

A TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO (TI) NO APOIO AS ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL E NO PROCESSO DE EVANGELIZAÇÃO: O CASO DA COMUNIDADE ÁGUA VIVA

*Kênia Moraes de Resende Moura**

INTRODUÇÃO

Entende-se que TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação) consistem de todos os meios técnicos usados para tratar a informação (seja com ou sem fios) e auxiliar na comunicação.¹ São os meios tecnológicos que auxiliam na busca do conhecimento, tornando-se facilitadora em várias esferas de qualquer área inclusive na religião.

Os argumentos que emergem sobre o “Novo Jeito de ser Igreja” dentro do catolicismo romano, que denotam, balizam e sustentam tal afirmação são: os novos jeitos de comunidades, e os novos jeitos de identidades que convivem nesse fenômeno religioso carismático-midiático. Com essa demonstração, propõe-se que, na atualidade, o entrecruzamento Educação Evangelizadora e Comunicação representa um fator importante para manter a Igreja “em movimento”, em sintonia com seu tempo através da aplicação das estratégias de marketing virtual e da utilização de ambiente virtual para evangelização.

A interface da Educação dentro desta temática evidencia-se pelo fato de que é necessário se buscar suportes que ajudem os evangelizadores no manejo dos recursos e da informação existentes na através das ferramentas de Comunicação como a internet, de modo a encontrar as utilidades dessa esfera na pesquisa sobre a comunidade e sua interação com a sociedade sendo uma ferramenta facilitadora entre evangelizador e evangelizado.

Além disso, as ações evangelizadoras e integrativas necessitam ser divulgadas para que haja uma disseminação junto aos fiéis, fazendo com que haja uma propagação benéfica das atividades educadoras, utilizando-se, principalmente, do ambiente virtual. Ter um canal de comunicação por si só não basta. Precisa-se utilizar de estratégias para que alcance qualitativamente o maior número de pessoas.

Para o estudo de caso e pesquisa de campo, designou-se como foco de estudo a Comunidade Água Viva, com sede em Vila Velha/ES, vinculada a Igreja Católica Apostólica Romana, a fim de compreender o universo particular da comunidade quanto ao processo de inserção da Tecnologia de Informação, através do marketing digital e de suas propostas educadoras de evangelização junto aos seus fiéis. Portanto, diante do contexto apresentado, formulou-se a seguinte questão: *Quais as estratégias de comunicação aplicadas à Educação Evangelizadora no ambiente virtual da Comunidade Água Viva do município de Vila Velha – ES, e sua influência sobre os fiéis?*

Justifica-se a realização da pesquisa devido ao fato de que a sociedade está se tornando cada vez mais midiaticizada, onde pode-se afirmar que se “[...] um aspecto ou fato não é midiaticizado, ele parece não existir”². Ou ainda: “[...] Cada vez mais o fato, para ser reconhecido como real deve

* Mestranda em Ciências das Religiões na Faculdade Unidas de Vitória. E-mail: keniaresende@hotmail.com.

¹ PEREIRA, D. M.; SILVA, G. S. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) como aliadas para o desenvolvimento. *Revista Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas*, n. 22, Ano 13, jul./dez., 2016, p. 151-174.

² GOMES, Pedro Gilberto. *Da Igreja eletrônica à sociedade em midiaticização*. São Paulo: Paulinas, 2010, p. 163.

ser midiaticizado. Tudo é feito eletronicamente”³, evidenciando-se que as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação, (NTIC’s), promovem nas organizações, entre elas as religiosas, novas formas de interação, comunicação e processo de educação para evangelização, através do universo on-line, tornando-se cada vez mais midiaticizada e participativa.

Objetiva-se com o estudo analisar as estratégias de comunicação e o processo de evangelização da Comunidade Água Viva, como agentes fomentadores da evangelização junto ao seu público-alvo de fiéis através do ambiente virtual.

DESENVOLVIMENTO

Alguns teóricos felicitam a internet e as redes sociais, enxergando essas tecnologias como aperfeiçoamento da comunicação, porém, deve-se ressaltar para o perigo desses novos meios fecharem as pessoas em seu mundo particular⁴, considerando argumentos como o de que “[...] em nossas vidas pressionadas pelo tempo, parece que o cidadão [...] do século XXI não tem mais tempo para coisa alguma”⁵, buscando na internet a solução para esse tipo de questão. Através do desenvolvimento do estudo, poderá se identificar se de fato a internet oportunizará uma implementação adequada em relação das estratégias de comunicação e do aprendizado evangelizador em ambiente virtual.

Além disso, infere-se um questionamento sobre quais são os impactos da flexibilização da Igreja Católica na contemporaneidade, em que as pessoas deixam de ser meras receptoras, ouvintes passivas da mensagem religiosa, tornando-se participantes do meio, produtoras de informação, de conhecimentos e ocupantes de um lugar na mídia. Isso lembra uma das características da pós-modernidade, que é a expectativa da possibilidade de “voz” que fala⁶, quando afirma que a pós-modernidade tem especial valor por “[...] reconhecer as múltiplas formas de alteridade que emergem das diferenças de subjetividade, de gênero e sexualidade, de raça, de classe, de configurações de sensibilidade e de localizações e deslocamentos geográficos espaciais e temporais”⁷.

Uma vez que, em um passado não muito distante, as pessoas se satisfaziam com as palavras do sacerdote na missa, com sua homilia, sem questionamento algum. Elas muitas vezes não o indagavam e muito menos questionavam sobre os assuntos explorados pela Igreja, hoje podem interagir em seus lares com a informação substancial à distância mínima, através dos mais diversos dispositivos eletrônicos que possuem acesso a internet, em qualquer tempo e em uma grande área geográfica, permitindo aumentar-se o acesso e a execução do processo de educação pela evangelização e da disseminação da comunicação oriunda do marketing virtual.⁸

Apesar de ainda nos tempos atuais ser possível constatar esse contexto, percebe-se uma significativa mudança na comunidade eclesial, que passa a não somente participar mais, como também questionar, elogiar, criticar e sugerir ações de dentro, e fora, da Igreja, convergindo para a abertura que o mundo virtual oferece. A Igreja Católica, portanto, vem tentando não perder a sua essência, porém, buscando se adaptar a esta realidade de uma sociedade em que o mundo real e virtual se inter-relacionam e complementam-se.⁹

Estaria o mundo, portanto, diante de um fenômeno onde “[...] a convergência da informática com as telecomunicações vai dar origem ao que se vem chamando de sociedade da informação ou informacional.”¹⁰ Contudo, pode-se afirmar que a cibercultura é marcada pela

³ GOMES, 2010, p. 164.

⁴ BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001, p. 13.

⁵ BAUMAN, 2001, p. 13.

⁶ HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. Brasília: Loyola, 2003, p. 110.

⁷ HUYSSSES, A. Mapping The Post-Modern. *New German Critique*, nº 35, 1984, p. 5-52. *Apud* HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. Brasília: Loyola, 2003, p. 110.

⁸ HARVEY, 2003, p. 110.

⁹ HARVEY, 2003, p. 110.

¹⁰ LEMOS, A.; CUNHA, P. (orgs). *Olhares sobre a Cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003, p. 13.

apropriação da técnica do social proveniente da modernidade.

As tecnologias emergentes na sociedade moderna permitem que a percepção de espaço e tempo do indivíduo seja reduzida. Há uma quebra da barreira, uma vez que a sociedade passa a se conectar em rede e as novas tecnologias promovem uma sensação de tempo real, podendo-se afirmar, portanto que “[...] a sociedade da informação é marcada pela ubiquidade e pela instantaneidade, saídas da conectividade generalizada”¹¹.

A Igreja Católica e a sociedade serão beneficiadas com esta pesquisa devido ao fato de, com a análise deste conteúdo informativo será possível ajudar a Igreja no direcionamento do seu ensino evangelizador para seu público e para sociedade, sabendo da seriedade da informação ali passada no *site* ou na rede social dando maior credibilidade aos assuntos religiosos.

Tem-se ainda o argumento de que “[...] as novas tecnologias que advêm à Igreja são, desde logo, o acesso imediato e directo a grandes quantidades de recursos: livrarias, museus, lugares de culto, documentos do Magistério, escritos dos Padres e Doutores da Igreja”¹². Seria o ambiente virtual um instrumento facilitador e encorajador para que haja uma mutualidade colaborativa no que se refere ao compartilhamento de informações nos seus mais diversos dispositivos de comunicação e de aprendizagem disponíveis, como os blogs, fórum, entre outros meios existentes, o que agrega valor as ações cotidianas presenciais da Igreja.

Mediante exposição das teorias de Zygmunt Bauman, pode-se refletir, principalmente, sobre o diagnóstico apresentado por esse pensador acerca da condição humana na era da informatização que cada vez mais altera o ritmo dos processos vitais de nossa atual ordem social. Bauman, por sua vez, desenvolve o conceito de “liquidez humana”, situação que se manifesta nos diversos âmbitos de nosso fracassado projeto civilizatório, em decorrência da transformação do ser humano, singular, em objeto de consumo, descartável, situação, portanto, que se manifesta mesmo nas relações interpessoais cotidianas¹³.

O homem moderno muitas vezes não serve a Deus, mas se faz servir dele. Culto e Igreja, na medida do necessário e mesmo assim quando se tem um tempo a mais na rotina, pois os dias atuais são de pessoas que não têm disponibilidade para o que não é virtual. “A esse respeito o quinto fundamentalismo religioso pertence a uma família mais ampla de soluções totalitárias ou protototalitárias, oferecidas a todos os que deparam a carga da liberdade individual excessiva e insuportável”¹⁴.

CONCLUSÃO

Conclui-se que com a pesquisa será possível identificar o(s) discurso(s) utilizados pela Comunidade Água Viva nos processos de Educação Evangelizadora em ambiente virtual, analisando suas estratégias de comunicação e principais repercussões sobre o seu público de fiéis.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmum. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

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

HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. Brasília: Loyola, 2003.

LE MOS, A.; CUNHA, P. (orgs). *Olhares sobre a Cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003, p. 13.

PEREIRA, D. M.; SILVA, G. S. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) como

¹¹ LEMOS, A.; CUNHA, P. (orgs). 2003, p. 3.

¹² RODRIGUES, L. M. Figueiredo. Evangelização e novas tecnologias. *Revista Theologica*, n. 46, v. 2, 2011, p. 309.

¹³ BAUMAN, 2001, p. 13.

¹⁴ BAUMAN, 2001, p. 13.

aliadas para o desenvolvimento. *Revista Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas*, n. 22, Ano 13, jul./dez., 2016, p. 151-174. Disponível em: <periodicos.uesb.br/index.php/cadernosdeciencias/article/view/884/891>. Acesso em: 02 mar. 2017.

RODRIGUES, L. M. Figueiredo. Evangelização e novas tecnologias. *Revista Theologica*. n. 46, v. 2, 2011, p. 309. Disponível em: <<http://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/9901>>. Acesso em: 02 Mar. 2017.