



RELIGIOSIDADE EM REDE – ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO RELIGIOSA NO PERFIL ORIONITAS NO FACEBOOK

Resumo

Ediane Mello

Com o advento da internet e a busca da Igreja Católica em estar onde seu povo está, a instituição milenar ingressou nas redes sociais e desenvolveu setores (PASCOM e Agências de Comunicação) e pessoal qualificado (oferta de cursos e formação pastoral) para a criação e veiculação de conteúdo religioso nos ambientes digitais, usando-as como plataforma para disseminação do Evangelho - à luz do *Inter Mirifica*, documento base para a comunicação da igreja, e pelas Congregações Religiosas para difusão da Religiosidade em Rede. A partir deste contexto, o presente estudo analisa as publicações da página da Congregação Religiosa Orionitas no Facebook, a fim de identificar os padrões de engajamento dos conteúdos religiosos postados por eles com o objetivo de evangelizar os jovens presentes nesta plataforma. Para tanto, foi realizada a Análise de Conteúdo de 34 publicações, nas quais a juventude é mencionada, extraídas da página oficial dos Orionitas do Brasil no período de 28/07/2019 a 31/08/2020, observadas à luz de 70 sub categorias de análise, separadas em quatro grandes categorias: textual, personalidade de marca, informativo direto e *Inter Mirifica*, codificadas pelo livro de códigos desenvolvido com variáveis quantitativas a fim de identificar o engajamento do público com os conteúdos veiculados. Como resultados parciais é possível observar que as publicações se apresentam de forma muito tímida e com características visíveis de fase de desenvolvimento de linguagem própria para o público-alvo desejado. Observa-se também uma falta de pensamento estratégico para veiculação e elaboração do conteúdo, visto que os conteúdos mais elaborados e com legendas mais trabalhadas tem um maior engajamento do público.

Palavras-chave: Orionitas; Religiosidade; Redes; Facebook; Juventude.