



## **A complementaridade dos métodos qualitativos e quantitativos de pesquisa: estudo de caso da Igreja Particular de Londrina<sup>1</sup>**

Emily Seco Bianchini<sup>2</sup>  
Mariana Fabre<sup>3</sup>  
Aurélio Martins Favarin<sup>4</sup>  
Daniel de Oliveira Figueiredo<sup>5</sup>  
Paulo Vitor Targa Lima<sup>6</sup>  
Fernanda Modesto Pereira<sup>7</sup>  
Prof. Dra. Maria Amélia M. Pirollo<sup>8</sup>

Universidade Estadual de Londrina, Londrina, PR

### **RESUMO**

Em um ímpeto de auto-investigação a Arquidiocese de Londrina se apresenta para um projeto de avaliação que abrange todos os perfis de suas paróquias, tendo sido estruturado em duas grandes fases: quantitativa e qualitativa. Ao se colocar rumo à sociedade, em uma caminhada que valoriza a construção de seus preceitos, fé e cidadania, numa lógica baseada na participação das comunidades, o levantamento qualitativo é fundamental para a construção do instrumento de pesquisa quantitativo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Arquidiocese de Londrina; Cidadania; Pesquisa qualitativa; Pesquisa quantitativa.

### **Apresentação**

*"Buscar pela evangelização é fazer da Igreja Particular de Londrina uma Igreja da visitaç o", Dom Orlando Brandes, arcebispo de Londrina.*

O presente estudo se disp e a sistematizar cientificamente a experi ncia de um grupo de pesquisa, em seu envolvimento com a Igreja Particular de Londrina,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunica o para a Cidadania do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunica o, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ci ncias da Comunica o.

<sup>2</sup> Graduada em Comunica o Social – Rela es P blicas pela Universidade Estadual de Londrina, especialista em Comunica o Organizacional pela mesma universidade, email: emily.bianchini@gmail.com

<sup>3</sup> Graduada em Comunica o Social – Jornalismo pela Universidade Estadual de Londrina, email: ma\_fabre@yahoo.com.br

<sup>4</sup> Graduado em Comunica o Social – Rela es P blicas pela Universidade Estadual de Londrina, especialista em Comunica o Organizacional pela mesma universidade, email: aurelio.favarin@gmail.com

<sup>5</sup> Graduado em Comunica o Social – Rela es P blicas pela Universidade Estadual de Londrina, mestrando em Comunica o pela mesma universidade, email: daniel.of.uel@gmail.com

<sup>6</sup> Graduando em Comunica o Social – Rela es P blicas pela Universidade Estadual de Londrina,  ltimo per odo, email: pvtarga@gmail.com

<sup>7</sup> Graduada em Comunica o Social – Rela es P blicas pela Universidade Estadual de Londrina, especialista em Comunica o Organizacional pela mesma universidade, email: phefe85@yahoo.com.br

<sup>8</sup> Professora Orientadora do trabalho, PHD pela C tedra Unesco, docente do curso de Rela es P blicas da Universidade Estadual de Londrina, email: mapirollo@uol.com.br



determinado a identificar e explanar as situações e resultados de um projeto avaliativo, fundamentando a discussão com argumentos oriundos das teorias de Relações Públicas Comunitárias, Comunicação Religiosa e Cidadania.

A título de esclarecimento, o grupo é constituído por profissionais de Relações Públicas, matemáticos e jornalistas com estreita ligação acadêmica, o que confere à experiência um caráter não apenas profissional, mas também de perfil teórico-metodológico interdisciplinar, possibilitando, portanto, uma exploração científica e com contribuições teóricas para a área de Comunicação Religiosa. Faz-se necessária uma contextualização primária sobre o estreito elo entre a comunicação, e suas implicações, e a Igreja, enquanto instituição presente na composição da sociedade.

A aproximação da perspectiva comunicativa com o Catolicismo é natural pelo relacionamento que se apresenta entre a comunidade, constituída de fiéis e leigos, e o representante local, padres, bispos, referências de uma instituição religiosa milenar. Além desse orgânico vínculo relacional, a Igreja visa, na utilização da comunicação como estratégia, não apenas a propagação de mensagens de cunho doutrinário, mas também uma plataforma de comunhão dos princípios católicos e aproximação pela fé.

Essa atenção da Igreja para com a área comunicacional está descrita no decreto *Inter Mirifica*, que aborda principalmente o direito dessa instituição em se valer de meios de comunicação para alcançar seu propósito de propagar, esclarecer e firmar o Reino de Deus, visando o estabelecimento de novos caminhos e instrumentos de comunicação para a transmissão de informações, compartilhamento de idéias e relacionamentos proveitosos.

Ainda nesse âmbito de reflexão, recentemente, com a elaboração da instrução pastoral *Aetatis Novae*, a perspectiva comunicacional sai do âmbito tecnológico para englobar atitudes e mudanças de comportamento, abordando o que significaria a utilização desses meios e formas de comunicação, e no que essa renovação resultaria. Desde então, a preocupação em criar ações comunicacionais para a maior efetividade na realização dos propósitos da Igreja e também no relacionamento intra-ecclesial cresceu, tornando-se cada vez mais necessária na Igreja Católica contemporânea.

A proximidade da comunicação com os projetos e intenções da Igreja Católica encontra tráfego em duas plataformas e compreensões diferentes. A primeira delas (que será explorada detalhadamente nesse artigo) diz respeito às possibilidades de investigação e relacionamento direto com a comunidade leiga e o clero que compõem paróquias, dioceses e arquidioceses. Já a segunda plataforma comunicacional traz a



discussão da utilização dos meios de comunicação de massa, em especial rádios e televisões com conteúdos católicos.

O envolvimento de qualquer instituição com determinado público pode carregar naturalmente as compreensões e valores defendidos pela corrente da Comunicação Comunitária e conseqüentemente das Relações Públicas comunitárias. Como discute oportunamente a autora Cicília Peruzzo, alguns conceitos são eficientes e esclarecedores no momento de envolvimento com a comunidade (possibilidade de comunicação assumida pela Arquidiocese de Londrina).

Um primeiro conceito relevante é a definição de comunidade. Ainda que existam divergências em relação ao que significa tal verbete, para este artigo apropria-se a concepção de comunidade como sendo um grupo de pessoas, sem necessária contigüidade física, que se mobilizam e motivam em prol de um mesmo objetivo, cercadas por valores morais próprios e comuns, tendo como prerrogativa um sentimento de pertença.

Para que se possa melhor absorver a noção de comunidade, faz-se necessário discutir participação, ou melhor, comunicação participativa. Na construção de um grupo motivado é imprescindível que as ações tenham como parâmetro o envolvimento das pessoas, uma vez que o sentimento de pertença, identificação e orgulho de trabalhar, reivindicar ou lutar em prol de uma causa, emana da sensação de acolhimento pelo grupo. Apenas com ações de comunicação e relacionamento que enfatizem a participação é possível fazer nascer tal situação favorável ao trabalho de pesquisa e avaliação.

Naturalmente, as questões que envolvem cidadania aparecem nos entremeios dos argumentos da comunicação comunitária. O estabelecimento de um grupo coeso, formado e organizado na sociedade civil, visando a melhoria de aspectos sociais, apresenta-se como uma possibilidade de busca e construção da cidadania. Aqui entendida como um novo patamar de desenvolvimento da sociedade, não somente um valor incorporado.

Os vínculos proporcionados pelo processo de avaliação da Igreja de Londrina constituem um grupo de pessoas, formado por fiéis leigos e integrantes do clero, voltados ao reconhecimento das diversas situações que compõem a Arquidiocese. Dentro das perspectivas comunicacionais discutidas acima, tal constituição do projeto satisfaz um caminho de construção da cidadania, por meio de reflexões e informações religiosas pautadas no catolicismo.



Nessa aproximação, alguns apontamentos sobre comunicação religiosa são importantes. A comunicação na Igreja deve proporcionar reflexões nos espaços da comunidade (em seus movimentos, pastorais e serviços), buscando a participação e o comprometimento das pessoas, que por meio de um trabalho voluntário, fazem acontecer a Igreja viva. A comunicação religiosa fundamenta-se na partilha e na participação, buscando a formação do indivíduo e a transformação da sociedade. Além do ato de transmitir imagens ou palavras, ela deve provocar mudanças no ser humano e no ambiente em que ele vive.

Comunicação e religião são palavras que se complementam a partir do que se propõem: a comunicação traz consigo a busca pela ação e a religião leva à ação e ao convencimento. Nas igrejas tradicionais, a comunicação peca para com seus grupos de interesse por que necessita conhecê-los muito mais do que esperar pelos resultados puros da oração; deve, ainda, aliar seus pedidos a uma ação organizada, pois já não se pode deixar de lado as diferentes análises que levam a compreensão da importância dos meios de comunicação na sociedade e as transformações pelas quais passa a comunicação, influenciando, manipulando e gerando novas perspectivas e posicionamentos.

A comunicação é um bem público e todos os cidadãos têm o direito de acesso a ela. A comunicação religiosa passa pela reestruturação dos saberes, na qual o que é antigo se faz novo acreditando na dualidade do emissor e receptor num discurso que perpassa pelos meios sem, contudo, utilizá-los de forma dirigida e com especificidade garantida aos públicos que se propõe atingir.

Uma nova leitura no campo agrega comunhão ao que se propõem a comunicação e a religião, resultado garantido de atendimento ao preceito de comunicação e transformação. O desenvolvimento das comunidades que se congregam a partir de uma religião deve estar atento às diferenças e caminhar a partir das próprias necessidades e escolhas quanto aos meios e veículos de comunicação.

É preciso, portanto, conhecer a realidade para objetivar mudanças e transformações. Para tal compreensão, destaca-se a necessidade de escolher os melhores caminhos e instrumentos de pesquisa para que a realidade seja levantada e, a partir dela, sejam traçados caminhos para a evangelização e desenvolvimento comunitário.

## **Metodologia**



Para a realização de um projeto de pesquisa, é imprescindível a escolha de um método de pesquisa, que diz respeito a forma como será aplicada a técnica de pesquisa. O método refere-se ao conjunto de procedimentos que nos ensinam a pensar ou a interpretar a realidade social de determinado modo e não de outro, diz respeito mais a um estilo de pensamento no campo das ciências humanas. Normalmente, são utilizados o método quantitativo e/ou o método qualitativo, alinhando as características de cada um com os objetivos do projeto de pesquisa.

O método quantitativo busca pelo resultado da soma do maior número de opiniões sobre determinado assunto, utilizando tal somatório como respaldo para a confirmação de suas hipóteses. Utiliza como técnica fundamental à aplicação de questionários que buscam respostas de forma percentual, de números e/ou valores. Vale ressaltar também que tal método exige conhecimentos sobre estatística, definição de margem de erro e possíveis desvios.

Já o método qualitativo, segundo Richardson (1999), pode ser caracterizado como:

“[...] a tentativa de uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, em lugar da produção de medidas quantitativas de características ou comportamentos” (RICHARDSON, 1999, p. 90)<sup>9</sup>.

Dessa forma, percebe-se que tal método não se prende à valorização objetiva ou a dados quantificáveis. Na pesquisa qualitativa, o interessante é a busca por valores subjetivos, pela contextualização dos dados e pelos motivos de cada resposta. A credibilidade desse método está diretamente relacionada com a “exaustão” e saturação dos dados levantados.

Por esses motivos, a abordagem qualitativa é amplamente utilizada nas pesquisas das áreas de ciências humanas e sociais, já que se apresenta enquanto uma forma adequada para investigar e compreender a natureza dos fenômenos sociais.

Richardson (1999) reforça o diferencial e a importância da pesquisa qualitativa ao afirmar que

“[...] em geral, as investigações que se voltam para uma análise qualitativa tem como objeto situações complexas ou estritamente particulares. Os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos

---

<sup>9</sup> RICHARDSON, R.J. **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. 3.ed. São Paulo Atlas: 1999.



dinâmicos vividos por grupos sociais, contribuir no processo de mudança de determinado grupo e possibilitar, em maior nível de profundidade, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos” (RICHARDSON, 1999, p.80)<sup>10</sup>.

Diferentemente do método quantitativo, o método qualitativo permite flexibilização ao roteiro da pesquisa, desde que atenda todos os objetivos propostos inicialmente pela mesma.

Com relação aos procedimentos metodológicos, as pesquisas qualitativas utilizam principalmente as técnicas de observação e as entrevistas, devido à capacidade que tais instrumentos possuem para penetrar na complexidade do problema de pesquisa a ser investigado. Pode-se fazer o uso de diferentes técnicas de coleta de dados, mas para a realização de tal projeto de pesquisa, serão utilizadas a “entrevista em profundidade” e o “grupo focal”, unindo suas principais vantagens para o resultado da pesquisa.

A entrevista em profundidade apresenta grande contribuição para o projeto, uma vez que a mesma possibilita flexibilização com relação ao instrumento de pesquisa e a saturação de informações obtidas com os dados com relação os temas propostos.

A entrevista é uma técnica por meio da qual o pesquisador se coloca diante do participante com o objetivo de obter informações que contribuam para a investigação da temática. Trata-se de um diálogo assimétrico em que o pesquisador busca coletar dados e o interlocutor se apresenta como fonte de informação. As entrevistas procuram explorar o que as pessoas sabem, crêem, esperam, sentem e desejam.

Segundo Nassar e Figueiredo (2007) a entrevista em profundidade é um método pode ser considerado uma entrevista extensiva, investigativa, aberta, largamente desestruturada e normalmente conduzida pessoalmente ou por telefone, na qual os entrevistados são incentivados a desenvolver livremente e com detalhamento alguns assuntos pré-determinados.

Uma das vantagens das entrevistas em profundidade é que elas são discursivas, permitindo a cada entrevistado demonstrar sua linha de argumentação de modo que o entrevistador possa inferir as associações que faz em seus pensamentos oferecendo, inclusive, oportunidades para extensivas sondagens de opiniões, atitudes e valores dos participantes.

---

<sup>10</sup> RICHARDSON, R.J. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3.ed. São Paulo Atlas: 1999.



A entrevista em profundidade tem um caráter subjetivo, o que torna necessário que toda interpretação leve em consideração o ponto de vista do entrevistado. É neste aspecto que as entrevistas em profundidade apresentam-se mais pertinentes para aproximar o estudo da realidade social analisada.

É possível observar que os métodos qualitativos complementam os métodos quantitativos, uma vez que o primeiro é mais profundo e possibilita um conhecimento detalhado sobre os valores subjetivos e o segundo possibilita verificar com um maior número de pessoas se os apontamentos obtidos no primeiro são coerentes com a posição do grupo investigado.

### **Igreja Particular de Londrina: experiência avaliativa**

A Arquidiocese de Londrina, num ímpeto interno de auto-investigação, motivado por inúmeros aspectos mobilizadores e inquietantes, propôs-se a um projeto de pesquisa de opinião pública, com vistas a determinar diretrizes para a construção de seu XVI Plano de Evangelização Pastoral. Como é largamente presente no âmbito empresarial, a elaboração de um planejamento de ações futuras, que apresenta uma contextualização ambiental, externa e internamente, é previamente abastecida por um processo avaliativo.

Nesse aspecto, foi proposto um plano de pesquisa constituído de momentos qualitativos e quantitativos, que fossem suficientes e responsáveis pela base de coleta de informações e estabelecimento de vínculos relacionais tanto com a Igreja quanto com a comunidade católica. Cabe ressaltar que além de um projeto de pesquisa científica, essa experiência também reúne uma força evangelizadora e doutrinária, que se personaliza no envolvimento do clero com as ações pontuais do processo e na criação e orientação dos sentidos e discursos absorvidos pela equipe.

A pesquisa com a comunidade, que segue a técnica de aplicação de questionário, tem como objetivo geral conhecer o perfil sócio econômico e religioso das paróquias de característica rural, de centro e da periferia de Londrina e região metropolitana; e diversos objetivos específicos que abrangem questões mais localizadas de atuação da Igreja e da realidade específica de cada paróquia.

Todos os projetos constituintes do plano de pesquisa encontram respaldo metodológico na teoria de pesquisa e avaliação de Relações Públicas, uma vez que seguem métodos pré-estabelecidos.



A primeira parte do plano consiste em uma pesquisa qualitativa junto a lideranças formais e informais da Igreja de Londrina, lideranças leigas ou teológicas, tendo como técnica de coleta a entrevista.

Dentre os trinta e sete entrevistados, foram ouvidos arcebispos, párocos, diáconos e leigos atuantes provenientes das setenta e cinco paróquias pertencentes à Arquidiocese. Apenas com três dos indicados não foi possível realizar a entrevista, fato que demonstra o grande interesse por parte dessas lideranças em se fazerem presentes neste levantamento. Um trabalho prévio às entrevistas foi desenvolvido junto ao clero e comunidades entre eles, de divulgação do projeto e convite aos entrevistados. Essa preocupação em prepará-los para o momento de questionamento foi primordial para a qualidade do material coletado.

Cada entrevista levou cerca de noventa minutos, e o roteiro abordava aspectos da Igreja Católica contemporânea, o crescimento de outras doutrinas religiosas, o papel do padre no desenvolvimento da comunidade, a importância da formação das lideranças, entre outros pertinentes à atuação da Igreja junto à sociedade.

As respostas às entrevistas direcionam os entendimentos atuais sobre questões cruciais da Igreja Particular de Londrina e servem de base constitutiva para o plano de ações evangelizadoras. Porém, um maior detalhamento se apresentou necessário e foi elaborada a segunda grande parte do plano de pesquisa de avaliação da Igreja de Londrina, que faz referência à aplicação da fase quantitativa junto à população.

A análise das entrevistas resultou em informações que levaram a elaboração de um projeto de pesquisa quantitativo, com a definição de um questionário com trinta e nove questões, que busca levantar o perfil religioso e socioeconômico dos habitantes da Arquidiocese de Londrina, sendo eles de característica urbana, de periferia e rural, os últimos são assentados, índios e produtores rurais convencionais. Para a elaboração do questionário foram levados em consideração pontos em comum e divergentes mencionados nas entrevistas. Desta forma, obteve-se um questionário que leva a visão geral da Arquidiocese e dos católicos.

### **Relatório das entrevistas em profundidade**

Nesse levantamento inicial, uma das questões tratadas diz respeito à formação das lideranças que trabalham com a comunidade. Quando questionados se recebem a preparação necessária, muitos disseram que participam de alguns cursos, algumas



formações, alguns encontros que acontecem durante todo o ano, mas que também o padre passa orientações e informações que julgam necessárias.

Dentre as formações mencionadas estão os cursos de preparação para ministros da eucaristia e para catequistas como os mais citados. Porém, os entrevistados ainda fizeram menção ao Dia do Aperfeiçoamento Cristão, aos cursos de cada pastoral, ao curso de Teologia e a Escola de Formadores.

É consenso entre os entrevistados a necessidade dos líderes estarem bem preparados para cumprirem suas atividades assertivamente e de acordo com o que a Igreja espera deles. Um participante comentou que “um líder não consegue ser líder se não estiver caminhando com a Arquidiocese, aceitando as propostas dela. É necessário a formação e o caminhar junto, porque senão ele vai ser um líder desatualizado”.

Foi comentado durante as entrevistas que algumas formações deixam a desejar, por terem pessoas pouco preparadas para falar nos encontros e que, muitas vezes, os recursos audiovisuais não são adequadamente confeccionados para atingir os objetivos. Outros líderes também comentaram que as formações organizadas pela Arquidiocese são melhores, sendo que a qualidade das formações para ministros e catequistas caiu muito depois que passou a ser decanal (divisão das paróquias por regiões).

Alguns dos entrevistados apresentaram como sugestões que se realizasse também um curso para leigos de estudo bíblico, que todas as pastorais tivessem seus próprios cursos de formação e, ainda, que cursos sobre o perfil dos líderes sejam realizados, além de desenvolver a formação de novas lideranças.

Outra questão que se destaca pela participação dos líderes na pesquisa é quanto à postura dos padres com relação aos líderes. Eles acreditam que os padres precisam estar próximos deles, averiguando se suas atuações estão coerentes e adequadas, fazendo alterações quando necessário. Um entrevistado, quando questionado sobre a postura dos padres em relação à conduta dos líderes, declarou: “Por isso que eu falo, se o padre for uma pessoa próxima, ele consegue descobrir se a postura do líder está adequada ou não”.

Perguntou-se, também, como os entrevistados viam suas comunidades e muitos falaram sobre aspectos comportamentais, enquanto outros abordaram questões gerais incluindo as peculiaridades da cidade e da comunidade, que induz a um perfil de cidadão. Percebeu-se ainda, que a maioria dos líderes entrevistados tem boa noção do número de pessoas que compõem suas comunidades.



Foi mencionado que algumas paróquias são muito pequenas e estão em cidades que não têm a menor infra-estrutura e não dispõem de empregos estáveis e de qualidade para a comunidade, o que, na opinião dos entrevistados, dificulta a evangelização. Enquanto em outros locais, mesmo em comunidades pequenas, a questão do emprego não é um problema evidenciado, o que mais chama a atenção dos líderes dessas comunidades é a vulnerabilidade das pessoas, sendo que muitas mudam de igreja sem argumentos plausíveis. E, com relação a isso, um participante comentou: “Se não tiver uma pessoa na frente, seja alguém das pastorais ou o sacerdote, as pessoas vão embora”.

A grande crítica dos entrevistados em relação às suas comunidades é sobre a participação ativa na igreja. A maioria comenta que geralmente são sempre os mesmos que estão envolvidos nas coordenações das pastorais, movimentos e serviços, faltando gente pra trabalhar e se envolver de verdade com a paróquia.

Além de comentarem que isso tem como consequência a sobrecarga de trabalho para muitos líderes, o que desanima e prejudica as relações familiares, já que é preciso ficar muito tempo longe de casa participando de reuniões, formações e encontros. E, quando questionado sobre por qual razão isso acontece, esse entrevistado acrescentou:

É por comodismo, não é por problema de capacidade. As pessoas ficam de longe, apenas olhando, não querem se comprometer. E depois ainda dizem que é a mesma panelinha, mas não é isso. É que são sempre os mesmos que se dispõem a participar.

E ainda, expôs sua opinião de que faltam formas atrativas de recrutar pessoas para participar mais ativamente da igreja:

Talvez trabalhar mais a conscientização e exposição dos trabalhos realizados, buscando outros mecanismos. Existe abertura para participar, mas muitas pessoas desconhecem. Falta ousadia, falta divulgação. Divulgamos em encontros do ECC, mas precisamos pensar em novas formas. Existem muitas coisas que queremos fazer, mas não temos como delegar para determinado casal a sua atividade. Precisamos esclarecer mais o que é feito. Não sabemos o que vai trazer resultado, mas precisamos tentar.

Alguns agentes também mencionaram que vêem sua comunidade dividida, já que uma das capelas do bairro virou igreja e dividiu as lideranças. Esse é um fato negativo, segundo os entrevistados, pois a região perde a força e a união que tinha antes da capela virar igreja. Um agente explanou: “Se ela permanecesse enquanto capela, a



força católica do bairro seria muito maior. Teríamos mais líderes caminhando juntos e não teríamos que dividi-los”.

Também foi perguntado aos entrevistados como os mesmos vêem a atuação da Igreja Católica e o que mais se evidenciou foi a postura dos padres. Para muitos, um padre ativo, com a cabeça aberta, comunicativo com o povo, que traz algo novo para a comunidade, faz toda a diferença, porque as pessoas buscam coisas novas. Um entrevistado mencionou como positivo o exemplo de um padre que “visita as casa, conhece as pessoas pelo nome, então deixou de ser aquele padre igreja para ser o padre casa, família”.

Com relação aos aspectos sócio-econômicos das comunidades, os entrevistados também foram questionados e apresentaram opiniões diversas. Isso ocorreu porque algumas paróquias estão em regiões beneficiadas por indústrias que empregam muita gente, enquanto outras estão em regiões menos favorecidas, tendo muitos trabalhadores desempregados vivendo com o auxílio dos benefícios que o governo concede.

Nessas regiões menos “abastadas”, a evangelização fica comprometida, segundo um agente, que comenta: “E você sabe que falar de Deus e agir na pobreza... às vezes primeiro tem que dar o pão para depois levar o pão espiritual”.

Mas o que evidenciou-se nesta questão sobre a situação sócio-econômica das comunidades, foi a postura da Igreja, com muitas pastorais, movimentos e serviços ajudando a comunidade, além de outras entidades, como o Rotary, que auxiliam para amenizar a situação de pobreza de muitas famílias.

Situação essa, percebida por meio das missões populares, do trabalho realizado pelos Vicentinos, pelos Grupos de Reflexão e pelo trabalho de algumas pastorais que têm contato com o povo e trazem as informações para a igreja, segundo parte dos entrevistados. Entretanto, outros ainda comentaram que por suas comunidades serem pequenas, fica fácil perceber as necessidades das pessoas, sendo que algumas procuram direto a Igreja, ou pároco ou, ainda, alguma pastoral.

Com relação à cidadania e a diversidade presente em cada comunidade, perguntou-se aos agentes sobre qual seria o seu papel nesse contexto. A maioria destacou, porém, o pároco como sendo o orientador nessas questões que envolvem, também, a política, e confirmou que os agentes devem ser os colaboradores e disseminadores nas pastorais, movimentos e serviços, mas tudo começando com o padre que deve auxiliar na formação de uma consciência crítica na comunidade.



Os entrevistados também enfatizaram a importância dos padres serem ativos politicamente, contudo, não fazendo politicagem. Eles precisam participar das reuniões sobre questões da cidade, para orientar o paroquiano a formar uma opinião correta sobre questões públicas e a tomar a melhor decisão, nos momentos convenientes.

Sobre a diversidade religiosa, os agentes também comentaram da importância de o padre instigar o respeito e o bom convívio com membros de outras igrejas. Entretanto, surgiu uma crítica em relação a postura um tanto quanto aberta da igreja, já que para um participante “quando as pessoas passam para outras Igrejas é porque o pastor educa mais, reprime mais, que a Igreja Católica”.

Foi consenso entre os participantes da pesquisa que os seus testemunhos de vida são fundamentais nessas questões de cidadania e diversidade, já que eles são conhecidos por todos da comunidade e, todos, podem observar seus atos, suas condutas. O testemunho também foi mencionado quando os entrevistados foram questionados sobre quais fatores contribuem para o sucesso dos movimentos ligados à igreja.

Outras justificativas apresentadas pelos agentes para esta questão são: o preparo da liderança; a perseverança; o comprometimento; a oração; o apoio e incentivo do padre e, nesse sentido, um dos participantes comenta:

Sem essa força de estar unidos em Cristo na eucaristia, na oração, na comunidade, nas celebrações eucarísticas, esses grupos não dão certo. Porque quem faz a obra é o Espírito Santo. Aí entra também o perfil do padre para incentivar esse público. O padre deve estar bem preparado para as celebrações eucarísticas porque é nesse momento que ele tem uma oportunidade muito grande de incentivar as pessoas.

Outros entrevistados foram mais radicais em seus apontamentos, afirmando que igreja não corrige as lideranças da forma que deveria. Muitos líderes estão fazendo coisas erradas, a igreja vê, mas dá uma segunda chance que, na maioria das vezes, não adianta, pois, essa liderança vai continuar fazendo coisas erradas e afastando o povo da igreja, segundo o pensamento de um agente.

Outra questão que foi destacada é a importância dos movimentos serem pró-ativos e estarem fazendo constantes mudanças para não cair na mesmice. Alguns agentes acreditam que vários movimentos dão certo, porque tem jovens a frente que têm garra para fazer as mudanças necessárias e, isso, atrai público.

E, quando questionados sobre quais atitudes atraem a sociedade moderna para a igreja, observou opiniões diversas, já que alguns acreditam que a igreja já faz o



necessário, a sua parte, para aproximar fiéis. Entretanto, muitos apresentaram sugestões afirmando, por exemplo, que o padre precisa ter mais paciência; ser mais tolerante; ser mais ativo na comunidade; que a igreja precisa ir buscar esses novos fiéis; que eles precisam ser mais bem acolhidos; porém, tudo isso sem perder a essência da igreja, é preciso flexibilizar, sem ser complacente demais.

No geral, os entrevistados são a favor de utilizar as novas tecnologias nas atividades pastorais. Muito citaram as tecnologias que já são utilizadas em suas paróquias e comentaram da importância da internet, por exemplo, nos dias atuais. Apenas alguns ressaltaram que a internet precisa ser usada com cautela, por disponibiliza muitas coisas ruins que precisam ser filtradas, mas concordam que seus benefícios superam. Outros, sugeriram que as paróquias que tiverem condições, disponibilizem a internet para os que não podem pagar pelo acesso.

Com relação ao rádio, também houve comentário de entrevistado que merece consideração, pois destaca o potencial dessa tecnologia na evangelização: “o meio de comunicação tá sendo muito mais valioso do que aquele padre que vai fazer uma homilia lá toda cheia de tristeza, com falta de entusiasmo, falta vida, falta de esperança...”.

Outra questão destacada pelos participantes foram os grupos de reflexão. Todos, sem exceção, comentaram dos benefícios que os grupos trouxeram para a igreja na união dos paroquianos e no esclarecimento e discussão de questões da bíblia e da igreja.

A maioria acredita também que suas paróquias dão prioridade a essa “atividade” por reconhecerem a sua importância, que é destacada por um entrevistado: “Em todos esses anos de trabalho com grupos eu vejo como as pessoas precisam da palavra e o único contato de muita gente com a palavra é no momento dos grupos bíblicos. E é ali que começa, né?”.

Alguns destacaram que os grupos são fundamentais na evangelização e que, por meio deles, é possível aproximar-se das pessoas, vizinhos, e trocar experiências conhecendo um pouco mais da vida do irmão, ou seja, vivendo em comunidade. Os encontros acontecem, na maioria dos casos, uma vez por semana e tem duração de 45 minutos a uma hora e o número de grupos de cada comunidade varia de acordo com o tamanho da mesma.

Outro ponto favorável decorrente dos grupos de reflexão, conforme alguns entrevistados comentaram, é que os participantes geralmente assumem outros



compromissos na igreja, depois que passam a freqüentar os encontros. Isso gera “fidelização” do paroquiano a igreja e é um meio que pode formar novas lideranças.

Como outras atividades que podem ser desenvolvidas juntamente com os grupos de reflexão estão as missões populares, mencionada como um importante meio de evangelização e de arrebatamento de fiéis. Algumas comunidades já tiveram missões que deram ótimos resultados e outras, ainda não tiveram, mas acreditam que seria uma boa opção a ser desenvolvida paralelamente aos grupos de reflexão.

Além das missões, os entrevistados ressaltaram ser fundamental o planejamento de alguma atividade que atraia os jovens, já que a maioria percebe que nos grupos participam apenas adultos e crianças, estando os jovens pouco ativos nos grupos. Outros, ainda, destacaram que é interessante a participação do padre nos grupos, pois o mesmo tem maior influência sobre as pessoas, sendo que os mesmos precisam incentivar ainda mais nas missas a participação nos grupos de reflexão.

Quando questionados sobre suas expectativas em relação à igreja católica, opiniões adversas surgiram, mas o que foi consenso, mais uma vez, foi a necessidade de se criar mecanismos para atrair jovens e não deixar que o comodismo tome conta das pessoas. A igreja precisa se renovar, atender as expectativas dos fiéis e acolher da melhor forma possível a comunidade, cumprindo seu papel na evangelização.

E essa pesquisa, segundo os participantes, é uma forma de a igreja se abrir, ouvir a opinião das comunidades e se aproximar da realidade de cada paróquia. Por isso, muitos acreditam na importância desse trabalho e na melhora que pode ser oriunda dele.

### **Considerações Finais**

Levando-se em conta a descrição dos relatos apresentados, bem como a sistematização do processo de avaliação da Igreja em Londrina, baseado em uma estrutura coerente e esquematizada, em que a profundidade das entrevistas deflagra importantes considerações sobre a atual realidade, pautando parâmetros para a construção do instrumento de pesquisa quantitativo, percebe-se que para o sucesso de um projeto de pesquisa de opinião pública o essencial não se resume à estratégia de pesquisa adotada, mas também aos ganhos sociais e valorativos.

Ao se projetar socialmente, a Arquidiocese de Londrina, tendo como plataforma o projeto de avaliação (especialmente no momento quantitativo), carrega seus princípios



norteadores e sua fé, intensificados pela visitação das casas e pelo trabalho voluntário realizado por toda a comunidade. Sua presença se faz social e concreta.

Em um processo tão rico valorativamente para o fortalecimento da instituição Igreja e para a doutrina cristã, a estratégia de pesquisa quantitativa desenvolvida para avaliação do perfil socioeconômico junto à população, se sobressai pela consistente etapa qualitativa que, com profundidade, lançou bases de verificação e embasamento do projeto.

E é esse o momento que se vive em Londrina por meio da aplicação de questionários por mais de 3.500 voluntários treinados, colocando em prática o princípio essencial das Relações Públicas, que está na promoção de relacionamentos positivos, estáveis e duradouros.

### **Referências Bibliográficas**

BARROS, Antonio Teixeira de; DUARTE, Jorge. *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas. 2006.

*Decreto Inter Mirifica* – sobre os meios de comunicação social. Disponível em <[http://www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/vat-ii\\_decree\\_19631204\\_inter-mirifica\\_po.html](http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_po.html)>. Acesso em: 08 jul. 2009.

*Instrução Pastoral Aetatis Novae* – sobre as comunicações sociais no vigésimo aniversário de *Communio et Progressio*. Disponível em <[http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_22021992\\_aetatis\\_po.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22021992_aetatis_po.html)>. Acesso em: 08 jul. 2009

NASSAR, Paulo; FIGUEIRO, Rubens. *O que é Comunicação Empresarial*. São Paulo: Brasiliense, 2007.

PERUZZO, Cicília M.K. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. 3 ed. São Paulo: Vozes, 2004.

\_\_\_\_\_.; F.de Almeida (Orgs.) *Comunicação para a cidadania*. São Paulo: INTERCOM; Salvador: UNEB, 2002.

RICHARDSON, R.J. *Pesquisa Social: métodos e técnicas*. 3.ed. São Paulo Atlas: 1999.