

UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PERNAMBUCO
MESTRADO PROFISSIONAL EM INDÚSTRIAS CRIATIVAS



PLUTARCO DE SOUZA ALMEIDA

**MISSA COM CRIANÇAS: FORMAÇÃO PARA A CIDADANIA COM
RECURSOS MULTIMÍDIA**

Recife
2020

UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PERNAMBUCO
MESTRADO PROFISSIONAL EM INDÚSTRIAS CRIATIVAS

**MISSA COM CRIANÇAS: FORMAÇÃO PARA A CIDADANIA COM
RECURSOS MULTIMÍDIA**

PLUTARCO DE SOUZA ALMEIDA

Relatório apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Indústrias Criativas da Universidade Católica de Pernambuco - UNICAP, como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Indústrias Criativas.

APROVADO

Resultado

Banca examinadora:

Prof. Dr. Breno José de Carvalho (orientador)

Prof. Dr. Pedro Rubens Ferreira de Oliveira

Prof. Dr. Leonardo Henrique Lago Falcão

Profª. Dra. Izabela Domingues da Silva

Recife
2020

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a todas as crianças das grandes periferias do Brasil, imersas na era digital, mas ainda sem acesso aos direitos fundamentais de qualquer cidadão, como saúde, habitação, saneamento, lazer e principalmente uma educação de qualidade.

AGRADECIMENTOS

Após um longo período sem frequentar os bancos escolares, eis que, ao chegar ao Recife para trabalhar na Universidade Católica de Pernambuco, fui surpreendido, e porque não dizer até desafiado, pela proposta do seu Reitor, meu colega jesuíta, Pe. Dr. Pedro Rubens, no sentido de conhecer e talvez cursar o Mestrado Profissional em Indústrias Criativas. Realmente foi um desafio, mas quem conhece de perto a minha trajetória sabe que nesses 40 anos de Companhia de Jesus nunca me furtei a enveredar pelo novo, desbravar fronteiras pouco conhecidas e apostar em projetos de algum modo “disruptivos”.

Então, dirijo ao Pedro os meus primeiros agradecimentos, extensivos a todos os companheiros jesuítas do Núcleo Apostólico Pernambuco-Paraíba. De maneira especial, agradeço muito ao Pe. Felipe Soriano que me forneceu importantes subsídios sobre o legado do Padre José de Anchieta. O “Apóstolo do Brasil” tornou-se, de fato, uma espécie de patrono deste meu projeto de mestrado.

Finalmente, expresso aqui a minha gratidão à equipe da “Missa com Crianças” da Paróquia do Sagrado Coração de Jesus em João Pessoa, PB, que me ajudou não apenas a levantar os dados da pesquisa, como também a pensar na prototipação do objeto, e que certamente vai colaborar na execução da etapa de validação do projeto, uma vez que, por conta da pandemia do ‘Coronavírus’, não tivemos condições de realizar ainda no ano de 2020.

RESUMO

A “Missa com Crianças”, evento religioso que acontece regularmente em algumas paróquias da Igreja Católica Apostólica Romana em João Pessoa, PB, é um modelo específico de evangelização que utiliza de forma criativa bonecos-personagens como recurso lúdico. Este relatório mostra, a partir de pesquisas quantitativa e qualitativa, de que forma seria possível aproveitar o evento em termos de uma formação das crianças para a cidadania, ampliando posteriormente o seu raio de ação numa plataforma multimídia. Em seguida, elabora uma proposta concreta de intervenção com a prototipação de novos bonecos-personagens e sua validação, tendo como horizonte roteiros ou falas sempre relativas à divulgação dos valores cidadãos.

Palavras-chave: evangelização, ludicidade, personagens, infância, formação cidadã.

ABSTRACT

The “Mass with Children”, a religious event that happens regularly in some parishes of the Roman Catholic Apostolic Church in João Pessoa - PB, is a specific model of evangelization that creatively uses puppet-characters as ludic recreational resources. This report shows, from quantitative and qualitative research, how it would be possible to make use of this event in terms of training the children for citizenship, subsequently expanding its action reach out through the platform of multimedia. Then, it elaborates a concrete proposal which intervenes with the prototyping of new puppet-characters and their valid support, having as horizon the scripts or the speeches that are always related to the dissemination of citizenship values.

--

Keywords: Evangelization, ludicrousness, personalities, childhood, citizenship formation.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	06
I CAPÍTULO: evangelizar para a cidadania a infância da era digital	09
1. A situação atual da infância	09
2. O uso de recursos lúdicos na evangelização	14
3. O conceito de ‘evangelização’ e sua estreita relação com a cidadania segundo o Papa Francisco	21
II CAPÍTULO: o processo metodológico de prototipação do produto	26
1. Os referenciais.....	26
2. A pesquisa	28
3. A prototipação do produto	35
4. A validação do produto	42
PROPOSIÇÕES FUTURAS:	
1. Inclusão de novos personagens.....	45
2. Capacitação da equipe	46
DISCIPLINAS CURSADAS E PARTICIPAÇÃO EM SEMINÁRIOS	47
Contribuições úteis no processo de construção do projeto	47
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	51
APÊNDICE 1	54
APÊNDICE 2	57

INTRODUÇÃO

O documento “Animação da Vida Litúrgica no Brasil”, da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (1989) propõe que nas celebrações das missas sejam levados em consideração alguns elementos, como, por exemplo, o tipo de público e a questão da criatividade. A CNBB chama a atenção para o fato de que existem públicos distintos, e que por isso mesmo “o presidente da assembleia não pode executar gestos e textos sempre do mesmo modo, quando está só com crianças ou num pequeno grupo ou numa igreja lotada” (CNBB, 1989, N°171).

É possível encontrar pelo país celebrações de missas com públicos bastante específicos como jovens, idosos, doentes, casais, deficientes físicos e também crianças. O objeto do nosso trabalho é justamente esse último tipo de público. Cabe destacar, porém, que em se tratando do público infantil, a chamada “Missa com crianças”, realizada em muitas igrejas do Brasil, não obedece a um único padrão. Cada comunidade paroquial tem liberdade para celebrar ao seu modo, desde que, evidentemente, obedeça aos rituais litúrgicos básicos pré-estabelecidos. Aqui deixaremos de fora as celebrações que, embora se destinem ao público infantil, não priorizam a criatividade e os elementos lúdicos. Portanto, o foco do nosso projeto são aquelas celebrações que utilizam bonecos-personagens, ou seja, lançam mão de recursos lúdicos e criativos para interagir com as crianças.

Foram três os conceitos principais que balizaram a nossa pesquisa e que constituem, por assim dizer, a sua “espinha dorsal”. No levantamento bibliográfico, para cada um desses conceitos escolhemos um autor de referência, embora outros também sejam citados. Tratando-se de conceituações com um certo grau de complexidade, é claro que não as esgotamos. O que pretendemos, ainda que de modo restrito, é fornecer um mínimo de clareza possível sobre cada um deles. Ressalte-se, a título de esclarecimento, que o conceito de cidadania vai estar sempre relacionado à noção de evangelização, e isto se deve ao fato de que, embora não sejam sinônimos, os dois guardam entre si uma íntima relação.

Inicialmente, procuramos esclarecer o conceito de “infância” a partir, sobretudo, da obra de David Buckingham (2007) “Crescer na era das mídias eletrônicas”. Optamos por este autor, sobretudo, devido ao fato de que a sua obra contempla uma ampla

retrospectiva histórica do conceito a partir das variadas correntes de pensamento. Tendo como horizonte esta retrospectiva, Buckingham (2007) rejeita uma visão essencialista e postula uma noção de infância enquanto construção social, datada, histórica. Para ele, “[...] a cultura e a representação – também sob a forma das mídias eletrônicas – são uma das principais arenas em que essa construção é desenvolvida e sustentada” (BUCKINGHAM, 2007, p. 19)

Um segundo conceito-chave presente em nosso trabalho é o de “evangelização”. Entramos, evidentemente, no campo da religião e por isso nos valem da literatura existente nessa área. A Igreja Católica Apostólica Romana possui inúmeros tratados sobre o tema. Fizemos a opção por um documento recente do Papa Francisco, “*Evangelii Gaudium*”¹ (2013), por entendermos que ele se coaduna com os objetivos do nosso trabalho. Antes de analisarmos o documento, porém, julgamos necessário apresentar um breve histórico do processo de evangelização do Brasil, levado a cabo pelos Jesuítas no século XVI, tendo como figura principal o Padre José de Anchieta. Aqui a obra referencial que utilizamos é “O teatro de Anchieta” (1988), do Padre Antônio Cardoso. Veremos, mesmo que apenas em grandes linhas, como este processo foi um processo de inculturação marcado pela presença da criatividade e da ludicidade. Veremos, assim, que o conceito do Papa Francisco não nega de maneira nenhuma a metodologia utilizada pelos jesuítas nos primórdios da história do Brasil, mas antes a confirma. Exemplo claro dessa confirmação é a ideia da celebração festiva sempre associada à evangelização. Segundo Francisco, a festa, a alegria é parte constitutiva do ato de evangelizar: “[...] a comunidade evangelizadora jubilosa sabe sempre ‘festejar’: celebra e festeja cada passo [...]” (EG N° 1)

Antes de conhecermos, porém, a noção de “evangelização” contida no documento do Papa, vamos fazer uma brevíssima referência ao “Catecismo da Igreja Católica” (1998), texto fundamental da doutrina católica romana e que de algum modo serve também de base para o pensamento de Francisco acerca do que se deve entender hoje por evangelização. Encontraremos aqui, então, a confluência dos dois conceitos, ou seja, evangelização e cidadania. Acreditamos que, ainda que usando expressões diversas, os dois documentos coincidem na determinação do conceito. A coincidência se dá no fato de que a questão da cidadania em ambos os textos é um traço essencial da evangelização. A cidadania (ou o “bem comum”, como prefere chamar o Catecismo)

¹ Em todo o trabalho usaremos as iniciais EG ao nos referirmos a este documento do Papa Francisco

não é um acessório ou complemento, mas sim um dos fundamentos da evangelização. Para o Papa Francisco, “[...] se esta dimensão não for devidamente explicitada, corre-se o risco de desfigurar o sentido autêntico e integral da missão evangelizadora” (EG N°176)

Ao mesmo tempo em que esclarecemos de modo sucinto os conceitos principais que utilizamos neste trabalho, fundamentamos também a nossa proposta de intervenção, qual seja, a elaboração dos bonecos-personagens com seus roteiros ou falas. Para isto, traçamos um roteiro metodológico com os seguintes momentos: a) pesquisa bibliográfica; b) levantamento de dados; c) pesquisa qualitativa; d) prototipação; e) validação do produto: e. 1- apresentações para um grupo de crianças e seus pais; e.2- laboratórios de avaliação e levantamento de novas propostas com os pais.

Após termos feito a coleta da bibliografia disponível, realizamos uma pesquisa quantitativa, através do envio de e-mails e ligações telefônicas, para sabermos quais eram as paróquias em João Pessoa que celebravam a “Missa com crianças” com a participação de bonecos-personagens. De posse dos resultados deste levantamento, fizemos um recorte metodológico, ou seja, escolhemos duas paróquias, sendo uma de classe social elevada e outra de periferia. Esta pesquisa² tomou como base um pequeno questionário aplicado via telefone (estávamos ainda na quarentena do Coronavírus) aos dois grupos de pais, sendo 20 pessoas de cada paróquia. Levando em consideração principalmente a análise dos resultados da pesquisa, fizemos os protótipos dos bonecos e suas respectivas falas ou roteiros. A validação do projeto infelizmente teve que ser postergada devido à impossibilidade momentânea da participação direta das crianças por causa da pandemia³.

² Cf. resultados e análise dessa pesquisa no II Capítulo do trabalho

³ Em obediência ao Dec. N° 40.304, de 12/06/2020, publicado pelo Governo da Paraíba, o Arcebispo de João Pessoa assinou em 20/06/2020 o Dec. N° 004/20 proibindo o acesso de crianças e maiores de 60 anos aos templos católicos da Arquidiocese.

I CAPÍTULO

1. EVANGELIZAR PARA A CIDADANIA A INFANCIA DA ERA DIGITAL

A Igreja precisa evangelizar, pois esta é a sua missão principal, a sua razão de ser. Além dos dois atores do processo de evangelização, isto é, o evangelizador e o evangelizado, é preciso levar em consideração um terceiro elemento, ou seja, a realidade contemporânea, os contextos social, político, econômico e cultural nos quais esta evangelização deve acontecer. Neste sentido, Francisco (2013) diz que “antes de falar de ação evangelizadora, convém recordar o contexto em que temos de viver e agir” (FRANCISCO, 2013, p. 45). É importante ressaltar que ainda nos anos 1960, quando se iniciou o processo de renovação promovido pelo Concílio Vaticano II⁴, o Papa Paulo VI já falava que a Igreja Católica deveria “[...] estar sempre atenta a descobrir os sinais dos tempos, e à sua agilidade sempre juvenil de sempre e em toda a parte tudo provar e de tomar para si o que é bom (1 Ts 5,21)” (PAULO VI, *Ecclesiam suam*, 1964, N. 27)⁵

Dentre os destinatários da evangelização inclui-se, naturalmente, a infância. Faz-se necessário, então, aqui perguntar: afinal, de que infância nós estamos falando? Quais são as particularidades desse público? Quem é esse destinatário específico do processo evangelizador? Como chegar até ele, ou quais seriam os meios mais apropriados para chegarmos até ele? Se quisermos tentar responder a estas questões precisamos conhecer, ainda que em breves linhas, a situação da infância no contexto das novas mídias e da cultura digital. Quais são os traços mais importantes desse novo perfil? Sem estas respostas, mesmo que incompletas, dificilmente a evangelização terá sucesso nos tempos atuais.

Em busca dessas respostas, partimos do pressuposto de que a criança é portadora de direitos inalienáveis. Fundamentamos nossa posição em dois documentos importantes dos âmbitos religioso e civil. O Código de Direito Canônico (CDC)⁶ no parágrafo 2 do Cânon 97⁷, considera que aos sete anos de idade a criança já possui o uso

⁴ Encontro mundial de bispos convocado pelo Papa João XXIII, 1962-1965, e que propôs a renovação doutrinária da Igreja Católica.

⁵ Neste relatório, ao citarmos trechos dos documentos da Igreja Católica, não usaremos a página, mas sim o número correspondente ao seu texto original.

⁶ Ordenamento jurídico específico do âmbito eclesial católico

⁷ Ao invés de artigos, o CDC usa o termo cânon

da razão, e é portadora de direitos, portanto. Por sua vez, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) determina o que acreditamos ser o preceito legal mais importante, ou seja, a criança também é uma cidadã, e como tal é portadora de direitos que devem ser protegidos:

Art. 3º. A criança e o adolescente gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata esta Lei, assegurando-se-lhes, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, a fim de lhes facultar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade. (BRASIL, 1990)

Dito isto, vejamos alguns olhares que hoje se debruçam sobre a questão da infância e a era digital. Existe uma corrente de autores cujo olhar é bastante pessimista com relação às novas tecnologias e seus impactos sobre a infância⁸. Dentre esses autores podemos citar N. Postman (1983), que considera a relação entre a infância e as mídias eletrônicas potencialmente perigosas (POSTMAN 1983). Sanders (1995), fiel à mesma linha de Postman, expõe sua posição contrapondo a “cultura do livro” centrada na oralidade, a cultura eletrônica atual. Esta última, de acordo o autor, “[...] provoca um curto-circuito no desenvolvimento natural de que eles precisam para se tornar seres humanos saudáveis [...] estrangula o desenvolvimento de suas próprias vozes e nega a eles seus poderes imaginativos [...]” (SANDERS, 1995, p. 189) Na década de 1980, nos Estados Unidos, outros autores além de Postman e Sanders, sobretudo psicólogos, declararam o que se convencionou chamar de “a morte da infância”. David Elkind (1981) foi um deles. “As crianças estão sendo ‘aceleradas’ infância afora por seus pais, pelas escolas e também pelas mídias” (ELKIND 1981, *apud* BUCKINGHAM 2007, p.38) Para esta corrente, o mundo contemporâneo e seus aparatos estão de alguma forma antecipando a idade adulta e forçando as crianças a amadurecerem antes do tempo devido. Em poucas palavras, já não existe mais a infância como imaginamos.

Contrapondo-se, porém, a estes autores, David Buckingham (2007) afirma, antes de qualquer coisa, que o próprio conceito de infância não é simplesmente biológico, quer dizer, não é algo fixo, mas está ligado ao seu contexto sociocultural, ou seja, depende do momento histórico em que é estabelecido. Não se pode falar de “infância” como se fosse um conceito imutável ou determinado de uma vez por todas.

⁸ Aqui entendemos o termo “infância” conforme o que estabelece o ECA, Art. 2º, “Considera-se criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa até doze anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre doze e dezoito anos de idade”.

Longe dessa noção romântica, a infância é um conceito social. Assim, cada momento da história humana formula (e experimenta) o seu próprio conceito de infância, pois

A premissa central aqui é a de que ‘a criança’ não é uma categoria natural ou universal, determinada simplesmente pela biologia. Nem é algo que tenha um sentido fixo, em cujo nome se possa tranquilamente fazer reivindicações. Ao contrário, a infância é variável – histórica, cultural e socialmente variável. As crianças são vistas- e veem a si mesmas- de formas muito diversas em diferentes grupos sociais (BUCKINGHAM, 2007, p. 19)

Desse modo, é preciso entender que as crianças de hoje são as crianças de hoje, participantes ativas de um novo contexto histórico, imersas nesta realidade, um tempo absolutamente diferente de tudo o que a humanidade já experimentou. Portanto, as crianças já não podem ser vistas como vítimas passivas das mídias, ou como diriam os defensores da “morte da infância”, amadurecidas ou “aceleradas” pelas novas tecnologias. Elas são o que são, isto é, são o que a nova cultura permite que elas sejam. Assim, Buckingham (2007) fala em termos de uma “alfabetização midiática, uma sabedoria natural espontânea de certo modo negada aos adultos hoje” (BUCKINGHAM, 2007, p. 65). Longe de serem o polo passivo da relação, ou seja, simples consumidores que absorvem tudo sem nenhum discernimento, as crianças da era digital interagem com as mídias, assimilam os conteúdos que lhes interessam mais, reconstróem significados, e assumem o controle de tudo o que nessas mídias circula.

Esta “sabedoria natural” de que fala Buckingham (2007), aliás, pode ser facilmente observada por qualquer pessoa que lida com crianças do século XXI, seja na família, na escola, ou em qualquer outro ambiente social. E aqui não se trata apenas de domínio em termos do manuseio dos novos aparelhos tecnológicos: é muito mais do que isso. Inseridas nesse novo tempo, realidade marcada fundamentalmente pelo incremento das novas tecnologias de comunicação e de informação, as crianças não somente manuseiam com facilidade os aparelhos, ou simplesmente recebem (polo passivo) conteúdos, mas tornaram-se produtoras (polo ativo). Mais do que simples consumidoras de produtos e serviços oferecidos pelo mercado tecnológico global, as crianças assumem hoje o papel de “prosumidoras” ou “*prosumers*”⁹, isto é, com suas atitudes

⁹ Segundo Matheus Pereira, “Os ‘*prosumers*’ são consumidores que procuram todas as informações sobre um produto e serviço. Depois de uma avaliação criteriosa, eles compartilham a sua opinião com milhares de seguidores na internet” (PEREIRA, Matheus. **Descubra o que é um prosumer e de que forma ele impacta na sua estratégia de marketing** - Publicada em 10 de julho de 2018. Disponível em <<https://rockcontent.com/br/blog/prosumer/r>> Acesso em: 03 de setembro de 2020)

proativas exercem uma decisiva influencia neste mercado. Não raras vezes elas participam até mesmo como protagonistas demarcando o seu próprio território. Verifica-se isto, por exemplo, nos vários canais infantis do *YouTube*.

Dentre os chamados “influenciadores digitais” tão em voga em nossos dias, podemos encontrar várias crianças. Apenas para se ter uma ideia, segundo o site Terra Educação/estudos kids (BEZERRA, 2018):

“Cada vez mais aumenta a quantidade de *youtubers* infantis brasileiros. Na maioria dos casos, são canais para crianças feitos por crianças. Com mais de 8 milhões de inscritos, o ‘Planeta das Gêmeas’ conta o dia a dia, as peripécias e as canções das irmãs Melissa e Nicole. Além do canal no YouTube, as meninas também fazem apresentações, possuem uma loja de roupas e já possuem um livro publicado. (BEZERRA, 2018)

Registre-se ainda o fato de que somente um *youtuber* adulto, mas que produz conteúdos apenas para o público infantil possuía, no final de 2019, mais de 24 milhões de inscritos. “Felipe Neto faz vídeos falando pouca coisa séria e até mesmo bobagens, histórias sem sentido, tudo isso numa linguagem simples e direta, o que agrada crianças e adolescentes” (VILICIC, 2019, p.226).

Sem dúvida, o advento dessas tecnologias mudou o nosso mundo, a forma como o percebemos e a maneira como nele vivemos. Evidentemente isso impactou fortemente a vida das crianças também. Como já pôde ser visto, o próprio conceito de infância, por ser histórico, como afirma Buckingham (2007), mudou igualmente. Neste sentido, Don Tapscott (2010) em seu livro “A Hora da Geração Digital”, fala da “geração net” como antítese da “geração TV”. Para ele, a televisão “emburrece” seus usuários e difunde uma única visão de mundo. Ao contrário, a Internet e as novas mídias são democráticas, aguçam a inteligência, difundem o conhecimento e promovem uma maior interação social (TAPSCOTT, 2010)

Na verdade, hoje as crianças parecem cada vez mais viver ‘infâncias midiáticas’ [...]” (BUCKINGHAM, 2007, p.1) De acordo com o autor, o conceito de infância que temos agora está sendo gestado e definido a partir das múltiplas e complexas interações da criança com os aparatos tecnológicos (BUCKINGHAM, 2007) Ao discutir a relação da infância com as mídias atuais, ele afirma:

[...] o que precisamos discutir não é tanto se deveríamos proteger as crianças dos males que as mídias poderão infligir a elas, mas ao contrário, como as mídias poderiam preparar as crianças mais efetivamente para as responsabilidades da cidadania adulta – ou mesmo habilitá-las a intervir nas decisões políticas que governam sua vida de criança (BUCKINGHAM, 2007, p. 245)

Neste sentido, segundo o autor, é necessário investir em novas formas de mídia-educação, isto é, possibilitar a formação das novas gerações seja através da escola formal, seja através de modelos alternativos, para que elas assumam de fato o seu destino de maneira ética e responsável (BUCKINGHAM, 2007). Não existe mais a possibilidade de isolarmos as crianças colocando-as em um mundo à parte. Temos que aceitar o fato de que

As crianças estão escapando para o grande mundo adulto – um mundo de perigos e oportunidades onde as mídias eletrônicas desempenham um papel cada vez mais importante. Está acabando a era em que podíamos esperar proteger as crianças desse mundo. Precisamos ter a coragem de prepará-las para lidar com ele, compreendê-lo e nele tornar-se participantes ativas, por direito próprio (BUCKINGHAM, 2007, p.295)

As crianças fazem parte de um mundo cercado de aparatos tecnológicos que transformam seus hábitos cotidianos e isso constitui um grande desafio para pais e educadores. Neste aspecto também concordamos com a opinião de Viviane de Bona (2010) quando chama a atenção para a urgência de se estabelecer programas e políticas públicas voltadas especificamente para a educação midiática (BONA, 2010 p. 67). O fato é que as crianças já não se apegam aos brinquedos tradicionais ou analógicos, mas passam boa parte do seu tempo diante das telas dos seus smartphones, tablets e outros aparatos tecnológicos, muitas vezes sem o devido acompanhamento dos seus pais ou responsáveis. Aqui os modelos tradicionais de educação são questionados, e tanto a escola como a família se veem diante de um grande desafio realmente.

Diante do exposto, torna-se difícil, pois, continuar aceitando a tese da passividade que os autores da teoria da “morte da infância” defendem. Para estes, o tempo da inocência, da pureza infantil já não existe mais e a culpa seria da modernidade e suas tecnologias. Segundo Buckingham (2007), estes autores [...] “identificam a era digital como uma moléstia contemporânea e a natureza de suas respostas reflete uma cominação de pânico e nostalgia característica das últimas décadas do século XX” (BUCKINGHAM 2007, p.52). Entretanto, Buckingham (2007) também chama a

atenção para a complexidade do assunto. Para ele, o tema da infância digital foge às simplificações, sejam elas pessimistas ou otimistas demais. Deveríamos abandonar o antigo conceito de infância como um período de completa inocência e, portanto, vulnerável à influência das mídias, mas isso não significa, porém, adotar a interpretação romântica que considera as crianças como “entendidas em mídia” (BUCKINGHAM 2007, p.87)

Por em questão essas ideias, no entanto, não é negar as circunstâncias significativas que realmente têm ocorrido em nossa concepção da infância e na realidade da vida cotidiana das crianças [...] uma resposta positiva e efetiva a essas mudanças só será possível se entendermos sua complexidade e suas potenciais contradições. Simplesmente culpar ou festejar as mídias é superestimar seu poder e subestimar as diversas maneiras como as crianças criam seus próprios significados e prazeres (BUCKINGHAM, 2007, p. 87)

Enfim, é esta infância da era digital o destinatário da evangelização, segundo a proposta que elaboramos e apresentamos aqui. Chegar até ela exige, antes de qualquer coisa, procurar entender minimamente o seu *modus vivendi* e depois empregar os recursos adequados e a metodologia apropriada.

2. O USO DE RECURSOS LÚDICOS NA EVANGELIZAÇÃO

Compreendida, portanto, a situação atual da infância, ou seja, a infância imersa nesta cultura digital, por via de consequência a evangelização e a catequese não podem deixar de utilizar criativamente a ludicidade, pois, do contrário, os seus objetivos dificilmente serão atingidos.

De acordo com o entendimento do Papa Francisco, como vimos anteriormente, o processo de evangelização deve levar em consideração os diferentes contextos em que se realiza. Isso significa dizer que toda e qualquer ação evangelizadora deve ser contextualizada, inserida num determinado contexto e sempre mais aberta às provocações e exigências do mesmo. Assim, cada destinatário, de acordo com a realidade em que vive, exige uma maneira diferente de evangelização.

Uma vez aceito isto, os agentes ou promotores da evangelização são chamados a “estudar os sinais dos tempos”, como já recomendava o Papa Paulo VI (PAULO VI, “*Ecclesiam suam*”, 1964, N° 27) e o Papa Francisco reforça na atualidade. Hoje, estes

siniais apontam certamente para as realidades criadas e sustentadas pelas novas tecnologias da comunicação e da informação.

Nesse contexto, e já que estamos falando de “missa com crianças”, acreditamos ser importante mencionar a contribuição de Francisco Taborda e a sua obra clássica “Sacramentos, práxis e festa”¹⁰. O autor utiliza a categoria de festa para mediar a reflexão sobre os sacramentos partindo da constatação de que

[...] só os homens são, entre todos os seres vivos, capazes de celebrar. O animal não festeja; quando muito brinca. O ser humano não só trabalha e pensa (práxis histórica). Ele canta, dança, ri, conta casos, joga, representa, faz teatro, celebra festas. Não é só ‘*homo faber*’. É ‘*homo ludens*’ e ‘*homo celebrans*’. (TABORDA, 2019, p.56)

Para Taborda, é na tensão entre práxis e festa que podemos compreender melhor o verdadeiro sentido dos sacramentos. Na verdade, os cristãos não apenas cumprem tarefas e dão testemunho do evangelho na vida prática, mas são chamados também a celebrar/festejar tudo isso. Quando se fala em sacramentos “[...] é necessário mostrar como respondem à própria estrutura do ser humano como ser da práxis e ser da festa” (TABORDA, 2019, p.116)

Criança gosta de movimento, e este é um dos principais elementos provocativos que as novas tecnologias oferecem. Criança gosta de festa, enquanto os adultos se prendem mais ao trabalho. Para as crianças, os aparelhos tecnológicos e até mesmo a escola, os estudos e a religião possuem uma dimensão “festiva”. De alguma maneira a criança revela fortemente o “*homo ludens*” que existe em nós, enquanto os adultos muitas vezes ressaltam bem mais o “*homo faber*” que do mesmo modo nos constitui (TABORDA, 2019)

Nesta mesma linha de compreensão, é importante acrescentar ainda que a Igreja compreendeu a necessidade de incluir os aspectos lúdicos no vocabulário empregado nas orações eucarísticas¹¹. O processo de renovação dos textos litúrgicos iniciado pelo Concílio Vaticano II resultou, dentre outras coisas, na criação de textos litúrgicos específicos para missas com crianças. A estrutura textual dessas orações é bastante

¹⁰ A Eucaristia (missa) é um dos sete sacramentos da Igreja Católica.

¹¹ A oração eucarística é parte essencial da missa. Recitada pelo padre celebrante e respondida pela assembleia, ela começa após o momento do ofertório e termina antes do Pai Nosso (CNBB, Conferência Nacional dos Bispos do Brasil. **Missal Romano**. São Paulo: Paulus, 2004 (9ª. ed.)

diferente daquela utilizada nas missas com adultos, a fim de atingir mais facilmente o imaginário infantil. São três orações, e em todas elas aparecem as palavras “festa” e “alegria”. Ao encerrar a “*Oração Eucarística X para missas com crianças-II*”, por exemplo, o padre que preside a celebração reza assim: “Um dia, enfim, reuni a todos nós em vosso Reino para vivermos com Maria, Mãe de Deus e nossa Mãe, a **festa** que no céu nunca se acaba” (MISSAL ROMANO, 2004, p. 1035, grifo nosso)

Ressalte-se que a presença criativa de elementos lúdicos, como por exemplo, a música, a dança, e de modo especial o teatro, sempre fez parte do cotidiano do trabalho de evangelização católica no início do nosso país, particularmente nas missões levadas a cabo pelos Jesuítas. As crianças (‘curumins’ em língua tupi), aliás, foram os destinatários privilegiados deste trabalho missionário, como veremos mais adiante. Na verdade, o nosso tema remete aos antecedentes históricos da primeira evangelização do Brasil. Este processo contou com a participação dos missionários da Companhia de Jesus, ordem religiosa fundada pelo espanhol Ignácio de Loyola, no ano de 1540, e que logo em 1549 aportou no Brasil, juntamente com o primeiro Governador Geral, Tomé de Souza. Interessa-nos aqui, porém, realçar não propriamente os aspectos históricos do trabalho destes missionários, mas sim o tipo de metodologia utilizada por eles. Não nos parece difícil chegar à conclusão de que os primeiros evangelizadores do Brasil compreenderam bem a ludicidade já presente na cultura nativa, ou seja, o ser humano enquanto “*homo faber*”, mas ao mesmo tempo como “*homo ludens*” (TABORDA, 2019).

Assim, ao examinarmos especificamente a metodologia empregada pelos missionários da Companhia de Jesus vamos encontrar primeiramente quem vê neste trabalho tão somente o braço poderoso do colonizador e o seu projeto de dominação. Dentre esses autores destacamos Luiz Paulo da Silva Vasconcelos (1987) que afirma que a utilização de recursos lúdicos, especialmente o teatro, era apenas uma “estratégia e instrumental de doutrinação” (VASCONCELOS, 1987, p. 188). Segundo ele, não havia por parte dos jesuítas uma verdadeira preocupação com a inculturação da fé.

“O Padre Anchieta, na sua tentativa de introduzir verdades morais do cristianismo aos que aos olhos europeus se apresentavam como selvagens, canibais e polígamos, utilizou-se dos recursos do canto, dança, música instrumental, mimica e máscaras, além do drama propriamente dito, numa espécie de ilustração do catecismo elementar, prolongamento de uma literatura rudimentar” (VASCONCELOS, 1987, p.188)

Entretanto, discordando dessa posição, outros autores sustentam que o processo de evangelização naquelas áreas geográficas que estiveram a cargo dos Padres Jesuítas, foi marcado sim pela inserção cultural nas realidades locais. Evidentemente, não foram os padres jesuítas que ensinaram os índios a dançar, cantar e expressarem-se artisticamente. As culturas indígenas já possuíam fortes elementos de ludicidade. De acordo com Inez Peralta e Yara Kassab (2007):

Em vários textos elaborados no decorrer do século XVI encontram-se referências as características lúdicas da sociedade indígena. O viajante Jean de Lery que esteve no Brasil em 1557 observou que os nativos 'bebam pouco ou muito porém, como não sofrem de melancolia congregam-se todos os dias para dançar e folgar' (LERY,1980: p.132, *apud* PERALTA e KASSAB 2007, p. 23).

Para esses autores, o grande mérito dos primeiros evangelizadores foi, sobretudo, o esforço por compreender a cultura nativa e usar elementos dessa mesma cultura, principalmente os seus aspectos lúdicos, para obter êxito no trabalho missionário. Assim, a música, a pintura, a dança, e, sobretudo, o teatro em suas formas europeias não foram simplesmente “impostas”, mas adaptadas, quando não mescladas, com as culturas indígenas com as quais os jesuítas estabeleceram contato. Inez Peralta e Yara Kassab (2007) ressaltam que

Onde a missão permaneceu como núcleo central, realizou-se um complexo processo de oposições e sínteses culturais desde os primeiros contatos entre jesuítas e indígenas. Os jesuítas foram, ao longo de sua permanência no Brasil, introduzindo novas formas artísticas e novos rituais às danças, músicas e cantos tradicionais dos indígenas, revelados em suas festas, ao mesmo tempo em que os corais, as músicas cantadas nas missas e o teatro português eram permeados pelas manifestações culturais indígenas (PERALTA e KASSAB 2007, p. 3)

Na verdade, os jesuítas souberam aproveitar a disposição natural dos indígenas para a brincadeira, a festa, a ludicidade em geral. Todos os processos de aproximação e de contato com as populações nativas seguiram esta metodologia, ou seja, a metodologia do lúdico, tendo as crianças como atores fundamentais. Os missionários perceberam a possibilidade de novas interações de saberes ou ainda perceberam um território de novas interdições e liberdades.

Nesse sentido, pode-se dizer que os jesuítas compreenderam que a descontração natural, a alegria de viver, expressada pelos índios nas mais diferentes manifestações de

ludicidade, era, na verdade, o meio mais inteligente e adequado para poder estabelecer uma interação com a população nativa do Brasil colônia (PERALTA e KASSAB, 2007)

Auxiliados pelo conhecimento dos seus hábitos e costumes, e sobretudo, pelo domínio da principal língua nativa da época, o tupi, cuja gramática foi sistematizada pelo jesuíta português José de Anchieta em 1555, os missionários empreenderam um amplo trabalho de evangelização cujos conteúdos eram europeus, mas as formas tornaram-se muito semelhantes ao modo indígena de ser e de viver (CARDOSO, 1988)

Os historiadores são unânimes em destacar o Padre José de Anchieta, pois foi ele que utilizou amplamente o teatro como recurso lúdico-pedagógico em suas pregações para conseguir chamar a atenção e envolver os índios, a começar pelas crianças. Ainda como estudante do curso de Letras em Coimbra, Portugal, Anchieta teve contato com as obras do dramaturgo português Gil Vicente. Ao chegar ao Brasil ele aplicou a mesma pedagogia teatral no seu trabalho de evangelização.

Segundo o historiador jesuíta Armando Cardoso “É impossível Anchieta não ter conhecido e admirado a obra de Gil Vicente, pois métrica, prosódia e muitas ideias de seus Autos são semelhantes às do grande mestre” (CARDOSO, 1988, p. 14). Para o autor, neste verdadeiro processo de “inculturação” da catequese em meio à realidade das sociedades indígenas, José de Anchieta soube observar os costumes nativos para depois introduzir neles elementos da fé cristã. De acordo com Armando Cardoso, foi em Caravelas, Bahia, após o naufrágio do navio que levava os missionários para o sul do Brasil, que Anchieta manteve um contato mais duradouro com a cultura nativa:

[...] um dia, os meninos órfãos de Lisboa, que iam na embarcação, lançada ao litoral pela tempestade, ‘puseram-se a cantar umas cantigas que se fizeram na língua dos índios. Ajuntavam-se a eles a ver e admirar’. Noutro dia, um domingo, celebrou-se missa’ com ornamentos salvos do naufrágio, e novamente os índios se ajuntavam cheios de admiração (CARDOSO, 1988, p. 15)

Em todos os poemas e obras teatrais (os “autos”) compostos por Anchieta havia a participação de crianças, enquanto que outros foram criados especificamente para serem interpretadas pelos “curumins” (crianças na língua tupi). As apresentações ocorriam em diversas oportunidades. Cardoso (1988) cita, por exemplo, a obra intitulada “*Jandê Jára Arirê*” (em português “Dança para os Reis Magos”),

Dançada e acompanhada de gaitas por meninos, a cada um competia cantar uma das estrofes. Das dez, só uma em português, a 7^a. traduz em parte e valoriza ainda mais a precedente em tupi. Ela reveste um tom de muito afeto e graciosidade, em favor dos curumins, os indiozinhos cantadores, dançadores e gaiteiros, e é uma crítica forte contra os brancos que os maltratam e só os desejam como escravos (ANCHIETA, J., *Lírica portuguesa e tupi*, trad. CARDOSO, A, 1988).

Felipe Soriano (2020), na sua dissertação de mestrado intitulada “A apresentação de Maria (*Tupansy*) aos índios do Brasil: o Auto da Assunção como instrumento catequético em José de Anchieta no final do Séc. XVI”, também destaca a importância do teatro como recurso lúdico importante no processo de evangelização dos índios. No sentido de justificar isso, o autor enfatiza que

Para inauguração da Igreja da missão e entronização do seu orago, José de Anchieta prepara um auto catequético que foi encenado em 15 de agosto de 1590. Devido aos seus elementos históricos, culturais e teológicos, podemos afirmar que nesse auto se celebram os melhores resultados do trabalho indigenista da Companhia de Jesus no século XVI. (SORIANO, 2020, p.1).

Soriano (2020) discorda dos autores que classificam a obra missionária do Padre Anchieta como uma simples imposição dos valores culturais do colonizador europeu sobre as populações nativas. Muito pelo contrário, “O hibridismo de sua mariologia popular, os elementos teatrais e alegóricos por ele utilizados, confessam a transculturalidade de sua catequese” (SORIANO, 2020, p. 1).

Por sua vez, Jean de Lery (1980), menciona ainda nos seus relatos os momentos de características lúdicas presentes nos principais eventos da sociedade indígena tais como: nascimento, morte, guerras, vitórias e consórcios: “Os índios utilizavam-se também de enfeites de plumas, mascaras e pintavam-se, seja para transmitirem alegria ou melancolia” (LERY 1980, *apud* PERALTA e KASSAB, p.45). Cardim (1980), ressalta esse espírito brincalhão dos nativos ao falar da figura do demônio que estava sempre presente nas festividades das aldeias: “A esta figura [demônio] fazem os índios muita festa por causa da sua formosura, gatimanhos e trejeitos que faz; em todas as suas festas metem algum diabo, para ser deles bem celebrada” (CARDIM, 1980, p. 223).

Embora, é claro, o discurso contido no teatro dos jesuítas no Brasil Colônia tivesse fortes traços do rigor da moral cristã vigente, Anchieta e seus companheiros souberam transmitir a doutrina católica de forma leve e divertida, aproximando-se da cultura indígena. Sem abrir mão dos rígidos princípios doutrinários da Igreja Católica,

os primeiros missionários conseguiam seus objetivos com relativa facilidade. A razão deste sucesso residia no fato de que a mensagem cristão-católica era incorporada aos hábitos e costumes nativos, aproveitando, sobretudo, a força da ludicidade presente nesta cultura. Era, portanto, através das expressões artísticas, especialmente da arte dramática envolvendo, sobretudo, as crianças, que os jesuítas no Brasil Colônia evangelizavam, como relatam Peralta e Kassab (2007).

Os missionários reuniam grupos, geralmente de crianças indígenas, para se ensaiar as peças escritas a partir do que observavam na vida dos nativos. Com isso, os padres tematizavam o cotidiano indígena, inserindo censura através da moral e dos bons costumes cristãos. Nas cenas, adaptava-se a vida nativa para uma vida cristã, criticando-se a poligamia, a embriaguez e a antropofagia (PERALTA e KASSAB 2007, p. 8).

Diante disso, e considerando principalmente o fato de estarmos vivendo hoje em ambientes digitais, a Igreja Católica é chamada a rever seus métodos de evangelização, de modo especial em relação ao trabalho de evangelização com as crianças. Assim como os primeiros evangelizadores, jesuítas especialmente, souberam compreender para depois inserir-se no contexto em que se achavam, é preciso que a evangelização contemporânea torne-se cada vez mais uma evangelização atenta às novas realidades.

Nos tempos atuais cresce ainda mais a necessidade de transmitir a mensagem cristã de uma forma diferente, com outras metodologias, ou seja, um modo que expresse um mínimo de sintonia com essas realidades. Como vimos anteriormente, as crianças de hoje são mais sensíveis, uma vez que já nasceram na era digital, uma cultura baseada essencialmente no fluxo contínuo de imagens e de grande interatividade midiática. É preciso, então, que os novos evangelizadores tenham, na verdade, um duplo olhar, ou seja, um olhar “retrospectivo” e um olhar “prospectivo”. Deve-se olhar para o passado com suas riquezas metodológicas, tentando captar algumas de suas principais ideias criativas, e ao mesmo tempo examinar os delineamentos da cultura atual para tentar enxergar melhor em que consiste a era digital, discernindo quais são os seus principais desafios, ou seja, os “sinais dos tempos”, conforme sugere Paulo VI (1964, N° 27) e o Papa Francisco reforça.

Hoje talvez mais do que ontem, faz-se necessário, e de certa forma, até urgente, efetivar um verdadeiro processo de inculturação, ou seja, falar de Deus respeitando as novas formas humanas de ser e de viver. Dentre as metodologias utilizadas pelos

primeiros missionários existem, como já foi visto, elementos que podem ser aplicados nos dias de hoje. O apelo à ludicidade sem dúvida é um desses.

3. O CONCEITO DE EVANGELIZAÇÃO E SUA ESTREITA RELAÇÃO COM A CIDADANIA SEGUNDO O PAPA FRANCISCO

Outro pressuposto do nosso trabalho é o conceito de evangelização estabelecido pelas novas propostas do Papa Francisco, de modo particular as indicações contidas no documento do Vaticano que tem como título “*Evangelii Gaudium*”¹². Trata-se aqui, na verdade, de uma atualização do próprio conceito de evangelização. Sem desprezar as conceituações anteriores, especialmente àquelas definidas por Paulo VI, João Paulo II, Bento XVI, assim como as indicações dos bispos latino-americanos, Francisco expõe com muita clareza a noção de evangelização para os novos contextos em que vivemos.

Ao fazer isto, o Papa estabelece, ao mesmo tempo, uma íntima relação entre evangelização e cidadania. Como é do conhecimento público, desde a eleição de Francisco a Igreja começou a viver uma fase de profundas revisões e/ou atualizações em todo o campo doutrinário, e este documento é um bom exemplo. O nosso trabalho, é claro, não tem a pretensão de analisar a *EG* em toda a sua amplitude. Vamos destacar apenas alguns elementos que dizem respeito a relação da evangelização com a cidadania, expressando assim a atualidade da ação da Igreja na sociedade face aos desafios que esta última lhe impõe.

Como já dissemos no início, o conceito de evangelização que utilizamos aqui é aquele proposto pelo Papa Francisco, na mesma esteira das declarações dos seus antecessores imediatos e em sintonia também com o pensamento dos bispos da América Latina manifestado principalmente nos encontros continentais¹³ de Medellín (Colômbia, 1968), Puebla (México, 1979), Santo Domingo (República Dominicana, 1992), e Aparecida (Brasil, 2007). Saliente-se, aliás, que antes de sua eleição como Papa Francisco, o Cardeal Bergoglio foi Arcebispo de Buenos Aires (Argentina) e o seu pensamento, portanto, não pode ser dissociado totalmente das ideias centrais da Igreja latino-americana, Igreja esta, aliás, fortemente influenciada pela Teologia da

¹² Usaremos a sigla EG sempre que nos referirmos aqui a este documento do Papa.

¹³ As conferências episcopais foram convocadas, respectivamente, pelos Papas Paulo VI (Medellín), João Paulo II (Puebla e S. Domingo) e Bento XVI (Aparecida), e tiveram forte impacto na vida da Igreja Católica na América Latina.

Libertação¹⁴. Assim, o conceito de evangelização dialoga necessariamente com o de cidadania, como veremos em seguida.

Sem nos determos demasiado na explanação do que entendemos aqui por “cidadania”, vamos citar apenas duas definições básicas, sendo uma da esfera leiga e outra da esfera eclesial. A primeira é aquela proposta por T. H. Marshall (1967) O autor afirma que nos países ocidentais, a cidadania moderna constituiu-se por etapas. Em seu livro “Cidadania, Classe Social e Status” (MARSHALL, 1967) ele diz que a cidadania só é plena se dotada de todos os três tipos de direitos:

Civis: direitos inerentes à liberdade individual, liberdade de expressão e de pensamento; direito de propriedade e de conclusão de contratos; direito à justiça; que foi instituída no século 18; Políticos: direito de participação no exercício do poder político, como eleito ou eleitor, no conjunto das instituições de autoridade pública, constituída no século; Sociais: conjunto de direitos relativos ao bem-estar econômico e social, desde a segurança até ao direito de partilhar do nível de vida, segundo os padrões prevalentes na sociedade, que são conquistadas do século XX (MARSHALL, 1967, p..235)

Desse conceito surge o entendimento, portanto, de que a cidadania não se restringe às esferas civil e política, mas comporta também os direitos sociais. Ser cidadão ou cidadã é também ter direito ao trabalho, a saúde, a educação, a moradia e outras coisas fundamentais à promoção e manutenção da dignidade humana. Como veremos mais adiante, o Papa Francisco vai destacar esses direitos ao dizer o que entende por evangelização nos dias de hoje.

No Catecismo da Igreja Católica¹⁵, compendio elaborado ainda no governo do Papa João Paulo II, no final dos anos 1990, obra referencial, sem dúvida, da doutrina católica, encontramos também uma definição de cidadania. Neste compendio encontramos “cidadania” relacionada com a noção de “bem comum”, entendido este como “o conjunto daquelas condições da vida social que permitem aos grupos e a cada um de seus membros atingirem de maneira mais completa e desembaraçadamente a própria perfeição” (CIC N. 1906).

¹⁴ Movimento que surgiu dentro da Igreja Católica latino-americana nos anos 1960 e que, por meio de uma análise crítica da realidade social, buscou interpretar o Evangelho numa perspectiva libertadora auxiliando a população pobre e oprimida na luta por direitos.

¹⁵ Usaremos neste trabalho as iniciais CIC ao nos referirmos ao documento, e como em todos os outros documentos de Igreja, as citações serão sempre pelo número e não pela página correspondente.

Segundo o documento, exercer a cidadania em primeiro lugar significa “[...] garantir o respeito pela pessoa como tal” (CIC N. 1907). Em virtude disso, “[...] os poderes públicos são obrigados a respeitar os direitos fundamentais e inalienáveis da pessoa humana. [...]” (CIC N. 1907). Porém, não basta garantir o respeito a esses direitos cidadãos: é preciso torná-los concretos através do desenvolvimento social e econômico de toda a sociedade:

Em segundo lugar, o bem comum exige o bem estar social e o desenvolvimento do próprio grupo. O desenvolvimento é o resumo de todos os deveres sociais. [...] cabe à autoridade servir de árbitro em nome do bem comum, entre os diversos interesses particulares. Mas ela deve tornar acessível a cada um aquilo de que precisa para levar uma vida verdadeiramente humana: alimento, vestuário, saúde, trabalho, educação e cultura [...] (CIC N. 1908)

O Catecismo complementa a sua conceituação de cidadania afirmando que “[...] o bem comum envolve a paz, isto é, uma ordem justa, duradoura e segura” (CIC N.º. 1909). Entretanto, tudo isso depende fundamentalmente da participação das pessoas na sociedade, como afirma o documento: “É necessário que todos participem, cada um conforme o lugar que ocupa e o papel que desempenha, na promoção do bem comum. Este dever é inerente à dignidade da pessoa humana” (CIC N. 1913). Em resumo, o “Catecismo da Igreja Católica” conceitua o termo “cidadania” apoiando-se em palavras-chaves: respeito, direitos, deveres, desenvolvimento, justiça e paz duradouras. Como veremos adiante, estas mesmas palavras encontram eco na EG do Papa Francisco.

Na Encíclica *Evangelii Gaudium* (2013), Francisco chama a atenção para a necessidade que a Igreja tem de atualizar as formas de evangelização para fazer face aos desafios do tempo presente. Para isso é preciso, em primeiro lugar, que a evangelização hoje seja um anúncio alegre. Neste sentido, logo no início do seu documento o Papa lança um convite aos católicos:

Recuperemos o fervor do espírito [...] E que o mundo do nosso tempo, que procura ora na angústia, ora com esperança, possa receber a Boa Nova dos lábios, não de evangelizadores tristes e descoroçados, impacientes ou ansiosos, mas sim de ministros do Evangelho cuja vida irradie fervor, pois receberam primeiro em si a alegria de Cristo (PAPA FRANCISCO, EG, N.º10)

Francisco elege como fundamento do conceito de evangelização o que ele chama de “Igreja em saída”, que significa “sair da própria comodidade e ter a coragem de

alcançar todas as periferias que precisam da luz do evangelho” (FRANCISCO, 2013) Desse modo, diz o Papa, os destinatários serão os empobrecidos, ou se quisermos, aquelas pessoas que não são reconhecidas ou não podem exercer a sua cidadania plena.

Não devem subsistir dúvidas nem explicações que debilitem esta mensagem claríssima. Hoje e sempre, os pobres são os destinatários privilegiados do Evangelho, e a evangelização dirigida gratuitamente a eles é sinal do Reino que Jesus veio trazer. Há que se afirmar sem rodeios que existe um vínculo indissolúvel entre a nossa fé e os pobres. Não os deixemos sozinhos” (PAPA FRANCISCO, EG, N°48)

Para ele, é preciso também anunciar o Evangelho respeitando a cultura atual e observando os desafios impostos pelas novas realidades. Ao evangelizar, a Igreja Católica, através dos seus agentes, precisa considerar os fundamentos da fé, mas ao mesmo tempo deve estar atenta às realidades da nova cultura.

[...] as enormes e rápidas mudanças culturais exigem que prestemos constante atenção ao tentar exprimir as verdades de sempre numa linguagem que permita reconhecer a sua permanente novidade, pois no depósito da doutrina cristã, uma coisa é a substância e outra é a formulação que a reveste [...] Portanto, a renovação das formas de expressão torna-se necessária para transmitir ao homem de hoje a mensagem evangélica no seu significado imutável (PAPA FRANCISCO, EG, N° .44, grifo nosso)

Uma vez considerado isto, Francisco, no documento já citado, traça em linhas gerais o seu conceito de evangelização vinculando-o necessariamente aos valores da cidadania que devem ser implantados na sociedade. De maneira especial, trata-se aqui de compreender a evangelização como missão que visa resgatar a dignidade dos mais pobres, ou seja, daquelas categorias de pessoas que não têm acesso aos direitos básicos de todo cidadão e de toda cidadã.

O Papa afirma que “Cada cristão e cada comunidade são chamados a ser instrumentos de Deus ao serviço da libertação e promoção dos pobres, para que possam integrar-se plenamente na sociedade” (FRANCISCO, 2013, N°88). Faz-se necessário deixar de lado certa visão individualista-intimista da religião que predominou no passado, para lançar agora um olhar mais amplo sobre a sociedade, de modo particular sobre os excluídos da cidadania. Desse modo, Francisco mais adiante declara:

[...] a proposta do Evangelho não consiste só numa relação pessoal com Deus. E a nossa resposta de amor também não deveria ser entendida como uma mera soma de pequenos gestos pessoais a favor de alguns indivíduos necessitados, o que poderia constituir uma «caridade por receita», uma série de ações destinadas apenas a tranquilizar a própria consciência. A proposta é o Reino de Deus (cf. Lc 4, 43); trata-se de amar a Deus, que reina no mundo. Na medida em que Ele conseguir reinar entre nós, a vida social será um espaço de fraternidade, de justiça, de paz, de dignidade para todos. Por isso, tanto o anúncio como a experiência cristã tendem a provocar consequências sociais (PAPA FRANCISCO, EG, N° 67)

As consequências sociais da evangelização de que fala o líder da Igreja Católica não se resumem ao simples trabalho caritativo, como, aliás, historicamente as organizações eclesiais sempre fizeram. É preciso passar de uma concepção puramente assistencialista para assumir uma postura que promova o resgate da dignidade humana em seu sentido mais amplo. Registra-se aqui, de fato, um modo novo de entender a evangelização e suas exigências em termos de justiça social.

Enquanto não forem radicalmente solucionados os problemas dos pobres, renunciando à autonomia absoluta dos mercados e da especulação financeira e atacando as causas estruturais da desigualdade social, não se resolverão os problemas do mundo e, em definitivo, problema algum. A desigualdade é a raiz dos males sociais (PAPA FRANCISCO, EG, N° 202)

Desse modo, não nos parece absurdo nem fora de propósito tratar da formação para a cidadania no âmbito eclesial, uma vez que, segundo o líder maior da Igreja Católica, ela é indissociável do conceito de evangelização nos dias de hoje. São, por assim dizer, duas faces de uma mesma moeda. Evangelizar é anunciar a pessoa de Jesus Cristo, mas sem esquecer de modo algum que este anúncio implica na defesa e na promoção da cidadania, pois “uma fé autêntica – que nunca é cômoda ou individualista – comporta sempre um profundo desejo de mudar o mundo, transmitir valores, deixar a terra um pouco melhor depois da nossa passagem por ela’ (FRANCISCO, 2013, N°183)

Considerando, então, os pressupostos até aqui colocados: 1) de que a evangelização tem que estar atenta às exigências atuais da infância midiática (BUCKIGHAM, 2007) e que por isso faz-se necessário usar da criatividade lúdica; 2) que isso também está de acordo com a tradição dos primeiros evangelizadores do Brasil (CARDOSO, 1988); e 3) que esses pressupostos encontram apoio nos ensinamentos do Papa Francisco que vincula a evangelização com a formação para a cidadania (FRANCISCO, 2013), o nosso trabalho se propõe a indagar: de que maneira o apelo aos

recursos lúdicos pode resultar numa contribuição efetiva no sentido também de ajudar a formar verdadeiros cidadãos e cidadãs? Para além dos conteúdos estritamente religiosos, é possível pensar numa contribuição desse tipo?

II CAPÍTULO

O PROCESSO METODOLÓGICO DE PROTOTIPAÇÃO DO PRODUTO

1. Os referenciais

A prototipação do nosso produto tomou, inicialmente, como referencial uma pesquisa quantitativa de campo com entrevistas orientadas por questionários aplicados através de e-mails e ligações telefônicas¹⁶. Por sua vez, a análise qualitativa dos dados obtidos seguiu a metodologia da chamada “Análise de conteúdo”. Um dos precursores desse tipo de análise foi Laswell (1916) [...] “que em meados de 1915, se utilizou da técnica nos Estados Unidos, com o intuito de identificar a postura estratégica dos demais países, proceder análise de imprensa e de propagandas” (LASWELL *apud* HENNIG e FOSSÁ, 2015, p.99) Essa metodologia foi sistematizada e alcançou popularidade a partir de Laurence Bardin (1977) que assim define a sua proposta,

[...] é um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis, em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a ‘discursos’ (conteúdos e conteúdos) extremamente diversificados [...] é uma hermenêutica controlada, baseada na dedução: a inferência (BARDIN 1977, p 9)

Segundo a autora, trata-se de “desocultar” as mensagens de cada conteúdo, desvendando o que nelas existe e que à primeira vista não se revela. O investigador científico “[...] procura o escondido, o latente, o não-aparente, o potencial de inédito (do não dito)” (BARDIN, 1977). Quanto à interpretação, a análise de conteúdo transita entre dois polos: o rigor da objetividade e a fecundidade da subjetividade. Nesse esforço de analisar o aparente para descobrir o que existe por trás dos conteúdos, “salienta-se o caráter social da análise de conteúdo, uma vez que é uma técnica com intuito de

¹⁶ A pandemia do Coronavírus não permitiu que fosse presencial.

produzir inferências de um texto para seu contexto social de forma objetiva” (BARDIN, 1977)

Bardin (1977) propõe três etapas a serem obedecidas na análise de conteúdo: 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação. A primeira etapa consiste na escolha dos documentos, leitura, sistematização do material recolhido, escolha dos indicadores e formulação de hipóteses (1977) A fase 2 consiste na codificação por meio de recorte, agregação e enumeração, com base em regras precisas sobre as informações textuais, representativas das características do conteúdo (BARDIN 1977). De acordo com HENNIG e FOSSÁ (2015) a terceira fase da análise de conteúdo

[...] compreende o tratamento dos resultados, inferência e interpretação, consiste em captar os conteúdos manifestos e latentes contidos em todo o material coletado (entrevistas, documentos e observação). A análise comparativa é realizada através da justaposição das diversas categorias existentes em cada análise, ressaltando os aspectos considerados semelhantes e os que foram concebidos como diferentes. (HENNING e FOSSÁ, 2015, p.22)

Decidimos optar por esta metodologia em primeiro lugar por entendermos que ela poderia ajudar-nos a compreender melhor os discursos latentes (ocultos) nas falas dos bonecos-personagens das duas comunidades paroquiais pesquisadas. Além disso, uma vez analisados esses discursos, poderíamos elaborar roteiros de falas mais de acordo com a nossa proposta, qual seja, a formação para a cidadania.

Como veremos mais adiante, cada paróquia pesquisada está inserida numa determinada realidade socioeconômica, e isto, de acordo com o nosso entendimento, tem reflexos nos discursos dos bonecos-personagens. “Desocultar”, para usarmos a mesma expressão de Bardin (1977), o que está por detrás destes discursos, foi o nosso objetivo maior.

Outro referencial metodológico deste trabalho foi o “*Design Thinking*” (NEVES, 2018). Por razões práticas, visando simplificar ainda mais o nosso trabalho de prototipação, optamos pela versão “*Sprint*”, criada por Jake Knapp (2017). Trata-se do mesmo método, porém mais resumido. Segundo o seu autor, “Os *sprints* oferecem um caminho para resolver grandes problemas, testar novas ideias, fazer mais coisas em menos tempo” (KNAPP, 2017, p.18) Este método concretiza-se em apenas cinco dias, respeitando uma sequência determinada. Primeiramente os problemas são mapeados

(1º. dia), depois são feitos esboços de possíveis soluções (2º. dia), em seguida a equipe toma uma decisão a partir das sugestões propostas (3º. dia). No quarto dia é construído, então, um protótipo e o processo se conclui com a validação. Na linguagem própria do “*Desing Thinking*” esta sequência corresponderia às etapas de imersão/observação, ideação, prototipação e validação.

É possível, então, perceber que o nosso caminho metodológico obedeceu a esta proposta¹⁷. O primeiro passo foi levantar o problema através de pesquisas quantitativa e qualitativa (quanti-quali), para em seguida propor soluções que seriam concretizadas através da prototipagem do produto (no caso, os bonecos-personagens). A última etapa, ou seja, a validação, não foi realizada pelos motivos aqui já mencionados.

2. A pesquisa

Baseados, então, sobretudo, nesta proposta metodológica, realizamos pesquisas quantitativa e qualitativa no âmbito da Arquidiocese da Paraíba. Desse modo, após a revisão bibliográfica, se procede primeiro a uma pesquisa quantitativa- através da troca de e-mails e/ou contatos telefônicos - com as secretarias paroquiais abrangendo 43 paróquias¹⁸ existentes na Arquidiocese da Paraíba, no primeiro semestre de 2020, visando apenas saber quais eram aquelas comunidades paroquiais que realizavam o evento “Missa com Crianças” ao menos uma vez ao mês. Computados os dados, fizemos um recorte deste universo destacando tão somente duas paróquias. A escolha dessas paróquias tomou como base o critério socioeconômico. Foram escolhidas, então, uma situada em região classificada como de classe “A-B” (Bairro Tambaú) e outra cujos frequentadores pertencem majoritariamente às classes “C-D” (Bairro Mandacaru)¹⁹

Após este recorte metodológico da primeira pesquisa, foi realizada, então, uma segunda pesquisa, dessa vez tendo como universo apenas as duas paróquias selecionadas²⁰. Esta pesquisa, feita também através de telefone e/ou e-mail, com a ajuda

¹⁷ A disciplina “Criatividade e processos criativos”, cursada durante o Mestrado, nos possibilitou a participação numa oficina de *Desing Thinking*, na versão *Sprint* oferecida pelo SEBRAE de PE.

¹⁸ Além da Cidade de João Pessoa, consideramos as paróquias existentes nos municípios vizinhos: Bayeux, Santa Rita e Cabedelo, que compõem a região metropolitana e fazem parte da mesma arquidiocese.

¹⁹ Por questões éticas, não mencionamos os nomes dessas paróquias, mas as titulamos como “Paróquia X” e “Paróquia Y”

²⁰ Pesquisa feita em João Pessoa, PB, no período de 19/03/2020 a 11/05/2020.

de um questionário próprio, foi respondida por 40 pais de crianças que frequentam a “Missa com Crianças”, sendo 20 de cada paróquia. A escolha desses pais foi feita de modo aleatório, a partir da indicação do padre responsável pela paróquia, uma vez que não tínhamos nenhuma relação com os entrevistados.

Neste momento, aliás, o mais importante para o nosso projeto, queríamos conhecer as palavras ou os termos mais utilizados nas falas dos bonecos-personagens de cada paróquia e que, por isso mesmo, eram lembrados pelas crianças após o evento. Com os números computados em mãos, passamos então à análise mais qualitativa.

Ao procedermos a análise dos conteúdos, o objetivo, de fato, era entender até que ponto essas falas estariam contribuindo ou não para a formação cidadã das crianças que constituem o público costumeiro da “Missa com crianças” em cada uma das comunidades.

Portanto, tratava-se de descobrir ou “desocultar”, como afirma BARDIN (1997), o que os seus verdadeiros sentidos estariam revelando. Por que após o evento as crianças se lembram com mais frequência de determinadas palavras e não de outras? Por que algumas palavras são mais citadas numa paróquia e não na outra? Isso poderia ter relação com a situação socioeconômica da paróquia?

Nesse momento do processo metodológico, Bardin (1977), recomenda que o pesquisador formule hipóteses, ou seja, afirmações de caráter provisório que deverão ser testadas. Para a autora, “trata-se de uma suposição cuja origem é a intuição e que permanece em suspenso enquanto não for submetida à prova de dados seguros” (BARDIN, 1977, p. 98) As hipóteses que no projeto aqui relatado tentamos provar são as seguintes:

- a) Todos os elementos lúdicos causam algum tipo de impacto nas crianças, e isso independe da classe social a que pertençam;
- b) O contexto socioeconômico de cada paróquia favorece a presença ou não de certa preocupação com a necessidade de formação para o exercício da cidadania.

Em outras palavras, supomos que, embora pertençam a estratos sociais bem distintos, todas as crianças, ainda que em graus diferentes, estão inseridas na mesma cultura digital (hipótese a). Porém, mesmo que os componentes lúdicos presentes na

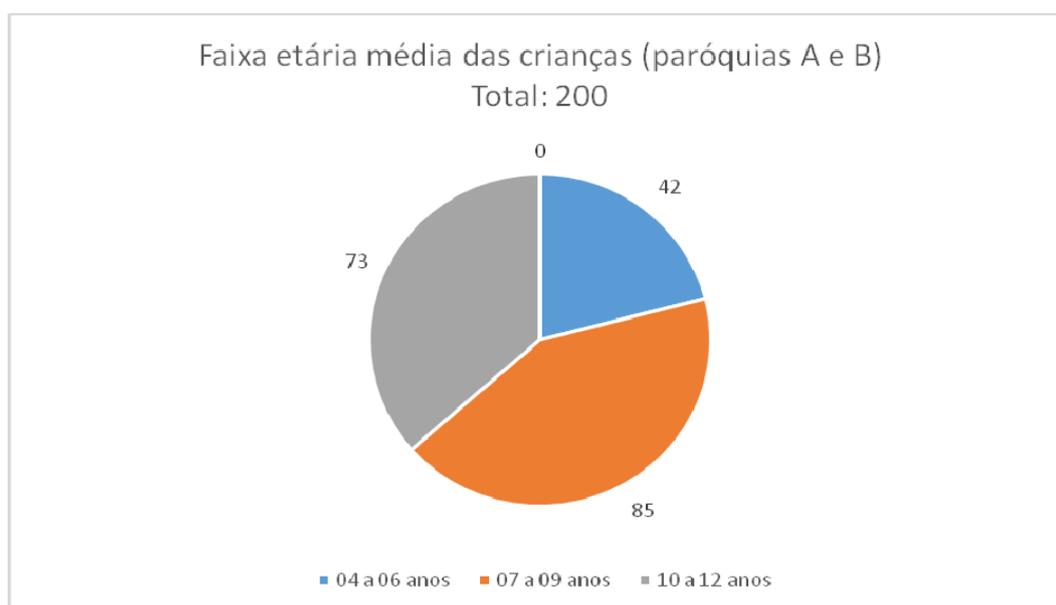
“Missa com crianças” garantam a atenção do público infantil de ambas as paróquias pesquisadas, as falas dos bonecos-personagens correspondem mais propriamente à realidade social e econômica de cada paróquia (hipótese b).

O questionário da nossa pesquisa constou de oito perguntas objetivas, dirigidas igualmente aos dois grupos de pais que frequentam a “Missa com Crianças”, sendo um grupo da Paróquia X e o outro da Paróquia Y. A partir da demarcação deste universo, constituímos um corpus, de acordo com a metodologia da análise de conteúdo.

Segundo Bardin, “O corpus é o conjunto de documentos tidos em conta para serem submetidos aos procedimentos analíticos” (BARDIN, 1977, p. 96) Então, das oito perguntas²¹, destacamos apenas quatro, por considerarmos as mais importantes para fins de comprovação das hipóteses que levantamos. Antes porém, fizemos uma sondagem junto às secretarias de ambas as paróquias a fim de sabermos qual é a faixa etária média das crianças que frequentam a missa com regularidade (ao menos 3 vezes por mês)²²

Os gráficos a seguir trazem os resultados da nossa pesquisa:

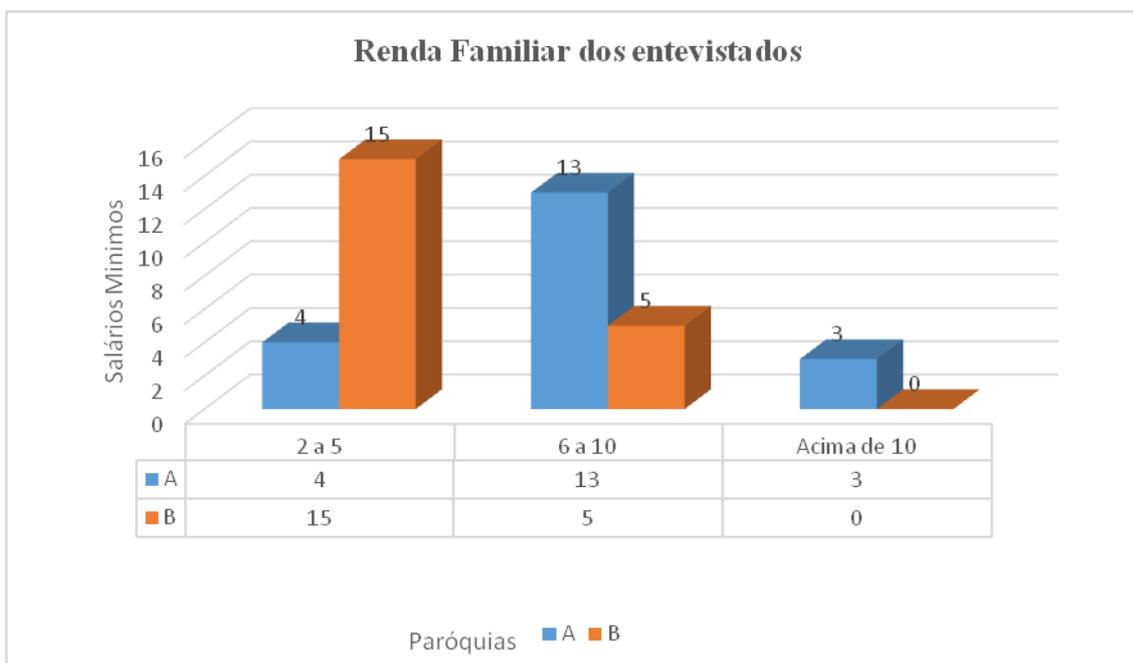
Gráfico 1



²¹ Cf. questionário anexo

²² Embora as respectivas secretarias paroquiais não soubessem informar o número exato de crianças frequentadoras da missa, para efeito desse levantamento consideramos um universo de apenas 200 crianças, 100 em cada paróquia.

Gráfico 2



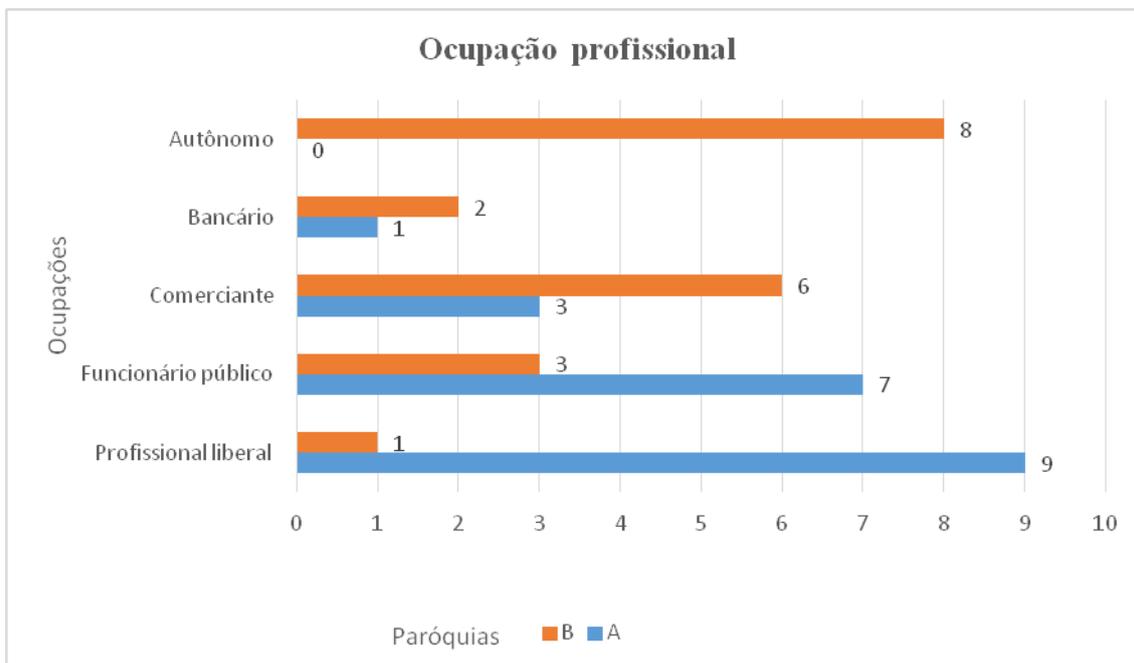
Pergunta N° 02 – Qual é a renda familiar?

Os resultados da pesquisa apresentados neste gráfico demonstram o nível econômico-financeiro dos frequentadores das duas paróquias.

A faixa salarial de 02 a 05 salários mínimos predomina na Paroquia Y, enquanto a faixa de 6 a 10 é a maior dentre os católicos da Paroquia X. Estes números refletem o perfil dos bairros onde estão situadas as paróquias pesquisadas, isto é, bairro onde residem as classes média-média e média-alta (Bairro Tambaú) e bairro da periferia de João Pessoa-PB (Bairro Mandacaru)

Ressalte-se, é claro, que por tratar-se de uma capital nordestina de porte médio, a renda da população, mesmo das classes A-B, não é das mais altas. Além disso, é importante salientar que a pesquisa foi realizada logo no início da pandemia do ‘Corona vírus’, antes da quarentena imposta pelos órgãos de saúde pública. O fechamento de diversas atividades comerciais, industriais, prestação de serviços e o consequente desemprego de muitas pessoas, deve ter impactado de algum modo todas essas famílias, provocando talvez uma queda na sua renda.

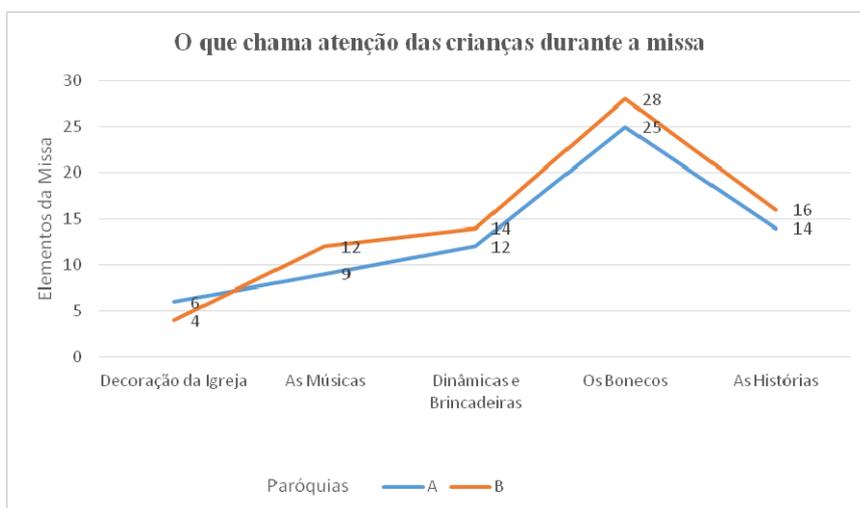
Gráfico 3



Pergunta N° 03 – Qual é a ocupação profissional?

O perfil econômico-financeiro visto no gráfico 02 é comprovado pela análise do tipo de ocupação profissional dos frequentadores de cada uma das duas paróquias pesquisadas. Enquanto na Paróquia X o número de profissionais liberais lidera a pesquisa, seguido da categoria de funcionários públicos, na Paróquia Y predominam os trabalhadores autônomos e, em seguida, os pequenos comerciantes de bairro.

Gráfico 4



Pergunta N° 05 – Quais são os elementos que chamam mais a atenção das crianças?

Se os gráficos anteriores apontavam diferenças substanciais entre as duas paróquias, especialmente em termos sociais e econômicos, o gráfico 05 mostra um grau elevado de similaridades.

Quando foi perguntado aos pais das crianças o que mais chama a atenção dos seus filhos durante a “Missa com Crianças”, as respostas foram muito semelhantes em ambas as paróquias. Diga-se de passagem, que essas respostas foram espontâneas e cada entrevistado (a) poderia dar mais de uma resposta.

É interessante constatar que, de fato, os bonecos são o centro de todas as atenções, e isso independe do bairro onde moram as crianças e, conseqüentemente, da condição socioeconômica de suas famílias. O aspecto lúdico impressiona e cativa a mente infantil nesta era digital. A percepção infantil, ao que tudo indica, é a mesma. Conclui-se, então, que a participação dos bonecos é o elemento a partir do qual o evento chama a atenção das crianças, seja qual for a paróquia ou o contexto econômico-social em que se realiza.

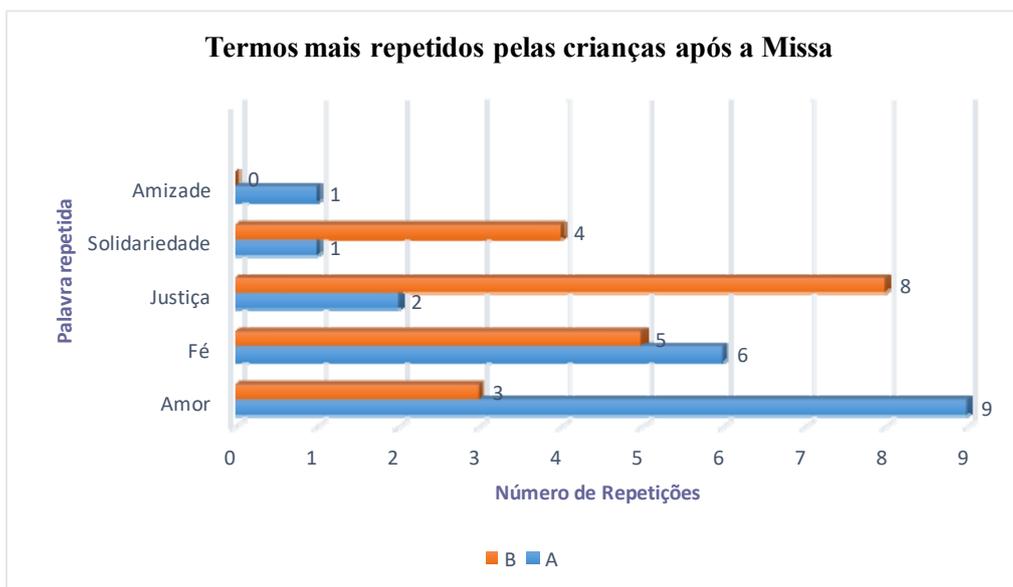
Em segundo lugar vêm as histórias contadas por esses bonecos. Cada paróquia tem seus bonecos e suas próprias histórias, mas os resultados da pesquisa mostram que a repercussão entre as crianças acontece relativamente nas mesmas proporções de interesse tanto na Paróquia X como na Paróquia Y. As histórias atraem a atenção das crianças, independentemente do seu conteúdo e lugar socioeconômico.

Logo após as histórias (falas dos bonecos-personagens), vem o item “dinâmicas e brincadeiras” (12 na Paróquia X e 14 na Paróquia Y), o que nos leva a confirmar também a importância da presença de outros aspectos lúdicos no decorrer da “Missa com crianças”.

Os elementos mostrados pelo gráfico podem servir de argumento para sustentar a primeira parte da nossa hipótese, ou seja, que os componentes lúdicos, especialmente os bonecos-personagens, presentes na “Missa com crianças”, garantem a atenção do público infantil de ambas as paróquias. As disparidades em relação à “renda familiar” de cada paróquia, demonstradas pelo Gráfico 02, não se repetem no Gráfico 05. Portanto, não podemos dizer que as crianças da Paróquia X sejam diferentes das crianças da Paróquia Y. Todas elas estão inseridas na mesma cultura digital e fundamentalmente têm idênticas percepções, embora pertençam a classes sociais

distintas. Assim, constata-se que a ludicidade é o traço que chama a atenção do público infantil de qualquer estrato social.

Gráfico 5



Pergunta N° 07– Quais são as palavras que as crianças mais repetem depois?

Os números apontados pelo gráfico 07 indicam o tipo de narrativa presente em cada uma das paróquias pesquisadas. A pergunta dirigida às pessoas entrevistadas tinha como objetivo identificar quais eram os termos mais usados nas falas dos bonecos-personagens durante a celebração da missa e que as crianças repetiam com uma certa frequência depois do evento. Entendemos que a repetição dessas palavras seria um forte indicativo do grau de impacto que elas tiveram na mente das crianças, contribuindo de algum modo na sua formação cidadã.

Em sua metodologia de “análise de conteúdo”, Bardin (1977) fala em “unidade de registro” e cita como exemplos a “palavra” e o “tema”. A nossa opção foi pela análise temática, que segundo a autora: “consiste em descobrir os ‘núcleos de sentido’ que compõem a comunicação e cuja presença, ou frequência de aparição podem significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido” (BARDIN, 1977, p. 105) Consideramos, então, as palavras-chave ou as palavras-tema (1977) presentes no gráfico 07 que remetem mais diretamente à questão da cidadania, ou seja, justiça e solidariedade.

Assim, na Paróquia X, as palavras mais presentes na fala dos bonecos-personagens, e por isso mesmo com maior grau de repercussão nas crianças, foram *amor* (9) e *fé* (6), enquanto que *justiça* (2) e *solidariedade* (1) têm baixa adesão. Por outro lado, na Paróquia Y os valores quase que se invertem: *justiça* 8, *amor* 3.

O quadro demonstra claramente que, embora a presença dos bonecos tenha quase o mesmo grau de importância para as crianças de ambas as paróquias, os discursos latentes nas falas não são os mesmos. Na Paróquia X (classes médias) aparece um discurso com alguns tons conservadores, ou seja, que privilegia noções bastante genéricas como “amor”, enquanto que na periferia (Paróquia Y) os bonecos falam de coisas mais concretas e urgentes, e que dizem respeito ao contexto social e econômico do bairro, como “Justiça”, por exemplo. Esse “amor genérico”, às vezes sem consequências éticas, de acordo com o nosso entendimento, é muito próprio das camadas abastadas da sociedade. No entanto, para as classes empobrecidas falar de justiça significa expressar a urgência em obtê-la.

Desocultando Bardin (1977), portanto, o sentido desses termos, percebemos que em ambas as paróquias, de qualquer maneira, as falas dos bonecos-personagens guardam uma coerência com a realidade de cada bairro (e para não dizer, de cada classe social, conseqüentemente). Os dados obtidos nos levam a crer que, de fato, o contexto socioeconômico pode favorecer a presença ou não de certa preocupação com a questão da cidadania. Na paróquia de classe A-B essa preocupação parece não ser algo importante, enquanto na paróquia de um bairro periférico ela aparece com bastante ênfase. Quem já tem acesso à saúde, educação, moradia e outros direitos cidadãos não precisa buscar por isso. Entretanto, quem vive na periferia sonha, e às vezes também luta para obter esses direitos. Parece factível, então, a hipótese por nós levantada no presente relatório.

3. A prototipação do produto

Uma vez trabalhados esses dados, iniciamos o processo de criação dos personagens que mais tarde seriam prototipados em forma de bonecos. Segundo Cândida Vilares Gancho, “a personagem ou o personagem é um ser fictício que é responsável pelo desempenho do enredo; em outras palavras, é quem faz a ação” (GANCHO 2001, p.14) Na verdade, quando manipulados, são os bonecos que ganham

vida própria, de acordo com os diversos papéis que desempenham na cena e a partir de um determinado enredo. No teatro de bonecos, assim como no teatro convencional, existem atores principais ou protagonistas, e atores secundários ou coadjuvantes (GANCHO 2001, p.14) Porém, no nosso caso, todos os bonecos são considerados protagonistas, uma vez que não existe nenhum tipo de hierarquia entre eles.

Atentos às realidades nas quais está inserido o nosso projeto, optamos por elaborar uma tipificação dos personagens tendo como base as três principais identidades raciais presentes na Região Nordeste do Brasil (branco/sertanejo, índio e negro) Trata-se na verdade, também, de buscar alguma identificação com o nosso público-alvo que é bastante variado.

Justifica-se ainda mais esta escolha a partir da percepção que tivemos de que é preciso mostrar às crianças a realidade multirracial e multicultural em que vivemos e a necessidade de respeitar isso. Tendo em vista o preconceito ainda presente em nossa sociedade, é claro que os discursos desses personagens haverão de colocar, ainda que de forma indireta, valores como respeito, diálogo, tolerância e outros correlatos.

Em relação à escolha da classe social, não pretendemos de maneira nenhuma criar personagens, digamos, “neutros” ou desenraizados socialmente. Ao contrário, optamos por identificá-los explicitamente, colocando-os na mesma situação socioeconômica da “Paróquia Y”, ou seja, como representantes de comunidades da periferia. Entendemos que se quiséssemos ser fieis à nossa proposta, seria preciso falar para as crianças desde o lugar social da classe trabalhadora, visto que a falta de acesso aos direitos básicos da cidadania acontece de forma mais aguda exatamente aí. Isto também ficará muito claro nos futuros roteiros dos personagens.

Levando-se em conta que o público-alvo do nosso trabalho são as crianças, e crianças que vivem na era digital (BUCKINGHAM, 2007) vale ressaltar que os elementos visuais, ou seja, a caracterização dos personagens, deverá ser considerada. Neste ponto observamos as lições de Ana Raquel Martins Roque (2011) no seu artigo “Estudo fisionômico na caracterização de personagens”:

Tanto na realidade como na ficção, os meios usados pelo criador para demonstrar as suas ideias, sejam elas através de pessoas ou desenhos, podem sofrer uma caracterização física que ajudará na melhor compreensão e aproximação do que é visível com a personalidade interior. Desta forma, entende-se facilmente que a comunicação visual feita ao público é de uma importância extrema pois o contato visual é muito poderoso e deixa rapidamente as suas marcas na memória. A

aproximação de uma ideia escrita num roteiro até à sua concretização pode levar a esta transformação física, necessária ou não, mas que certamente fará uma ligação mais perceptível com o espectador. (ROQUE, 2011, p.7)

Assim, os nossos personagens receberam os seguintes nomes: “Zezinho”, “Mariazinha” e “Biel”. São três crianças na faixa etária entre 04 a 06 anos. Optamos por esta faixa porque, segundo os especialistas, é justamente nessa idade que as crianças em geral começam a fazer perguntas, questionando as pessoas mais próximas e o mundo ao seu redor. De acordo com Daniel Siegel e Tina Bryson (2015):

“Em termos de desenvolvimento, crianças muito pequenas têm o hemisfério cerebral direito predominante e por isso elas ainda não dominaram a capacidade de usar a lógica e palavras para expressar sentimentos e vivem sua vida completamente no momento [...] Lógica, responsabilidades e horário não existem para elas ainda” (SIEGEL e BRYSON 2015, p.40)

A partir dos três ou quatro anos, quando a criança começa a perguntar e a querer saber o “porquê” de tudo o tempo todo, é sinal de que o cérebro esquerdo começou a funcionar. Isso se justifica, “porque nosso lado esquerdo do cérebro gosta de compreender os relacionamentos causa-efeito lineares do mundo – e de expressar essa lógica com linguagem” (2015)

Uma vez definidos os nomes dos personagens, passamos à fase de prototipação dos bonecos, cada um com o seu perfil como veremos agora:

Figura 1



Os três bonecos-personagens em fase de prototipação (Proposta do autor)

Figura 2



Materiais utilizados: fibra de vidro, EVA, poliestireno, espuma de alta densidade, arame, cola, plásticos e tecidos diversos (Proposta do autor)

O primeiro personagem construído recebeu o nome de “Zezinho”. Trata-se de um garoto inteligente e muito irrequieto, pertencente a uma família trabalhadora comum, residente na periferia de uma cidade grande. A sua idade presumida seria entre 04 a 06 anos, justamente, como já foi dito, a “idade das perguntas”. Será ele, portanto, quem suscitará os maiores questionamentos em todas as falas.

Figura 3



Zezinho (prototipagem final – Proposta do autor)

Contrapondo-se a este personagem, temos a “Mariazinha”, da mesma idade, muito inteligente, porém muito sensata também. Com bastante calma e elegância ela sempre vai procurar responder aos questionamentos ressaltando valores como verdade, solidariedade, justiça, generosidade, colaboração. De fato, a personagem servirá como uma espécie de porta-voz desses valores na discussão dos diversos temas a serem propostos.

Figura 4



Mariazinha (prototipagem final – Proposta do autor))

“Biel”, o anjo negro, será o que na linguagem teatral é chamado de “coringa”, isto é, o personagem que poderá interpretar vários papéis e/ou fazer a ponte (link) entre diversas situações mantendo um equilíbrio saudável entre Zezinho e Mariazinha. Um tipo meio palhaço, moleque de rua, destrambelhado, mas inteligente e extremamente sagaz. Dinamizar todas as cenas, trazendo grandes verdades embaladas em altas doses de humor para diversão do público será também a sua função. Além disso, eventualmente “Biel” poderá levantar, ainda que de forma indireta e/ou subliminar, questões ligadas ao preconceito racial. Ressalte-se que, de um modo geral, nas representações de qualquer tipo de anjo ele possui a pele clara, e isto, por si só, já constitui algo que deverá chamar a atenção do público infantil.

Figura 5



Biel (prototipagem final – Proposta do autor)

A nossa intenção ao definirmos o perfil de cada personagem é que haja, sempre que possível, uma complementariedade dinâmica entre eles. Não há, como já foi dito, qualquer tipo de hierarquia a ser obedecida pelos bonecos-personagens, ou seja, todos são protagonistas. Acreditamos que assim os diálogos poderão fluir com mais facilidade e as falas serão mais ricas e provocativas em termos de conteúdo também.

Cabe acrescentar ainda que o vestuário e/ou figurino de cada boneco poderá variar de acordo com o tema a ser explorado pelos personagens em cada evento específico. Isto deve acontecer, entretanto, sem que possa de algum modo descaracterizar os mesmos personagens.

Figura 6



Modelo de cenário a ser adotado para apresentação dos bonecos-personagens²³

Características principais dos personagens²⁴

	“Zezinho”	“Mariazinha”	“Biel”
Origem racial	Nordestino, filho de pais sertanejos.	Nordestina, mas descendente de índios	Negro
Traços físicos	Baixa estatura, pele queimada	Baixa estatura, traços indígenas	Características próprias da sua raça (cabelo, boca, nariz)
Classe social	Média baixa	Média baixa	X
Escolaridade	Fundamental menor (escola pública)	Fundamental menor (escola pública)	X
Personalidade	Extrovertido, muito questionador, meio temperamental.	Inteligente, equilibrada e com um alto senso de justiça.	Sempre alegre e brincalhão, muito otimista, conciliador

²³ A figura 6 mostra a “Missa com Crianças” que se realiza na quadra do Colégio Santo Inácio em Fortaleza, CE

²⁴ Quadro de nossa autoria visando demonstrar o perfil social e psicológico de cada personagem

4. Validação do produto

A validação do produto foi suspensa temporariamente em virtude da pandemia do Coronavírus²⁵. Uma vez cessado este impedimento, pretendemos, então, realizar o evento nas duas paróquias (X e Y) com a participação presencial das crianças. Haverá, portanto, uma espécie de “celebração-teste” onde serão apresentados os personagens às crianças na companhia de seus pais. O passo seguinte deve ser o laboratório, no qual faremos uma avaliação crítica dos protótipos de personagens. Este laboratório está previsto para ser realizado nas duas paróquias onde fizemos a pesquisa inicial (“Paróquia X” e “Paróquia Y”) Um pequeno grupo de pais vai ser convidado a participar de uma conversa informal com o objetivo de discutir e avaliar o comportamento dos seus filhos durante a experiência com os personagens. Coletaremos também sugestões que possam corrigir e/ou aperfeiçoar o nosso produto.

Uma semana após a primeira apresentação, faremos uma segunda apresentação, dessa vez considerando possíveis alterações e/ou até mesmo correções nos protótipos dos mesmos personagens de acordo com as observações feitas pelo grupo anteriormente. Uma nova avaliação, nos moldes da primeira, deve ser realizada pelo mesmo grupo de pais. Em ambos os momentos do laboratório, o grupo terá como objetivo principal avaliar alguns elementos, sobretudo:

- a) a receptividade dos três personagens por parte do público infantil de um modo geral;
- b) o grau de atenção/interesse das crianças;
- c) a percepção dos elementos textuais e visuais;
- d) a perspectiva de alguma incidência do evento no cotidiano das crianças.

Uma vez de posse desses indicadores, pretendemos chegar a um modelo mais ou menos ideal, isto é, bonecos-personagens com as suas respectivas falas.

A partir daí, vamos trabalhar para que os bonecos se façam presentes em várias plataformas de comunicação a fim de alcançarmos um maior número de crianças e com mais efetividade também. Desse modo, ampliando o raio de ação, esses novos produtos poderiam auxiliar de alguma maneira a consecução dos nossos objetivos, além de

²⁵ A justificativa foi devidamente argumentada na introdução deste relatório.

propiciarem também uma rentabilidade capaz de financiar o projeto e ampliá-lo. Nesta linha vale ressaltar que o projeto ora relatado, por fazer parte da indústria criativa, não termina por aqui, mas deve buscar rentabilizar-se:

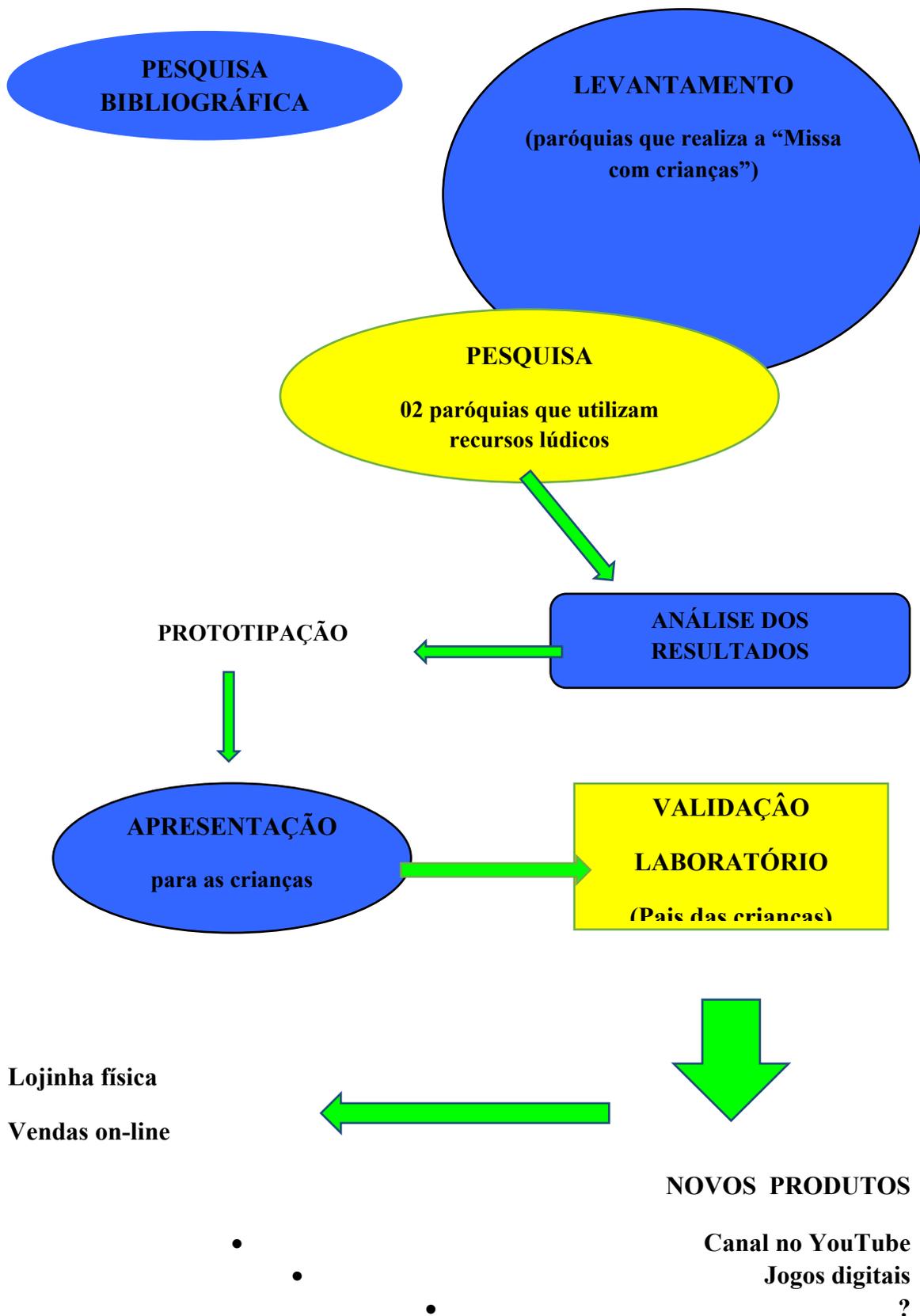
- 1) Em médio prazo (seis meses, talvez) agregando novos produtos, como por exemplo, jogos digitais e filmes curtos patrocinados no seu próprio canal no Youtube;
- 2) Em longo prazo (entre um a dois anos) instalando uma lojinha física e também vendas on-line de uma variada gama de produtos infantis com a marca dos bonecos-personagens.

Convém salientar ainda que por ser um projeto multimídia, os seus objetivos não se esgotam com a prototipação já realizada, mas deve procurar criar e lançar ações e produtos acessíveis nas plataformas digitais. No momento em que os nossos bonecos-personagens puderem ser vistos não apenas nas igrejas, mas também nessas plataformas, aí sim o projeto terá alcançado êxito realmente.

Acreditamos, portanto, que será preciso prosseguir aperfeiçoando os bonecos-personagens através da realização de outros laboratórios com grupos de pais de crianças que participam do evento fazendo uso da mesma metodologia. Além do aperfeiçoamento, desses futuros laboratórios deveriam também surgir novas ideias para criação de outros personagens e produtos, bem como sugestões de novos planos visando a sustentação financeira do projeto. Como já foi colocado, a participação das crianças e dos seus pais, sobretudo, é fundamental para o sucesso da proposta não somente na fase inicial, mas também nas fases posteriores ou seja, no processo de validação, ampliação e consolidação do projeto. Esperamos realizar isso tão logo cesse a pandemia.²⁶

²⁶ Conforme salientamos na introdução deste relatório, não foi possível dar prosseguimento a validação do projeto em função das proibições legais vigentes à época por causa da pandemia.

PERCURSO METODOLÓGICO



PROPOSIÇÕES FUTURAS:

1. Inclusão de novos personagens:

Não obstante o fato deste projeto contemplar tão somente três personagens (Zezinho, Mariazinha e Biel), nada impede que a médio e longo prazo outros possam vir a fazer parte também. Uma vez criadas as condições para a inserção de outros bonecos-personagens, isto poderá acontecer e talvez seja mesmo necessário. A intenção do projeto é abrir-se sempre mais às novas propostas que porventura possam surgir. Mas, de que condições estamos falando? Em primeiro lugar a equipe deve ter o olhar atento às realidades da comunidade aonde acontece o evento. Pode ocorrer, por exemplo, que a situação de violência nas escolas do bairro esteja aumentando. Talvez, num momento como esse, fosse interessante pensar na criação de um personagem que representasse uma professora ou até mesmo um (a) aluno (a), para falar para as crianças sobre a importância de se estabelecer uma cultura de paz dentro do ambiente escolar.

Um outro olhar deveria dirigir-se ao entorno cultural da cidade, estado ou região, a fim de perceber quais são os personagens que possuem um forte apelo popular e que conseguem impactar, direta ou indiretamente, o imaginário das crianças. Este tipo de personagem também pode vir a ser usado para veiculação de mensagens com suporte lúdico e conteúdos formativos. Apenas a título de exemplo, caso o evento acontecesse em Pernambuco o “Diabo louro”²⁷ poderia incorporar-se perfeitamente ao elenco dos bonecos fazendo até mesmo uma espécie de contraponto ao anjo Biel. Trata-se de um elemento da cultura popular pernambucana, bastante conhecido e de forte apelo dramático que certamente viria a contribuir no fortalecimento do projeto.

Seria importante também que a equipe responsável fosse captando ao longo das apresentações, os gostos, as simpatias e as preferências das crianças por determinados tipos de personagens. Este trabalho permanente de observação deveria ser assumido por toda a equipe, sobretudo após a fase de validação do produto, isto porque nesta fase os pais devem ter uma participação mais direta neste quesito (Cf. p.42).

²⁷ J. Michiles, em sua composição “Diabo louro”, interpretada pelo cantor pernambucano Alceu Valença, descreve este personagem do carnaval de PE. Disponível em <<https://www.lettras.mus.br>> Acesso em: 28 de outubro de 2020

Por fim, cabe ressaltar ainda a importância da futura inclusão de novos bonecos-personagens em termos narrativos e dramáticos. Não é intenção do projeto “Missa com crianças” fixar ou determinar de uma vez por todas o elenco de personagens. Neste sentido, a chegada de outros personagens poderia emprestar até mesmo uma nova dinâmica às narrativas que neste primeiro momento estão resumidas às falas dos três (Zezinho, Mariazinha e Biel). Haveria sem dúvida uma abertura maior e novas possibilidades de diálogos formativos conforme a proposta do nosso projeto.

2. Capacitação da equipe responsável

Uma segunda questão em aberto diz respeito à capacitação técnica da equipe responsável pelo projeto que, até onde nos foi permitido pesquisar, é algo inédito no âmbito da Igreja Católica no Brasil. Em função disso, não é possível, ao menos neste momento, contar com maiores referências a partir das quais nos seja possível estabelecer um plano específico de formação.

Em função dessa particularidade, não é difícil constatar que qualquer que seja o plano de formação técnica da equipe ele terá que ser construído paulatinamente, na medida em que o próprio projeto se desenvolva e vá ganhando corpo ao longo do tempo. Claro está que a nossa equipe terá que assumir uma postura de abertura com relação a novos aprendizados, senso crítico aguçado e principalmente espírito criativo.

Finalmente, cumpre destacar duas coisas: 1) Apesar de termos salientado aqui a formação técnica, isto não significa dizer que a formação humana esteja descartada, muito pelo contrário, ela deve ser levada sempre em consideração. Trata-se de formar, antes de mais nada, pessoas sensíveis aos apelos que brotam das realidades em que vivem as nossas crianças, sobretudo as mais vulneráveis; 2) É muito positiva também a interdisciplinaridade já presente na equipe atual (Cf. apêndice 2). Acreditamos que o fato de termos na equipe pessoas com diferentes tipos de formação poderá ser útil, tendo em vista a possibilidade de um maior diálogo entre os diversos saberes. A ideia é que a confluência desses saberes possam contribuir para a consolidação e o crescimento do projeto.

DISCIPLINAS CURSADAS NO MESTRADO:

Contribuições úteis ao processo de construção do projeto

Ao iniciarmos, ainda na qualidade de “aluno especial”, no segundo semestre de 1998, o Mestrado Profissional em Indústrias Criativas na UNICAP, optamos por cursar aquelas disciplinas que poderiam nos ajudar, ainda que de forma indireta, a delinear melhor o objeto do nosso trabalho que era a utilização de recursos lúdicos-teatrais para a evangelização das crianças com efetiva repercussão em termos de uma formação para a cidadania.

Possuindo, desde o início, uma certa clareza em relação a este objeto, nosso ponto de partida era, na verdade, a busca por elementos teóricos e práticos que pudessem comprovar as hipóteses que havíamos levantado. Por esse motivo, estávamos ansiosos por desenvolver as pesquisas que poderiam auxiliar no processo de construção deste projeto. É claro que a partir deste momento fez-se necessário buscar na bibliografia indicada ou sugerida pelos professores das disciplinas uma fundamentação teórica adequada. Esse referencial, segundo Antônio Teixeira de Barros e Rogério Diniz Junqueira (2009):

“[...] consiste na utilização de teorias científicas reconhecidas no campo de conhecimento em que se insere o trabalho proposto, a fim de sustentar os argumentos das hipóteses e fornecer explicações plausíveis sobre os fenômenos observados” (BARROS e JUNQUEIRA,2009, p.45)

Mais adiante, também, iríamos precisar de uma metodologia para embasar a prototipação do nosso produto. Assim, ao cursarmos não apenas as disciplinas obrigatórias, mas principalmente as optativas e os seminários oferecidos pelo Mestrado, eram essas as expectativas de nossa parte.

Evidentemente, ao longo deste processo de aprendizagem e também de pesquisa, algumas disciplinas ajudaram mais, outras menos. As discussões com os professores e os colegas mestrados em sala de aula e, sobretudo, as leituras sugeridas e a elaboração de artigos no final de cada curso, tudo isso enriqueceu a construção do trabalho, seja porque esclareceram certas dúvidas que nós tínhamos, seja porque despertou mais interesse pela pesquisa, seja porque acrescentou elementos teórico-conceituais importantes para a consecução deste mesmo trabalho.

A disciplina “Gestão estratégica de produtos criativos” foi importante porque nos trouxe elementos conceituais acerca do dia-a-dia da nossa atividade. Algumas técnicas apresentadas e discutidas em sala de aula nos ajudaram a compreender melhor os aspectos gerenciais de um produto criativo no contexto de uma sociedade globalizada.

Dentre todas as opções que fizemos, uma das mais importantes foi sem dúvida a disciplina “Linguagens audiovisuais”. Os aportes trazidos pelo Prof. Dr. Claudio Bezerra contribuíram enormemente para a construção do nosso projeto. Foi de grande valia poder acessar conteúdos teóricos que ajudaram a fundamentar também nossas hipóteses de trabalho. Uma vez que o nosso produto está situado no campo audiovisual, conhecer os seus fundamentos conceituais ajudou bastante.

“Narrativas transmidiáticas” foi outra disciplina muito importante, considerando-se que o objeto do nosso projeto acadêmico era a prototipação dos bonecos-personagens que posteriormente deveriam ser vistos não apenas “ao vivo”, durante a celebração da “Missa com Crianças”, mas também em plataformas digitais, a exemplo do youtube. Assim, alguns elementos conceituais relativos à convergência midiática serviram para esclarecer melhor o nosso objeto de pesquisa e a direcioná-la mais corretamente.

Dentre as diversas obras indicadas na bibliografia do curso ministrado pelo Prof. Dr. Dario Brito, ressaltamos a importância da leitura de H. Jenkins (2009) e sua obra “Cultura da Convergência”, assim definida por ele:

“Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam” (JENKINS, 2009, p.29)

Conhecer, então, esses conceitos e entender essa nova cultura foi um elemento decisivo no decorrer da elaboração do projeto. Este, de fato, era desde o início o objetivo, ou seja, prototipar um produto acessível através de narrativa que fosse transmidiática, atingindo o seu público-alvo (as crianças) em diversos lugares e por diversos meios de comunicação.

Os aportes teóricos, e de modo especial as discussões em sala de aula, fizeram da disciplina “Criatividade e processos criativos” um momento importante no decorrer

do nosso mestrado. De algum modo, o curso nos ajudou a desconstruir certos resquícios de preconceito, ampliando assim nossa visão no sentido de entender a criatividade não como privilégio de poucas pessoas, mas algo inerente aos seres humanos. Neste sentido, um dos autores trabalhados durante a disciplina, José Predebon (2008), afirma que todas as pessoas em certa medida são seres criativos, pois “a espécie humana tem capacidade inata e exclusiva de raciocinar construtivamente, e essa capacidade produz o que pode ser chamado de criatividade” (PREDEBON, 2008, p. 31) Entretanto, o autor reconhece, também, que assim como existem no mundo pessoas mais altas e pessoas mais altas, também há pessoas com maior ou menor capacidade criativa (2008). Ele aprofunda ainda mais o conceito dizendo que

O comportamento criativo é produto de uma visão de vida, de um estado permanente de espírito, de uma verdadeira opção pessoal quanto a desempenhar um papel no mundo. Essa base mobiliza no indivíduo o seu potencial imaginativo e desenvolve suas competências além da média, nos campos dependentes da criatividade. (PREDEBON, 2008, p.36)

Durante este curso tivemos ainda a oportunidade de colocar em prática alguns conceitos. Isto se deu através da participação na oficina “*Sprint*”, no Centro de Inovação do SEBRAE - Pernambuco. O evento nos ajudou a pensar, organizar e planejar ações criativas de modo mais rápido e com mais foco no objeto. Em termos metodológicos, esta oficina proporcionou-nos uma excelente ajuda.

Além disso, a disciplina com os seus interessantes aportes nos motivou a fazer, como trabalho final, uma pesquisa no âmbito da própria UNICAP, a fim de mapear alguns dos seus projetos mais criativos. O artigo recebeu o título “Criatividade e inovação em pesquisas na Universidade Católica de Pernambuco e seu contributo socioambiental”, destacando três projetos nas áreas de engenharia, biologia e psicologia aplicada.

Entender melhor os elementos conceituais que norteiam o nosso tempo foi o que nos levou a cursar a disciplina “Mídias Digitais”. De fato, sem esse entendimento talvez não fosse possível prototipar corretamente o nosso produto. Em primeiro lugar, os bonecos-personagens se dirigem às crianças, e estas, por sua vez, encontram-se imersas na era digital. Depois, a perspectiva do projeto é que novos produtos sejam criados para serem acessados através das mídias digitais. Portanto, ter acesso aos principais conceitos vinculados ao tema nos ajudou a fundamentar melhor o trabalho.

Por fim, cursamos a disciplina “Metodologia de pesquisa aplicada”, ministrada pelo Prof. Dr. Juliano Dominguez. A contribuição mais significativa com relação ao nosso projeto foi a discussão em torno do “objeto de estudo” e sua conseqüente problematização. Embora tivéssemos desde o início uma relativa clareza a respeito das nossas hipóteses, percebemos que era preciso verificá-las. Neste sentido, Karl Popper (2007) afirma que:

“Um cientista, seja teórico ou experimental, formula enunciados ou sistemas de enunciados e verifica-os um a um. No campo das ciências empíricas, em particular, ele formula hipóteses ou sistemas de teorias, e submete-os a teste, confrontando-os com a experiência, através de recursos de observação e experimentação” (POPPER, 2007, p.27)

A disciplina também contribuiu para que elaborássemos melhor o nosso “desenho de pesquisa”, pois o trabalho científico não se satisfaz com a escolha de um objeto específico e de uma abordagem determinada, é preciso delimitar este objeto, problematizá-lo, verificar suas hipóteses e definir, então, o seu escopo. De fato, todos esses aportes trazidos pela disciplina nos ajudaram a ver com maior clareza o que pretendíamos realmente, em quem direção deveríamos caminhar, e como fazer isto.

Durante o nosso mestrado participamos também dos seminários: “Gestão da experiência do consumidor” e “Marketing e Branding para negócios da Indústria Criativa”. Em ambos os eventos colhemos informações importantes a respeito dos aspectos mais gerenciais e comerciais do produto criativo. Estes aspectos de alguma forma deveriam ser levados em conta na elaboração do nosso projeto também. A troca de ideias e as discussões em sala de aula, mediadas pelos professores Marcos Augusto Vasconcelos e Izabela Domingues, respectivamente, foram interessantes no sentido de podermos formatar melhor nosso produto. Uma vez que o público-alvo são as crianças da era digital, e estas, como sabemos, a cada dia tornam-se mais exigentes, é necessário gerenciar corretamente o produto para que a sua ‘experiência de consumo’ seja a melhor e a mais impactante possível. Isto exige, também, um plano de marketing e branding sempre mais dinâmico.

Finalmente cumpre destacar a importância das conversas que tivemos com docentes do PPG em Psicologia e em Linguística da UNICAP. De modo especial, queremos mencionar a Profa. Dra. Véronique Donard e a Profa. Dra. Wanilda Oiva. A primeira nos indicou algumas obras bibliográficas interessantes sobre a psicologia infantil na era digital. Por sua vez, a Profa. Wanilda sugeriu uma opção de metodologia

para o trabalho de prototipação do nosso produto. Foi ao longo destas conversas que, a certa altura, conseguimos definir melhor o caminho metodológico que iríamos adotar. Portanto, cabe reconhecer aqui o valor do contributo dessas professoras na consecução do nosso projeto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977

BARROS, Antônio Teixeira e JUNQUEIRA, Rogério Diniz. A elaboração do projeto de pesquisa. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

BEZERRA, Katharyne. **10 melhores Youtubers infantis Brasileiros** - Publicado em 20/09/2018. Disponível em <<https://www.estudokids.com.br/melhores-youtubers->> Acesso em: 08 de maio de 2020

BRASIL. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. Brasília, 1990

BÍBLIA, N.T. Tessalonicenses In: BÍBLIA, Português. **Sagrada Bíblia Católica**: Antigo e Novo Testamento. Tradução de José Simão. São Paulo: Sociedade Bíblica de Aparecida, 2008. p. 202-203".

BONA, Viviane de. **Tecnologia e infância: ser criança na contemporaneidade**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática e Tecnológica da Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2010

BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias eletrônicas**. São Paulo: Loyola, 2007

BUCHT, Catarina; FEILITZEN, Cecília on (tradução, Patrícia Carvalho). **Perspectivas sobre a criança e a mídia**. Brasília: MJ/UNESCO, 2002

CARDIM, Fernão. **Tratados da Terra e Gente do Brasil**. Belo Horizonte: ed. Itatiaia. 1980.

CARDOSO, Armando. **Teatro de Anchieta**. São Paulo: Loyola, 1988.

CNBB, Conferência Nacional dos Bispos do Brasil. **Diretório de comunicação da Igreja no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 2014 (1ª. ed.)

_____. **Missal Romano**. São Paulo: Paulus, 2004 (9ª. ed.)

FRANCISCO. **Evangelii Gaudium**, Exortação Apostólica sobre o anúncio do Evangelho no mundo atual. São Paulo: Loyola, 2016

- GANCHO, Candido Vilares. **Como analisar narrativas**. São Paulo: Ática, 2002.
- HENNIG, Andressa e FOSSÁ, Maria. **Análise de conteúdo: exemplo de aplicação prática da técnica para análise de dados qualitativos**. (Disponível em: <http://www.revista.uepb.edu.br/> Acesso em: 02 de jun. 2020)
- JENKINS, H.; Trad. Susana Alexandria -2ª. ed.-. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009
- KNAPP. Jake; ZERATSKY, Jonh e KOWITZ, Braden. Trad. Andrea Gottlieb. **Sprint, o método usado no Google para testar e aplicar novas ideias em apenas cinco dias**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2017
- LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean; Trad. Paulo Neves. **A tela global, mídias culturais e cinema na era hipermoderna**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- MARSHALL, T. H. **Cidadania, Classe Social e Status**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.
- NEVES, André. **Design Thinkng Canvas**. E-book, maio de 2018. Disponível em: <http://www.designtcanvas.com/> . Acesso em: 17 nov. 2020.
- PAULO VI, **Carta Encíclica *Ecclesiam suam***, N.27, Vaticano: 1964.
- PERALTA, Inez Garbuio e KASSAB, Yara. **O desvelar das interações cotidianas entre jesuítas e indígenas brasileiros no século XVI: privilegiando o lúdico**. Trabalho apresentado no XXIV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA – 2007
- PEREIRA, Matheus. **Descubra o que é um prosumer e de que forma ele impacta na sua estratégia de marketing** - Publicada em 10 de julho de 2018. Disponível em <<https://rockcontent.com/br/blog/prosumer/r>> Acesso em 03 de setembro de 2020
- POPPER, Karl. Trad. Leonidas Hegenberg e Ocatanny Silveira. **A lógica da pesquisa científica**. São Paulo: Cultrix, 2002
- POSTMAN, Neil. **O desaparecimento da infância**. São Paulo: Graphia, 1983.
- SANDERS, B. **A is for ox: The colapse of literacy and the rise of violence in eletronic age**. New York: Vintage, 1995
- SANTA SÉ. **Código de Direito Canônico**. Brasília: Ed. CNBB, 2019
- SIEGEL, Daniel e BRYSON, Tina; Trad. Cássia Zanon. **O cérebro da criança**. São Paulo: nVersos, 2015
- SORIANO, Felipe de Assunção. **A apresentação de Maria (a Tupansy) aos índios do Brasil: o Auto da Assunção como instrumento catequético em José de Anchieta no final do século XVI**. Orientadora: Alzirinha 2020, 189 f Tese (Mestrado em Teologia) Faculdade de Teologia, UNICAP, Recife, 2020, versão impressa.

TABORDA, Francisco. **Sacramentos, práxis e festa: para uma teologia latino-americana dos sacramentos.** -5ª.edição- São Paulo: Paulus, 2019

TAPSCOTT, Don. **Geração Digital:** Como os jovens que cresceram usando a Internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010

VALENÇA, Alceu. **Letras das músicas de Alceu Valença.** Disponível em <<https://www.lettras.mus.br>> Acesso em: 28 de outubro de 2020

VASCONCELOS, Luis P. **Dicionário de Teatro.** Porto Alegre: L&PM, 1987

VILICIC, Filipe. **O clube dos youtubers.** Belo Horizonte: Ed. Gutenberg, 2019

APÊNDICE 1

TABELA 1 (Sexo)

	PARÓQUIA A	PARÓQUIA B
M	9	6
F	11	14

TABELA 2 (Renda média familiar)

	PAROQUIA A	PARÓQUIA B
2 a 5 SM	4	15
6 a 10 SM	13	5
Acima de 10	3	-

TABELA 3 (Ocupação)

	PAROQUIA A	PARÓQUIA B
Profissional liberal	9	1
Funcionário público	7	3
Comerciante	3	6
Bancário	1	2
Autônomo	-	8

TABELA 4

A família costuma frequentar a “Missa com crianças”?

	PARÓQUIA A	PARÓQUIA B
Todo domingo	10	14
1 vez por mês	7	5
2 a 3 vezes por mês	3	1

TABELA 5

O que mais chama a atenção das crianças durante a missa?

(É possível marcar mais de uma alternativa)

	PARÓQUIA A	PARÓQUIA B
Decoração da Igreja	6	4
As músicas	9	12
Dinâmicas e brincadeiras	12	14
Os bonecos	25	28
As histórias	14	16

TABELA 6

Após a missa as crianças comentam algo relacionado a fala (histórias) dos bonecos?

	PARÓQUIA A	PARÓQUIA B
Sempre comentam	12	14
Eventualmente	6	6
Raramente	-	-
Nunca comentam	2	-

TABELA 7

Qual é a palavra que em geral as crianças repetem mais depois da missa?

	PARÓQUIA A	PARÓQUIA B
Amor	9	3
Fé	6	5
Justiça	2	8
Solidariedade	1	4
Amizade	1	-

TABELA 8

Acontece alguma mudança no comportamento das crianças depois da missa?

(É possível marcar mais de uma alternativa)

	PARÓQUIA A	PARÓQUIA B
Tornam-se mais obedientes	6	4
Esforçam-se mais nos estudos	3	6
Tornam-se mais colaborativas	8	7
Tornam-se menos egoístas	3	3

APÊNDICE 2

Equipe da “Missa com Crianças” da Paróquia Sagrado Coração de Jesus (Bairro Mandacaru, João Pessoa, PB)²⁸

NOME COMPLETO	FUNÇÃO
Grace Matias do Nascimento	Atriz
Sandra Fausto da Silva	Atriz
Severina Fausto da Silva	Atriz
Artur Bezerra da Silva	Ator
Priscila da Conceição C. de Souza	Coreógrafa
Marcelo Sergio Bandeira Pereira	Músico
Arlyana de Fátima C. Pereira	Música
Maria do Socorro N. Carreiro	Catequista
Ana Beatriz Nascimento A. da Silva	Publicitária
Gildásio Santos	Comunicador

²⁸ Esta equipe era consultada sempre que precisávamos trocar ideias sobre o projeto, de modo especial na fase de prototipação do objeto. Além disso, temos a expectativa de que possamos contar com ela também na fase de validação.

