplitude da audiência. Para os entrevistados da Obra Nova e Pio X, a capacidade que as TIC têm de atingir a segmentos distantes (físico e espiritualmente) respaldam a introdução das comunidades nesse canal.

A partir dos diálogos com os líderes, compreendemos que a informação religiosa se baseia em enunciações no âmbito do sagrado disseminado por meio das TIC pelas comunidades se operacionaliza e imbrica-se sob duas formas: *atração e permanência*. Ambas estão presentes nas estratégias das comunidades estudadas e seus efeitos advêm da leitura/associação que o receptor possui com a entidade.

A técnica da *atração* imprime-se mediante a elaboração de significações provocadas e estimuladas por recursos imagéticos que suscitam um misto de emoção e empatia, ocasionando um mecanismo de interpretação que *altera, divide e reduz* a informação. Nessa circunstância, ocorrem recomposições no saber já estocado, como aprofunda Barreto (2013) sobre a geração de conhecimento.

> A geração de conhecimento pode ser pensada como uma reconstrução das estruturas mentais do indivíduo realizadas através de suas condições cognitivas, ou seja, é uma modificação em seu estoque mental de saber acumulado, resultante de uma interação com um conteúdo. Essa reconstrução pode alterar o estado de conhecimento do indivíduo, ou porque aumenta seu estoque de saber acumulado,ou porque sedimenta saber já estocado. (BARRETO, 2013, P.136)

A alteração acontece porque se subentende que sujeito tem cristalizado em sua consciência, princípios do arcabouço religioso que se enraíza na cultura. que para Geertz (2006), é a "síntese do ethos de um povo". Após uma alteração inicial que causa desarranjo, modificação e oscilação, a informação apreendida é dividida como forma de

organização, como que ordenadas em unidades, pudesse obter uma melhor apreciação daquilo que foi captado. A redução é fruto do exercício de síntese, intencionalmente realizado como artifício a obtenção de um resultado da interpretação do dado. É uma tentativa de extrair a essência da informação, devido a superficialidade do estoque acumulado até antes de seu contato.

Os modos de estratégia de permanência são tecidos a partir de uma relação já estabelecida com o usuário partícipe de uma vivência de fé. Assim, a circulação informacional é manuseada e projetada com a reiteração do *ser religioso*, pautado por padrões de experiência incorporados em discursos e ritualizações, que *superam*, *atualizam e ampliam* a informação. Nessa ótica, o conhecimento ao aditar novos saberes, ele aperfeiçoa-se, como indica Jorente (2012).

> Os órgãos mediadores da percepção das informações (visão, audição, tato, paladar e olfato) registram-nas de forma única, exclusiva e individualizada na construção das representações que passam pelos filtros da bagagem cognitiva e das perturbações internas. Sobre elas serão montados esquemas e quadros de imagens constantemente renovados pela adição de novas experiências, sedimentando de forma dinâmica o conhecimento (JORENTE, 2012, p.35).

A superação é acionada com a meta de suplantar um depósito informacional que o sujeito já possua. Com a adição de novos conceitos e acepções, há uma conseqüente atualização, já que se congregam novos dados a essa etapa. Com o incremento de novos elementos, o conteúdo é ampliado. Dessa maneira, reafirma-se a imagem do *ser religioso*, que vai criar permanentes ramificações de propagação de informação religiosa

O arquétipo do *ser religioso* fundamenta-se nos hábitos instaurados no vínculo com o sagrado no coletivo. Aquilo que se tem como verdade, deve ser permanentemente rememorizado e colocado à disposição, para como bem apregoa Jorente (2012), ser suscetível a "filtragem e conformação". As TIC impulsionam o surgimento do *ciberfiel*, que não apenas segue determinado seguimento religioso, como também gerencia uma cadeia de operações que almeja expandir conteúdo de cunho doutrinário multimidiaticamente (imagens, vídeos, infografias).

A difusão de conteúdo religioso pelas TIC é uma evidência da acentuação do caráter privado da religiosidade. Alicerçado nessa observação, o estágio de informação religiosa de atração orienta-se pela anulação do genérico, para centrar-se na individual, com discursividades que rebatem o caráter desinstitucional, realça o valor da

experiência em comunidade e aspira à formação. O fiel virtual pode transfigurar-se em um freqüentador do templo, como bem sintetiza Carranza (2011, p.221).

No esquema de permanência, o elo com o divino, materializado na participação de uma agremiação religiosa já é estabilizado. Assim, o que interessa é o seu aprofundamento, sua reverberação em outros espaços, seu florescimento em novas camadas. Por isso, o compartilhamento virtual, não é só um exercício de ressonância subjetiva, mas também de plena militância.

Conclusões

Com o propósito de atender às metas assumidas nesse artigo, optamos por sistematizar as observações identificadas em cada um dos objetivos estipulados. O primeiro objetivo procurou identificar as TIC utilizadas no processo de disseminação de informação religiosa pelas comunidades pesquisadas. Constatou-se uma forte penetração da comunidade Obra Nova em redes sociais e no lançamento de programas da entidade em vídeo e na rádioweb, destaquem-se os eventos *Acampom* que ocorre no período carnavelesco e o *Cristo jovem* geralmente no mês de outubro, em sintonia com as celebrações pelo Dia Nacional da Juventude nas paróquias.

A Remidos no Senhor centraliza suas atenções nos meios de comunicação seculares, por entender a maior abrangência desses veículos. Seus eventos são divulgados com maior ênfase em espaços que são conseguidos na TV aberta. Seja nos grandes acontecimentos como o retiro *Enchei-vos* ou no encontro de cura e libertação denominado *Levanta-te*, a idéia é sempre popularizá-los por intermédio de entrevistas em jornais locais.

A Pio X é a comunidade que mais usa as TIC para divulgar suas ações, é também a que mais reúne pessoas em suas celebrações de massa, sendo o *Crescer*, evento que acontece durante o feriado de carnaval, o maior encontro católico de Campina Grande, chegando a somar cerca de 50 mil pessoas. Além desses, o *Viver em Cristo* que ocorre no segundo semestre, é também de grande expressão na cidade. Ainda há um informativo intitulado *Frutos* e um programa semanal na rádio Campina FM, denominado *Voltai a mim*. Recentemente, a referida agremiação adotou um espaço no whatsApp, no qual compartilha informações de eventos e orações entre os usuários.

Nos canais de interação das comunidades, há uma limitação de hiperlinks que estabeleçam uma interconexão com páginas afins e que possa redefinir ou construir centros de ramificação, "essas zonas, conectar o texto a outros documentos, arrimá-lo a toda uma memória que forma como que o fundo sobre o qual ele se destaca e ao qual remete, são outras tantas funções do hipertexto informático". (LÉVY, 1996, p. 37).

A webtv das comunidade "Pio X" dá uma suavização no design, e não traz um efeito destoante ao visualizar a página, o que se coaduna com o olhar de Padovani (2002), "com uma seqüência pode-se perceber o grau de linearidade e de arborescência da navegação, ou seja, até que ponto o percurso realizado se aproxima de um percurso linear e até que nível da rede semântica do hipertexto o usuário visitou".

Os portais da Obra Nova, Pio X e Remidos no Senhor, como bem destacado em seus princípios editoriais, adota um criterioso processo avaliativo em cada post que é divulgado e submete os comentários feitos pelos internautas também a uma triagem específica, que se coadune com a essência da proposta do site. Nesse caso, há uma restrição interativa para não se perder no foco principal dos administradores: uma evangelização que perpasse as redes e contribua com a formação religiosa do sujeito e sua integração à Igreja Católica.

> As dinâmicas das relações no espaço social ao qual pertencem as instituições exigem uma redefinição continua dos comportamentos legítimos de cada participante. É necessário, portanto, que exista uma espécie de voz corrente da instituição, mas também que possa ser aplicada rapidamente. A aplicação ideal desse mecanismo é a criação de canais de comunicação institucionais, a partir dos quais as divisões geradoras de comportamento possam ser livremente divulgadas (MARTINO, 2003, p.85)

No tocante ao segundo objetivo específico, demarcado por *classificar os conteúdos de informação religiosa presentes nas estratégias de disseminação por meio das tecnologias de informação e comunicação*, percebe-se a atenção em somar notícias que envolvem o trabalho pastoral na comunidade e menções às atividades da Igreja Católica.

Na Obra Nova, há uma ação mais versátil, que reúne desde reportagens com um cunho formativo até críticas de filmes e livros que se coadunam com a moral cristã. Essas intervenções são conseqüências do perfil de seu público. A Remidos no Senhor adota uma postura de veicular principalmente notícias de formação religiosa, ressalte-se a resistência do líder em promover o grupo em tempo real pelas TIC, por considerá-las ineficazes no ponto de vista de arrebanhar novos membros.

Quanto a Pio X, observa-se uma ampla cobertura do que acontece na comunidade, desde cenáculos de oração até grandes cerimônias. Com atualização constante, uma vasta gama de conteúdos é lançada em seu portal oficial concatenados às redes sociais. Questões que envolvem a doutrina católica, a temática da oração pessoal e vivência evangélica permeiam às exposições via TIC.

Com relação ao objetivo terceiro, *descrever as dificuldades e/ ou obstáculos na disseminação de conteúdos de informação religiosa*, foram relatados a questão da demanda de produção por parte da Obra Nova, dificuldades financeiras pela Pio X e a ineficiência instrumental na Remidos no Senhor. Para atingir a instantaneidade inerente ao ciberespaço é preciso de certa condição orçamentária que abarque suportes técnicos e material humano.

No contexto plural que se percebe, as expressões de religiosidade podem produzir novos conceitos e viabilizar reinterpretações de práticas espirituais. Esse estudo expôs como a visibilidade midiática mediada pelas TIC pode contribuir na propagação de informação religiosa por intermédio de seus atributos de *mobilidade, inter-atuação e distribuição.* Às comunidades católicas examinadas, esse estudo propõe uma leitura sobre o fenômeno infocomunicacional que se introduz em compasso exponencial na sociedade e que concebe novos lócus de vivência e prováveis afiliações.

REFERÊNCIAS

BAPTISTA, Sofia Galvão. CUNHA, Murilo Bastos da. Estudo de usuários: visão global dos métodos de coleta de dados. **Perspectivas em Ciência da informação**. Belo Horizonte, v.12, n2, p.168-184, maio/ago.2007.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo.** Portugal: Edições 70, 1977.

BARRETO, Aldo de Alburquerque. **A condição da informação.** São Paulo em Perspectiva. v.16, n.3, p.67-74, jul./set., 2002.

_____. **As aplicações da informação**: estratégia de atuação. Data grama zero-Revista de Ciência da Informação – v. 4 n.4 ago/2013. http://www.dgz.org.br/ago03/Ind_com.htm. Acesso em: 12 de maio de 2015.

CARRANZA, Brenda. **Catolicismo midiático.** Aparecida, São Paulo: Ideias e Letras, 2011.

DAYRELL, Juarez. **Juventude, grupos de estilo e identidade**. *Educação em revista*, nº 30, p. 25-39, dez. 2002.

DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio (org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2005.

DUARTE, Jorge. **Entrevista em Profundidade.** In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

GEERTZ, Cliffort. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara koogan, 2006.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, Maria Nélida. **Para uma reflexão epistemológica acerca da Ciência da Informação.** Perspectivas em Ciência da Informação, Belo Horizonte, v. 6, n. 1, p. 5-18, jan./jun. 2001.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

JORENTE, Maria José Vicentini. **Ciência da informação: mídias e convergência de linguagens na web.** São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012. (Coleção PROPG Digital - UNESP). ISBN 9788579833304. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/109223>. Acessado em: 02 de junho de 2015.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**. 2ª Edição. São Paulo, editora 34. 1993.

_____. **O que é o virtual**. São Paulo: 34, 1996.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso.** São Paulo: Paulus, 2003.

MINAYO, M. C. **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, Vozes, 2010.

OLIVEIRA, Pedro Ribeiro de**. Pertença/Desafeição religiosa: recuperando antigo conceito para entender o catolicismo hoje** -. Horizonte, Belo Horizonte, v. 10, n. 28, p. 1230- 1254, dez. 2012. Disponível em: http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4398868.pdf. Acesso em:. 12 de setembro de 2015.

PADOVANI, Stephania. Avaliação Ergonômica de Sistemas de Navegação em Hipertextos Fechados. In: MORAES, Anamaria de. **Design e Avaliação de Interface**. Rio de Janeiro, iUsEr, 2002.

RAWSKI, C. Towards a theory of librarianship. Papers in honor of Jesse H. Shera. New Jersey: Scarecrow, 1973 apud GONZÁLEZ DE GÓMES, Maria Nélida. **Para uma reflexão epistemológica acerca da ciência da Informação.** Perspect. cienc. inf., Belo Horizonte, v.6, n.1, p. 5-18, jan/jun.2001.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Hernández; LUCIO, Pilar Baptista. **Metodologia de Pesquisa**. Tradução Fátima Conceição Murad, Melissa Kassner, Sheila Clara Dystyler, 3 ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

SANTOS, Jussara Ventura dos. Orientador: Edvaldo Carvalho Alves. **O uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) na disseminação da informação religiosa.**- João Pessoa, 2014. Dissertação (Mestrado) – UFPB/CCSA.

SARACEVIC, T. **Ciência da Informação: origens, evolução e relações**. Perspectiva em Ciência da Informação. Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 41-62, jan./jun. 1996. _____. Information Science. Journal of the American Society for Information Science, v. 50, n. 12, p. 1051-1063, 1999. Disponível em: < http://comminfo.rutgers.edu/~tefko/JASIS1999.pdf>. Acesso em: 12 de julho de 2015.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Petrópolis: Vozes, 2012.