

## 4 O rosto necessário para a Igreja hoje

O avanço tecnológico proporciona a possibilidade de existência de novas formas de interação social mediadas. Como já afirmamos, esta é uma etapa importante da evolução humana, que também provoca mudanças na prática da evangelização, da missão, do ser Igreja no mundo e na história, porque primeiro provocou uma mudança no ser humano e na sociedade. Por isso, "somos chamados a descobrir na cultura digital os símbolos e as metáforas importantes para as pessoas, que podem auxiliar à comunicação do Reino de Deus ao homem contemporâneo"<sup>189</sup>.

Vimos no Capítulo 2 que os aparelhos de comunicação móvel fazem parte da vida do homem hodierno chegando a serem considerados uma extensão dele próprio. O ser humano já não se entende sem os meios eletrônicos de comunicação, a ponto de se sentir perdido quando esquece ou perde o celular, ou mesmo quando a conexão com uma rede sem fio não funciona. E isto não acontece sem consequências.

Também vimos que se as novas mídias vão esculpindo um ser humano diferente, consequentemente esculpem um cristão diferente, o que desafia a Igreja a pensar como poderá manter-se fiel à sua missão de ser Sacramento da Salvação e construtora da paz na contemporaneidade. Afinal, o diálogo da salvação precisa acontecer em todos os tempos sendo preciso mudar a prática pastoral para possibilitar isso. Não se trata, portanto de mudar os conteúdos de fé, mas sim a forma como transmiti-los.

Hoje, mais do que no passado, para ser sinal eficaz da presença do Reino de Deus no mundo, a Igreja precisa discernir constantemente os traços da presença e da ausência de Deus na história da humanidade. Este caminho passa necessariamente pela comunicação, não como uma opção ou uma escolha estratégica, mas como um imperativo, pois o anúncio que Deus dirige aos homens "não é uma teoria, é um *Evento*: a Encarnação, continuada na Igreja, não possui somente pala-

---

<sup>189</sup> SPADARO, Antonio. **Ciberteologia**. Pensar o cristianismo nos tempos da rede. São Paulo: Paulinas, 2012, p. 10.

vras, mas fatos que respondem às interrogações humanas"<sup>190</sup>. Podemos assim afirmar que "a Igreja é e faz comunicação"<sup>191</sup> quanto mais for fiel à sua vocação.

A Igreja foi instituída em vista deste anúncio universal, o Evento que a constitui se dirige, radicalmente, a toda humanidade, ultrapassando todas as barreiras de raça, de nação e de classe. [...] Eis que a Comunicação Social é, finalmente, o 'instrumento' adequado para que ela se dirija àqueles que deve atingir, isto é, todos.<sup>192</sup>

Porém, diante dessa realidade, que o Papa Bento XVI chamou de "mundo digital" e "continente digital"<sup>193</sup>, a Igreja só conseguirá sucesso na medida em que entender qual ser humano surge a partir dessa nova cultura. Rushkoff explica essa necessidade ao lembrar que cada revolução na mídia ofereceu às pessoas uma perspectiva inteiramente nova por meio da qual puderam se relacionar com o seu mundo:

A linguagem impulsionou o aprendizado compartilhado, a experiência cumulativa e a possibilidade de progresso. O alfabeto conduziu à responsabilização, ao pensamento abstrato, ao monoteísmo e ao direito contratual. A imprensa e a leitura em particular levaram a uma nova experiência de individualidade, a um relacionamento pessoal com Deus, à Reforma Protestante, aos direitos humanos e ao Iluminismo. Com o advento de uma nova mídia, não só o *status quo* é submetido a um exame minucioso, como é revisado e reescrito por aqueles que ganharam novo acesso às ferramentas de sua criação.<sup>194</sup>

Para Castells isso ocorre porque "a comunicação é o que faz a especificidade biológica da espécie humana"<sup>195</sup>. Por outro lado, afirma o autor, "ao usá-la de muitas maneiras, nós transformamos a própria Internet. Um novo padrão sociotécnico emerge dessa interação". Essa é uma importante informação: não é só a Internet que modifica o homem, mas o homem também exerce uma influência e assim muda a Internet através da interatividade.

Isto significa que quanto mais a Igreja enquanto Povo de Deus integrar a mensagem do Evangelho à cultura digital, mais poderá influenciar o seu padrão sociotécnico. Porque a rede é flexível e nela instituições, empresas, associações ou pessoas físicas podem criar seus espaços e disponibilizá-los ao público. Por ser

<sup>190</sup> MORAES, 2004, p. 381.

<sup>191</sup> BOMBONATTO, Vera Ivanise. **Evangelizar é comunicar**. Fundamentação bíblico-teológica da Pastoral da Comunicação. São Paulo: Paulinas, 2009, p.16.

<sup>192</sup> MORAES, 2004, p.381.

<sup>193</sup> BENTO XVI. **Novas tecnologias, novas relações. Promover uma cultura de respeito, de diálogo, de amizade**. Mensagem para o 43º Dia Mundial das Comunicações Sociais, 2009. Disponível em [www.vatican.va](http://www.vatican.va).

<sup>194</sup> RUSHKOFF, Douglas. **As 10 questões essenciais da era digital**. São Paulo: Saraiwa, 2010, p. 13.

<sup>195</sup> CASTELLS, 2001, p. 10.

flexível e ser aberta, a rede cria a possibilidade da comunicação espontânea e informal, num sistema totalmente interativo e, por isso mesmo, influenciável.

Vimos no Capítulo 2 que a tecnologia da comunicação móvel deu ao ser humano um certo sentido de ubiquidade e por isso "o homem hoje, mais do que à procura de um sinal, está habituado a ficar sempre na possibilidade de recebê-lo"<sup>196</sup>. Como consequência, passamos a viver sem fazer muitas perguntas sobre Deus, porque, se Ele existe, aparecerá de algum modo e receberemos seu sinal para iniciarmos um diálogo interpessoal. E não precisamos estar numa hora determinada, em num lugar específico (o templo), para que isso aconteça. Com um único clique podemos estar em diversos lugares no mundo, simultaneamente. Em algum deles, por certo, Deus, que é onipresente e onipotente, poderá ser alcançado.

A partir dessas reflexões, faremos a seguir uma análise sobre o desafio da evangelização na cultura criada pelas novas tecnologias da comunicação: as pautas, as práticas e os atores necessários hoje, que poderão, num curto espaço de tempo, não serem mais necessários, tamanha a velocidade com que evolui o mundo das comunicações.

#### 4.1 Integrar a mensagem do Evangelho à cultura midiática digital

Embora possamos encontrar na Internet diversas iniciativas da Igreja ou de seus membros (bispos, padres, consagrados, leigos), o que temos visto em sua grande maioria são sites, blogs, perfis e páginas construídos e alimentados na lógica da "pastoral dos meios" e não efetivamente ações de uma "pastoral da comunicação"<sup>197</sup>, prejudicando a qualidade do diálogo entre Igreja e sociedade.

<sup>196</sup> SPADARO, Antonio. **Quando a fé se torna social**. São Paulo: Paulus, 2016, p. 8.

<sup>197</sup> Como exemplo de pastoral dos meios podemos citar a preocupação exclusiva em adquirir e manter meios de comunicação, aprender técnicas, criar programas e "conquistar" espaços, sem entretanto se preocupar com o processo comunicativo e a linguagem específica de cada meio. Uma efetiva pastoral da/na comunicação está focada nos processos comunicativos, desenvolvendo suas atividades na lógica dos processos de comunicação contemporânea, que são circulares e dialógicos, levando em consideração as características específicas de cada meio.

Esta constatação nos mostra que os agentes pastorais ainda não compreenderam que as mídias (entre elas as digitais) não só comunicam ideias e conhecimento, mas também criam uma cultura. E o que é a cultura senão um instrumento para decodificar o real?<sup>198</sup>

Miranda afirma que "a cultura desenvolve as qualidades corpóreas e espirituais do ser humano, subjuga a natureza, constrói a vida social, expressa conquistas históricas". E complementa: "a cultura manifesta como um grupo humano se entende, se organiza, se desenvolve em determinado contexto social"<sup>199</sup>.

O não reconhecimento disso gera uma barreira de linguagem que cria inúmeras dificuldades para a ação evangelizadora, porque como foi dito, a cultura midiática dinamiza os processos sociais e econômicos numa nova lógica, que interfere diretamente na forma das pessoas organizarem as suas vidas, fazerem suas escolhas, produzirem conhecimento e se relacionarem. "A invenção eletrônica, de forma subterrânea, progressiva e irresistível, conduz a um outro tipo de relações humanas, a uma outra forma de apreensão das realidades."<sup>200</sup>

Além disso, a não inculturação é prejudicial à própria Igreja, porque conforme afirma a *Gaudium et spes*<sup>201</sup>, a Igreja se enriquece também, em sua dimensão institucional, com a evolução da sociedade.

<sup>198</sup> Segundo o Dicionário de Significados, Cultura é "todo aquele complexo que inclui o conhecimento, a arte, as crenças, a lei, a moral, os costumes e todos os hábitos e aptidões adquiridos pelo ser humano não somente em família, como também por fazer parte de uma sociedade da qual é membro. (...) Cultura também é definida em ciências sociais como um conjunto de ideias, comportamentos, símbolos e práticas sociais, aprendidos de geração em geração através da vida em sociedade. (...) A principal característica da cultura é o mecanismo adaptativo, que consiste na capacidade que os indivíduos têm de responder ao meio de acordo com mudança de hábitos (...) A cultura na antropologia é compreendida como a totalidade dos padrões aprendidos e desenvolvidos pelo ser humano." Disponível em: <https://www.significados.com.br/cultura/>

<sup>199</sup> MIRANDA, Mario de França. **A Igreja numa sociedade fragmentada**. São Paulo: Loyola, 2006, p. 25.

<sup>200</sup> BABIN, P; MCLUHAN, M. **Era eletrônica um novo homem um cristão diferente**. Lisboa: Multinova, 1978, p. 29.

<sup>201</sup> Cf. **GS** n. 40: "(...) a Igreja, simultaneamente 'agrupamento visível e comunidade espiritual', caminha juntamente com toda a humanidade, participa da mesma sorte terrena do mundo e é como que o fermento e a alma da sociedade humana, a qual deve ser renovada em Cristo e transformada em família de Deus. (...) Procurando o seu fim salvífico, a Igreja não se limita a comunicar ao homem a vida divina; espalha sobre todo o mundo os reflexos da sua luz, sobretudo enquanto cura e eleva a dignidade da pessoa humana, consolida a coesão da sociedade e dá um sentido mais profundo à quotidiana atividade dos homens. A Igreja pensa, assim, que por meio de cada um dos seus membros e por toda a sua comunidade, muito pode ajudar para tornar mais humana a família dos homens e a sua história."

No Capítulo 2 apresentamos algumas das características da cultura midiática digital que criam hoje um novo ser humano. Para Hoonart, ao atingir o homem esta realidade atinge em cheio o cristianismo. Segundo ele, "estamos assistindo a um imenso, complexo e praticamente desconhecido trabalho de desconstrução e reconstrução da tradição cristã", que passa de um paradigma autoritário para um "universo de dialogicidade". Isto nos leva a concluir que, diante do homem contemporâneo, é preciso reconstruir numa perspectiva dialogal conceitos tradicionais do cristianismo, tais como Revelação, milagre, cura, pecado, paraíso, céu, inferno, amor, fraternidade, autoridade, obediência, pobreza, sacrifício, felicidade, liberdade, solidariedade, entre tantos outros<sup>202</sup>.

O homem muda. A sua maneira de compreender e de comunicar muda. O sentido da hierarquia muda. Tal como a imagem política, as polaridades do imaginário orientam-se para novas direções. Como então a dimensão da fé poderá manter-se a mesma? Esta é a verdadeira questão.<sup>203</sup>

Como ninguém se relaciona e dialoga com uma ideia, um conceito, um documento, para que o diálogo da fé se realize de fato e seja fecundo, podemos afirmar que, mais do que em outros tempos, na cultura midiática digital a Igreja de Cristo precisa de um rosto. E qual é o rosto da Igreja se não os cristãos, pessoas concretas, com histórias de vida e experiências de fé para serem compartilhadas? Os discípulos de Jesus são homens e mulheres que vivem imersos numa cultura, num tempo histórico e devem amar profundamente o seu tempo, pois foi para este tempo, esta realidade, que nasceram. Sobre esta questão, Babin vai dizer:

É evidente e compreendo que muitos se sintam temerosos ou alérgicos face a esta nova civilização. (...) Mas, permitam-me que diga que os discípulos de Jesus Cristo devem amar profundamente o tempo em que vivem, isto é, digamo-lo claramente, as circunstâncias particulares e as possibilidades do seu tempo, deste tempo que é o nosso. Face à encarnação de Cristo estaríamos a mentir se deixássemos de amar esta Terra que é nossa.<sup>204</sup>

Como Cristo poderá ser conhecido se não for a partir da vida de seus seguidores? A Igreja, Povo de Deus e Corpo de Cristo, precisa seguir a Jesus, cabeça, com suas opções temporais e não apenas com discursos ou seguimento de doutrinas. Por isso, a coerência entre o que se crê e o que se vive é fator de extrema im-

<sup>202</sup> HOONAERT, Eduardo. **Teologia que vem das catacumbas: desafios atuais**. In: www.deus.com - Desafios da Teologia num mundo virtual. São Paulo: Loyola, 2003, p. 72.

<sup>203</sup> BABIN, P; MCLUHAN, M, 1978, p. 30. Citando Gilbert Durand, os autores destacam que embora o ser humano e seu imaginário sejam sempre basicamente o mesmo, a evolução tecnológica modificam algumas estruturas de pensamento e sociabilidade, que fazem com que certas polaridades diminuam, enquanto outras se acentuem.

<sup>204</sup> BABIN, P; MCLUHAN, M, 1978, p. 9.

portância para que a voz da Igreja seja não só ouvida, mas escutada, assimilada, em meio a tantas outras vozes presentes no ambiente digital. É preciso viver fielmente a fé para que ela se faça cultura<sup>205</sup>. Não há outro caminho. Assim, a escolha pelo que se publica nas redes sociais e/ou a forma como um fato é apresentado no ambiente digital não é um mero detalhe, não é uma escolha individual apenas, porque pode tanto favorecer como desfavorecer a evangelização.

Justamente por isso é necessário mais do que saber utilizar os comandos das mídias digitais, embora isso também seja importante. É necessário dar um passo adiante: "habitar" esse espaço virtual e nos comunicarmos com seus "cidadãos", para conhecer seus anseios, suas ideias, sua realidade. Se não integramos a mensagem do Evangelho a esse novo contexto, é como se fôssemos à lua e lá colocássemos uma bandeira do Brasil e voltássemos à terra achando que já a habitamos e conquistamos nosso espaço. Mas na verdade apenas estaremos presentes na lua através da bandeira e não teremos a sua cidadania, nem criaremos vínculos. Não transformaremos aquele ambiente, nem constituiremos um povo.

Será um sinal sem vida, porque nossa participação ali será ocasional. Se alguém passa por aquele lugar em que fincamos a bandeira saberá, no máximo, que o Brasil colocou ali um sinal. Se der atenção à bandeira e a observar, poderá perceber que ela tem uma base verde, com um losango amarelo que no centro tem um círculo azul, com uma faixa branca com a inscrição "Ordem e Progresso" e 27 estrelas brancas de cinco pontas. Mas, só isso. Não descobrirá o que é o Brasil apenas pela bandeira, não conhecerá a sua riqueza cultural e o seu povo, a sua história ou os seus ideais, porque não há nenhum brasileiro habitando ali para se relacionar, para dar seu testemunho, responder as dúvidas dos observadores e visitantes. Há apenas uma bandeira, um sinal e isso é muito pouco.

É isso que acontece com uma rede social de um padre, uma paróquia, uma pastoral se desconhece ou negligencia essa que é uma das características marcantes da cultura midiática criada pelas tecnologias digitais: a possibilidade de relacionamento entre as partes. Essa possibilidade proporcionada pela técnica nasce de uma necessidade manifestada pelo ser humano contemporâneo. Rushkoff afirma que "quanto mais conectado nos sentimos nos espaços digitais, menos apri-

---

<sup>205</sup> JOÃO PAULO II, *Carta ao cardeal secretário de Estado*, 20 de maio de 1982. "Uma fé que não se faz cultura é uma fé que não foi plenamente recebida, não inteiramente pensada, não fielmente vivida." Disponível em [www.vatican.va](http://www.vatican.va).

sionados nos sentimos nas conexões do mundo real". Esse desejo de liberdade e de ubiquidade do homem impulsiona o desenvolvimento das novas tecnologias.

É neste contexto que surge um novo sentimento de religiosidade. Alguns estudiosos modernistas fizeram alarde ao dizer que com o surgimento do "super homem", criado pelo moderno humanismo, Deus, e com ele o sagrado, perdeu o seu lugar no mundo. Babin afirma que o que morre não é o sentido do sagrado, mas sim um determinado sentido do sagrado<sup>206</sup>. Se Deus morreu, é preciso que se pergunte: "Qual deus morreu?". E se cresce o número de ateus, será preciso nos questionarmos se também nós não somos descrentes daquele deus rejeitado. Precisamos compreender de que deus somos crentes e de que deus somos ateus.

## 4.2 Em busca do homem

Desde o início de seu pontificado, o Papa Francisco tem afirmado que Igreja precisa sair de seus muros, ir ao encontro do homem onde ele se encontra: no mundo. Se estamos numa sociedade em rede, a Igreja precisa entrar decididamente nesta rede e realizar uma pastoral que consiga mostrar que Deus está próximo, que, em Cristo, somos todos parte uns dos outros.

É sabido que o modo de prosperar na mídia digital é ter algo para comunicar que seja relevante para a vida das pessoas e que seja verdadeiro. Qual instituição possui uma mensagem mais importante e verdadeira que a Igreja? Ela é comunicação do Cristo, Palavra viva do Pai, plenitude da Revelação. Mas é preciso fazer isto tendo consciência de que não vivemos mais um tempo de cristandade. Nessa rede estão crentes e não crentes, cristãos e não cristãos, pessoas de todas as idades, opções sexuais, culturas e nações. A linguagem precisa, portanto, ser acessível, pois viajará "até os confins do mundo" (At 1,8).

A mensagem também precisa ser interessante. De nada adianta ter a melhor notícia do mundo se não sabemos transmiti-la. Ser Igreja no mundo digital é um desafio e ao mesmo tempo uma bênção, porque abre oportunidade de comunicar o Evangelho a todo o mundo num só instante. Mas, para isso, é preciso fazer-se presente e abrir-se sem preconceitos ou medos no ambiente digital, para que todos os homens encontrem na Igreja o seu lugar, independentemente da condição de vida

<sup>206</sup> Cf. BABIN, P; MCLUHAN, M, 1978, p. 21.

em que se encontrem<sup>207</sup>. É necessário ir ao encontro dos anseios mais profundos dos homens e mulheres que vivem neste tempo histórico. Falar de "tu a tu", sem uma postura legalista ou autoritária.

Não se trata mais de jogar para o receptor uma enxurrada de conceitos, preceitos e dogmas. Não se trata de transpor antigos métodos da cultura analógica para a digital, porque não funcionará, uma vez que a mudança não é apenas uma questão técnica, mas envolve aspectos culturais. Ou de encher a "time line" de imagens e mensagens religiosas desconexas com a realidade dos indivíduos, simplesmente porque isso não é relacionar-se. Esta atitude pode ter sido válida em outros tempos, mas já não surte efeito atualmente.

Dialogar significa estar convencido de que o outro tem algo de bom para dizer, dar espaço ao seu ponto de vista, às suas propostas. Dialogar não significa renunciar às próprias ideias e tradições, mas à pretensão de que sejam únicas e absolutas.<sup>208</sup>

Como estamos na era da comunicação dialógica, o movimento precisa ser circular, ou seja, é preciso levar em consideração o indivíduo com o qual queremos nos comunicar. Se é verdade que a Igreja possui todas as respostas que o homem precisa, é verdade também que nem todas as respostas interessam a todos os homens e por isso é necessário ouvir o outro para poder oferecer-lhe exatamente o que necessita (seus anseios, suas dúvidas, suas esperanças). Isto configura uma mudança radical na ação pastoral no mundo das comunicações.

É preciso que o evangelizador ao comunicar o Evangelho tenha convicção de seu pensamento acerca da Revelação e o exponha com clareza, utilizando uma linguagem compatível para que a mensagem seja reconhecida e incorporada pelo receptor, para que provoque nele uma transformação e gere o desejo e a necessidade de retransmitir a outros essa experiência.

Se comunicação é a "minha maneira de me relacionar com o mundo"<sup>209</sup>, evangelizar será comunicar<sup>210</sup> na medida em que a Igreja leve em consideração a forma como o homem hoje se relaciona com o mundo.

<sup>207</sup> FRANCISCO. **Comunicação ao serviço de uma autêntica cultura do encontro**. Mensagem para o 48º Dia Mundial das Comunicações Sociais. Vaticano: 2014. Disponível em [www.vatican.va](http://www.vatican.va).

<sup>208</sup> FRANCISCO, 2014.

<sup>209</sup> MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a Comunicação**. Contatos antecipados com a Nova Teoria. São Paulo: Paulus, 2008, p.17.

<sup>210</sup> O documento da 3ª Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano, realizada em Puebla, em 1979, afirma que "A evangelização é comunicação" (n. 1063). Retomando Puebla, o documento de trabalho de Santo Domingo afirma que "a evangelização é um processo de comunicação" (n. 544).

Como vimos no Capítulo 2, o homem com o qual se tenta dialogar é um indivíduo imerso e profundamente marcado por uma cultura imediatista, destemporalizada, desterritorializada, superficial, individualista e pluralista. Por isso, suas necessidades são diferentes dos indivíduos que viviam na época da cristandade. Parece óbvio e repetitivo dizer isso, mas podemos encontrar muitas ações de evangelização e muitos veículos de comunicação eclesial organizada na dinâmica da cristandade: como se aquilo que a Igreja acredita e prega fosse uma unanimidade, algo conhecido e aceito por todos. Isto se percebe desde o uso de termos teológicos e litúrgicos, até os longos discursos, homilias e artigos, que ninguém mais tem paciência de ouvir ou interesse em ler.

E assim se dá com várias realidades: cursos de noivos, preparação para o Batismo, catequese, Pastoral da Juventude, do Adolescente e da Família, entre outras atividades. A Igreja está no mundo mas vive como se o mundo fosse os muros da paróquia, onde vigora uma outra forma de ser e existir (como se isso fosse possível).

### 4.3

#### **O dilema da comunicação: falar mas não comunicar**

"Comunicação é tornar comum, é fazer com que uma coisa seja a mesma num lado e no outro"<sup>211</sup>. Com essa afirmação, Marcondes Filho conclui que só existe comunicação verdadeira quando existe relação entre as pessoas. O contrário disso é mera produção de sinais, mera emissão de conteúdo, que, entretanto, não cria relação – ou seja, não comunica. "Comunicação é exatamente isso: o fato de eu receber o outro, a fala do outro, a presença do outro, o produto do outro e isso me transformar internamente"<sup>212</sup>. E este tem sido o grande desafio da Igreja já há algum tempo e, especialmente hoje, com o advento da cultura digital, na qual comunicar é também compartilhar.

Durante muito tempo pensou-se que a comunicação era isso: eu transmito algo, através de um canal, sobre um meio qualquer, por intermédio de um veículo a outra pessoa: eu "passo" isso a ela. (...) Eu só posso repassar ao outro algo de mim, uma informação, uma notícia, algo que minha linguagem consegue formular. Mas como o outro vai traduzir isso eu não sei, jamais saberei, está além de minha capacidade. A comunicação, portanto, jamais pode ser vista como transmissão, deslocamento,

---

<sup>211</sup> MARCONDES FILHO, 2008, p. 16.

<sup>212</sup> MARCONDES FILHO, 2008, p. 8.

transferência, como se fosse um objeto que eu pegasse de um lado e pusesse no outro(...).<sup>213</sup>

Esse pensamento acerca da comunicação como transmissão, que Marcondes Filho aponta como equivocado, interfere diretamente no processo de comunicação pessoal e institucional. O estudioso afirma categoricamente que é impossível "retirar uma ideia, uma sensação, uma impressão, um sentimento de dentro de mim e abrir a cabeça da outra pessoa para colocá-lo lá dentro". Não funciona assim. Então, não podemos pensar a comunicação da Igreja na cultura digital achando que comunicar é simplesmente transmitir uma doutrina, um dogma, através de um canal, sobre um meio qualquer, por intermédio de um veículo, a uma pessoa<sup>214</sup>. Pensar a comunicação eclesial como um objeto leva à incomunicabilidade pastoral.

Há, ainda, outros causadores da incomunicabilidade pastoral: oferecer ao outro o que não lhe interessa e oferecer respostas a perguntas que ninguém se faz<sup>215</sup> e por isso, não interessa compartilhar. Brighenti vai dizer: "Agora que sabemos todas as respostas, não é que mudaram as perguntas!"<sup>216</sup>

Diante disso, afirmamos: de nada adianta publicar um jornal, fazer um programa de rádio ou TV, alimentar redes sociais, se o que se diz não é de interesse de ninguém, só de quem produz. Estaremos oferecendo publicidade, notícia, conteúdo teológico (de qualidade até), mas não estaremos comunicando o Reino de Deus. Estaremos, no máximo, sinalizando a existência de uma realidade, que por não ser do interesse do indivíduo, é por ele também ignorada. E corremos o risco de estarmos produzindo uma comunicação narcisista, intimista, que nos retroalimenta num movimento esquizofrênico.

Sobre isso, Papa Francisco afirmou:

Não basta passar pelas 'estradas' digitais, isto é, simplesmente estarmos conectados. É necessário que a conexão seja acompanhada pelo encontro verdadeiro. [...] Não são as estratégias comunicativas que garantem a beleza, a bondade e a verdade da comunicação.<sup>217</sup>

<sup>213</sup> MARCONDES FILHO, 2008, pp. 15-14.

<sup>214</sup> Cf. MARCONDES FILHO, 2008, p. 15.

<sup>215</sup> "Recordar que nunca se deve responder a perguntas que ninguém se põe." Esta frase está inserida na Exortação Apostólica *Evangelii Gaudium*, do Papa Francisco, no número 155, que está inserido no item relativo à homilia, do Capítulo III, que Francisco dedica ao Anúncio do Evangelho.

<sup>216</sup> BRIGHENTI, Agenor. **A Igreja perplexa** – Novas perguntas, novas respostas. São Paulo: Paulinas/Soter, 2004, p.9.

<sup>217</sup> FRANCISCO, 2014.

Para evitar esse mal, a Igreja precisa voltar às fontes e seguir o exemplo de Jesus: sua comunicação despertava a atenção dos seus interlocutores, atingia a pessoa naquilo que ela tinha de mais profundo, provocava uma reflexão que levava o indivíduo a dar um novo significado às suas próprias práticas.

Para que uma mensagem se torne informação para alguém, é preciso que desperte o interesse da pessoa. É isto que a comunicação dialógica, que impera na cultura digital, deixa evidente: não é informação para mim aquilo que interessa ao emissor me dizer, mas que não "toca" a minha sensibilidade. "Quem decide se aquilo que está lá é informação ou não sou eu: é informação somente a partir do momento em que alguma dessas coisas me interessar"<sup>218</sup>.

Isso leva a concluir que a incomunicabilidade pastoral da Igreja ainda acontece porque os conteúdos não estão focados no receptor, mas somente no emissor. Fala-se, escreve-se e divulga-se o que, institucionalmente, é julgado interessante e importante por quem detém o poder sobre os meios de comunicação: aquilo que se quer que o público saiba, veja, experimente. Mas isso não é, segundo Marcondes Filho, comunicar. É apenas transmitir.

Entre as falhas mais sentidas estão o uso de uma linguagem descontextualizada e hermética, que não respeita a realidade dos interlocutores nem a linguagem própria de cada meio, e a repetição de ultrapassados métodos de evangelização que perderam sua força expressiva na atual era da comunicação.<sup>219</sup>

Não mudaram apenas os meios. E este entendimento é essencial, por isso o repetimos aqui. Não se trata somente de usar agora este meio ao invés daquele. A revolução tecnológica mudou até o conceito de realidade; mudou os conceitos de todas as coisas, das mais banais até as mais essenciais.

Isto significa que dois indivíduos podem estar falando teoricamente "a mesma coisa", mas com referenciais totalmente distintos e portanto, não se comunicam de fato. Por exemplo, ao falar sobre comunidade, um religioso está se referindo a uma realidade totalmente diferente do referencial que o jovem hoje tem de comunidade. Comunidade no sentido tradicional é um grupo de pessoas que reside numa mesma área geográfica e compartilham um mesmo modo de vida e cultura. Comunidade na cultura digital não tem nada a ver com espaço geográfico. É sim um grupo de pessoas, mas o que os une é um interesse em comum, uma ideia, um

<sup>218</sup> MARCONDES FILHO, 2008, p. 16.

<sup>219</sup> CNBB, Equipe de Reflexão do Setor de Comunicação Social. **Educação para a comunicação nos institutos de Filosofia e Teologia**. São Paulo: Paulinas/Sepac, 2001, p 16.

evento, uma área de estudo, etc., podendo cada membro estar em uma cidade, estado, país ou até mesmo um continente, diferente.

O mesmo podemos dizer acerca da amizade. Amigo no ambiente cibernético é quem te adiciona e é aceito por você. Não precisa necessariamente te conhecer fisicamente, nem mesmo se relacionar pessoalmente com você. Assim acontece com outras realidades. Por isso, podemos afirmar que a mudança tecnológica provoca uma mudança antropológica e sociológica, que por sua vez reflete na experiência religiosa<sup>220</sup>.

A linguagem adequada para comunicar a Revelação será aquela que puder de fato levar o homem contemporâneo a ter um encontro pessoal com o Deus Uno e Trino, revelado em Jesus Cristo, que ama o homem com um amor de compaixão e misericórdia; que não somente recebe a súplica do ser humano que sofre, mas que assume a sua dor e junto com ele vence a morte.

O problema na ação pastoral da Igreja está em transformar o discurso em atitudes, em ações pastorais, em mudança de método e paradigmas. Se os referenciais mudaram, o discurso e os métodos precisam ser atualizados. Por isso não basta, por exemplo, publicar um livro num site. Porque o livro foi escrito dentro da lógica da leitura linear e hoje a Internet incorpora ao texto imagens, som, animação, vídeos, cor, gráficos e hiperlinks. Com isso a leitura deixa de ser linear, conduzida pelo autor, e passa a ser uma construção particular. Se isso não é levado em consideração, frustra-se a tentativa de comunicar uma mensagem aos nativos digitais.

#### **4.4** **A fé como resposta**

Se a fé é entendida como uma resposta do homem a um Deus que se comunica com ele<sup>221</sup>, compreende-se que para suscitar essa fé-resposta é preciso que o homem seja atingido pela mensagem que Deus, por sua livre iniciativa, emite. Assim, podemos afirmar que a autocomunicação de Deus só atingirá seu objetivo se acolhida pelo ser humano.

<sup>220</sup> Em sua Carta Apostólica Motu Proprio "*In fructibus Multis*", o Papa Paulo VI, em 1964, já apontava essa realidade. Disponível em [www.vatican.va](http://www.vatican.va).

<sup>221</sup> Cf. **Catecismo da Igreja Católica**, n. 26.

A acolhida é, portanto, parte constitutiva da Revelação de Deus. E para ser acolhida, é preciso ser compreendida. No atual contexto social, um discurso sobre Deus deve ser elaborado levando em conta uma séria e atenta escuta da sociedade, sem repetir as formulações do passado.

O núcleo da fé cristã é único, sempre o mesmo, mas pode e deve apresentar compreensões e vivências diversas ao longo da história, para responder à diversidade da realidade social onde vivem os indivíduos.

O ponto de partida para a construção de um discurso sobre a Revelação na contemporaneidade, por exemplo, não pode mais ser o consenso acerca da existência de Deus, mas a sua ausência: ausência de certeza da existência de Deus; ausência de conhecimento, ou possibilidade de conhecimento, acerca de Deus; ausência de um discurso que aproxime o homem atual do conhecimento de Deus.

Não se trata aqui de defender a adoção indiscriminada de um modelo “moderno”, só para atender a demanda de um público. A questão está mais ligada ao conceito de “*aggiornamento*” das estruturas e modelos pastorais, bem como da linguagem com que se comunica a fé de sempre.

É dever da Igreja escutar os “sinais dos tempos”, exorta o Concílio Vaticano II, na Constituição Pastoral *Gaudium et Spes*. Esses sinais devem ser interpretados à luz do Evangelho. Deve-se estar atento “às perenes perguntas dos homens sobre o sentido da vida presente e futura e sobre sua relação recíproca”<sup>222</sup>. Só assim a fé cristã será significativa e salvífica em nossos dias.

Podemos perceber como um dos sinais desse tempo o fato de que os meios de comunicação aguçam os sentidos. O homem contemporâneo tem necessidade da experiência: ver, ouvir, tocar, sentir, olhar... A imagem comunica mais rapidamente do que as palavras escritas. Sendo assim, “é verdade” aquilo que eu vejo, que eu experimento. Os meios de comunicação se tornam nesta realidade importantes instrumentos para atingir o coração do homem. Spadaro afirma que a Internet é, antes de tudo, uma experiência, isto é, a experiência que aqueles cabos e aqueles sinais tornam possível. Para o autor, o ambiente digital tem um impacto sobre o próprio significado do que significa existir. “Ela é, portanto, um verdadei-

---

<sup>222</sup>GS, 4.

ro 'espaço' de experiência que cada vez mais está se tornando parte integrante, de maneira fluída, da vida cotidiana: um novo contexto existencial"<sup>223</sup>.

Esta realidade aponta para a necessidade da Igreja rever profundamente seus códigos comunicativos, que ainda são, fundamentalmente, de índole doutrinal racional, enquanto a cultura midiática parte do afetivo, das relações, da emoção, do estético e do lúdico<sup>224</sup>.

[...] neste contexto, um simples processo de adaptação ou a procura de modalidades atuais de comunicação não bastam. É necessário individualizar formas críveis para uma comunicação da fé em um contexto sociocultural, no qual o Evangelho deve se encarnar sem dispersar-se e sem anular-se. E isso faz parte da identidade da Igreja: a evangelização.<sup>225</sup>

Nessa nova ambiência ela é chamada a viver radicalmente a sua identidade evangelizadora. Sua tarefa específica é fazer "com que a rede amadureça de um lugar de conexão para um lugar de comunhão", porque a conexão apenas "não basta para transformar plenamente a rede num lugar de compartilhamento"<sup>226</sup>. Para tanto, a Igreja precisa abrir mão do que é acidental e fixar-se no essencial. Para falar ao mundo, ela não pode ter medo de falar a linguagem humana e precisa buscar na rede o homem inteiro, criado com capacidade de Deus, que hoje desenvolve no ambiente digital a sua capacidade de conhecimento e de relação.

Sendo um ambiente em que habita o homem, vimos no Capítulo 1 que a Internet, que possibilita a existência das redes digitais, não é simplesmente um "meio", um instrumento de evangelização, "mas, antes de tudo, um contexto no qual a fé deve se exprimir não por uma mera vontade de presença, mas por um conaturalidade do cristianismo com a vida dos homens"<sup>227</sup>.

E é por isso que Spadaro afirma que o desafio para a Igreja evangelizar a rede não é tanto saber "como usar bem" a mesma, que técnicas usar, mas como "viver bem nos tempos da rede", rompendo assim a lógica instrumentalista da Pastoral da Comunicação.

Ao entrar numa plataforma de rede social é possível perceber como as pessoas possuem grande satisfação na partilha, no dom de si e de suas ideias. Isso deixa um caminho aberto para a partilha e propagação do Evangelho de Cristo.

<sup>223</sup> SPADARO, 2016, p. 17.

<sup>224</sup> PUNTEL, Joana. **Comunicação- Diálogo dos saberes na cultura midiática**. São Paulo: Paulinas/Sepac, 2011, p. 208.

<sup>225</sup> PUNTEL, 2011, p. 165.

<sup>226</sup> SPADARO, 2016, p. 25.

<sup>227</sup> SPADARO, 2016, p. 26.

Um agente de pastoral que administre os perfis e páginas da Igreja (paróquia, movimento, pastoral, diocese) deve ter em vista que está trazendo as pessoas para Cristo, porque acredita que a resposta definitiva para os anseios humanos, se encontra na pessoa de Cristo. Se não for assim, não evangeliza, apenas faz proselitismo. Porque Cristo não é simplesmente uma mensagem, mas uma pessoa, real e presente, com a qual nos relacionamos. É privilégio do cristão, é a sua riqueza manter viva esta convicção sobre o que o encontro com Cristo fez por sua vida, o quanto Ele tem enriquecido a sua própria experiência, o quanto o tem fortalecido, o quanto isso o estimulou, o ajudou a crescer de diferentes maneiras... E é por isso que a Igreja e ele, como indivíduo, está na rede: porque deseja compartilhar isso com os outros.

Essa atitude é muito diferente de querer estabelecer um imperialismo ou fazer novos prosélitos. A mensagem que um cristão coloca na rede, precisa vir da sua experiência com o Deus vivo, vivida no seu cotidiano e assim, como São Paulo, dar razões da própria esperança, oportuna e inoportunamente, para conseguir o maior número de pessoas para Cristo.

#### 4.5 Gerar valores cristãos na cultura digital

Depois dessas reflexões, é possível voltar a provocação de João Paulo II: "é necessário integrar a mensagem [cristã] nesta 'nova cultura', criada pelas modernas comunicações"<sup>228</sup>. Integrar neste texto deve ser entendido como incutir a mensagem cristã na cultura digital e assim gerar valores cristãos no ambiente digital. O caminho para que isso aconteça é precisamente vivencial, através do testemunho dos batizados na rede, muito mais do que institucional. Spadaro vai pontuar que

testemunhar significa antes de mais nada viver uma vida comum, alimentada pela fé em tudo: na visão de mundo, nas escolhas, nas orientações, nos gostos e, portanto, também no modo de comunicar, de estabelecer amizades e de relacionar-se dentro e fora da rede.<sup>229</sup>

A medida em que cada batizado, como membro do corpo de Cristo, assumir a sua identidade e testemunhar a sua fé, a mensagem cristã poderá penetrar nessa nova cultura e transformá-la a partir de dentro. Marchiori afirma que a cultura se

<sup>228</sup> JOÃO PAULO II. *Redemptoris missio*. Vaticano: 1990, n. 37. Disponível em [www.vatican.va](http://www.vatican.va).

<sup>229</sup> SPADARO, 2016, p. 37.

forma através do relacionamento existente entre as pessoas dentro dos grupos, e da personalidade da organização. "Os grupos se relacionam, desenvolvendo formas de agir e ser que vão sendo assumidas por seus membros. A partir do momento que o grupo passa a agir automaticamente a cultura está enraizada e incorporada"<sup>230</sup>. Neste contexto, cresce a responsabilidade de cada membro do corpo de Cristo, que precisa testemunhar com coerência a sua fé no seu perfil pessoal e precisa cuidar a linguagem que utiliza para se comunicar, bem como as escolhas que faz de quem seguir, do que "curtir" e compartilhar em sua rede, que opiniões expressar, para que tudo seja coerente com o Evangelho, mesmo que não se esteja falando dele explicitamente.

Tendo sido incorporados valores cristãos na cultura midiática digital, os valores que conduzirão as decisões e as ações na rede não serão meramente tecnológicos ou econômicos. Serão valores de comunhão, introduzidos na rede pela presença ativa dos batizados, que como Igreja agem inspirados pelo Espírito Santo. Assim se enraizará a cultura cristã no seio da cultura midiática, ao invés de assistirmos a lógica das novas tecnologias guiar o comportamento da Igreja e determinar sua ação no campo das comunicações.

De certa forma é isso que Rushkoff fala ao afirmar que "na medida em que nos movemos em direção a uma realidade crescentemente digital, nós precisamos aprender não apenas a usar programas, mas a fazê-los também, para que não sejamos apenas programados, mas ganhemos acesso ao painel de controle"<sup>231</sup>. Aprender a "lógica" dessa rede e não apenas utilizar as tecnologias de forma eficiente é o maior desafio.

Quando o nosso esforço não está centrado nesse desafio, vemos dioceses, pastorais e líderes religiosos gerenciando suas páginas na Internet seguindo apenas as técnicas mais eficazes ensinadas pelo mercado e as suas leis, deixando, sem perceber, os valores do Evangelho em segundo plano. A grande preocupação gira

---

<sup>230</sup> MARCHIORI, Marlene Regina. **Comunicação é cultura. Cultura é comunicação.** Revista Comunicação Empresarial, São Paulo, n. 31, segundo trimestre 1999. Disponível em: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/culturaorganizational/0067.htm>.

<sup>231</sup> RUSHKOFF, Douglas. **As 10 questões essenciais da era digital.** São Paulo: Saraiva, 2010, p. 7.

mais em torno do número de "curtidas" e de "visualizações" de suas postagens do que com a formação de uma cultura cristã na rede.

Por mais "sucesso" que pensem estar alcançando nesse caminho (sucesso medido pela quantidade de seguidores), não estarão enfim cumprindo a missão da Igreja, pois não estarão integrando a mensagem do Evangelho ao ambiente digital, mas pelo contrário, estão introduzindo a mentalidade do mundo globalizado na Igreja. "Além disso, a verdade do Evangelho não extrai o seu valor da sua popularidade ou da quantidade de atenção (da quantidade dos "curti") que recebe"<sup>232</sup>.

Sobre esse perigo de mundanização das práticas pastorais já nos alertava Paulo VI, quando afirmou que o Evangelho e a evangelização devem impregnar todas as culturas, sem se escravizar a nenhuma delas<sup>233</sup>. É neste sentido que Spadaro afirma que

O cristão, imerso nas redes sociais é chamado a uma autenticidade de vida muito desafiadora. Essa autenticidade diz respeito diretamente ao valor da sua capacidade de comunicação. [...] Hoje comunicar significa testemunhar! Sendo assim, um anúncio do Evangelho que não passe pela autenticidade de uma vida cotidiana pessoal compartilhada seria, nos dias de hoje, mais do que nunca, uma mensagem expressa num código que se pode compreender talvez com a mente, mas não com o coração.<sup>234</sup>

#### 4.6 Diaconia da comunicação

Como Sacramento Universal da Salvação, a Igreja precisa assumir a diaconia da comunicação. Para tanto, faz-se necessário abandonar pretensões de triunfalismo e entender que não se é mais do que um ponto da rede. Mas ao contrário disso ser desmotivador, deve impulsionar os organismos eclesiais, porque na rede todos os pontos têm oportunidade de interagir e de influenciar o ambiente. Ao exercer a diaconia da comunicação, a Igreja poderá tornar a rede digital um lugar rico de humanidade. Não mais somente uma rede de fios, mas de pessoas humanas<sup>235</sup>.

<sup>232</sup> SPADARO, 2016, p. 37.

<sup>233</sup> PAULO VI. *Exortação Apostólica Evangelii Nuntiandi*. Vaticano: 1975, n. 20.

<sup>234</sup> SPADARO, 2016, p. 43.

<sup>235</sup> Cf. FRANCISCO, 2014.

O uso dos meios de comunicação para a propagação do Evangelho não substitui o testemunho pessoal da fé e sim o pressupõe. Será pelo testemunho, e não pela pregação, que a cultura midiática receberá o Evangelho como força transformadora. A pregação pode ser contestada. A doutrina será apenas mais uma dentre tantas outras que circulam pela rede. Mas o testemunho tem uma autoridade que não se pode negar. O testemunho não toca somente o intelecto, mas antes, fala a linguagem da afetividade.

Que cultura queremos gerar no ambiente digital deve ser, portanto, a pergunta de fundo de toda estratégia de comunicação da Igreja. Neste contexto, Papa Francisco faz uma proposta a toda Igreja: promover a cultura do encontro. Encontro do homem consigo mesmo, com Deus, com o próximo e com a natureza. Comunicar, para Igreja, não pode ser fazer publicidade, mas sim comunhão. Em sua mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais de 2014, O Pontífice afirma que os cristãos, como servidores da Palavra, devem promover a "boa comunicação", que nos ajuda a estar mais perto um dos outros e sermos mais unidos. A "boa comunicação" a que somos chamados será, assim, construtora de uma autêntica cultura do encontro. "Particularmente a Internet pode oferecer maiores possibilidades de encontro e de solidariedade entre todos; e isto é uma coisa boa, é um dom de Deus"<sup>236</sup>.

A Diaconia da Comunicação precisa ser exercida por todos os batizados. Em meio às dificuldades do clero e dos religiosos de romperem a muralha do secularismo, o Espírito Santo, Aquele que verdadeiramente governa a Igreja no curso da história, desperta um exército no corpo eclesial: os leigos. Como filhos da Igreja, os leigos e leigas receberam no seu Batismo o múnus profético, sacerdotal e régio. Por isso, como discípulos missionários, são chamados a visibilizar a dinâmica do Reino de Deus na sociedade midiaticizada.

#### **4.7 O Evangelho e a rede**

Quando entra na rede, a Igreja se torna canal para que o Evangelho atinja de fato todo o mundo e se cumpra a vontade de Cristo, manifesta aos apóstolos na aparição do Ressuscitado (Cf. Mt 16, 15). Mas a Igreja não pode se contentar em

---

<sup>236</sup> FRANCISCO, 2014.

ser apenas uma "emissora" de conteúdos religiosos. Precisa ir além, precisa ser uma "compartilhadora" do Evangelho na sociedade. Isto porque "o Evangelho não é uma 'mercadoria' a ser vendida num 'mercado' saturado de informações"<sup>237</sup>. O Evangelho, como Boa Notícia, deve ser experimentado, vivenciado, uma Verdade a mover as consciências.

Ao inculturar-se no ambiente digital, a Igreja possibilita que muitos encontrem a Verdade, o Deus que se revela na história, que se humanizou para se encontrar conosco e nos revelar o sentido da nossa vida. Oferece a possibilidade da experiência pessoal com Deus, que ama gratuitamente o homem e escolheu a humanidade como seu lugar de encontro conosco e que, portanto, não opõe o sagrado ao profano. Os cristãos na rede têm a responsabilidade de ajudar a humanidade a compreender o significado profundo da própria rede no projeto de Deus, que conduz a humanidade para uma realização<sup>238</sup>. Bento XVI chamou a atenção para esse fato ao afirmar que na técnica se exprime e se confirma o poder do espírito sobre a matéria<sup>239</sup>.

Somente a experiência com o Deus revelado em Jesus Cristo leva o homem a se humanizar e encontrar o sentido pleno da sua vida e da sua liberdade. A identidade e alteridade do ser humano têm seu fundamento último em Deus, que funda a autonomia do homem e faz dela um direito<sup>240</sup>. A pessoa "é" na relação e Deus é o fundamento dessa relação. É nesta dinâmica que a técnica é vista como um dado profundamente humano, ligado à autonomia e à liberdade do homem.

As novas tecnologias possibilitam que acessem a rede da Igreja uma variedade de pessoas jamais imaginada, independente da condição em que vivam e as opções que tenham feito. Precisamos, no contexto da cultura digital, "de uma Igreja capaz de encontrá-los no seu caminho. Precisamos de uma Igreja capaz de inserir-se na sua conversa"<sup>241</sup>.

O desenvolvimento tem necessidade de cristãos com os braços levantados para Deus em atitude de oração, cristãos movidos pela consciência de que o amor cheio de verdade – *caritas in veritate* –, do qual procede o desenvolvimento autêntico, não o produzimos nós, mas é-nos dado. [...] O desenvolvimento implica atenção à

<sup>237</sup> SPADARO, 2016, p.38.

<sup>238</sup> Cf. SPADARO, 2012, pp. 10-11.

<sup>239</sup> Cf. BENTO XVI. **Carta Encíclica *Caritas in veritate***. Vaticano:2009, n. 69. Disponível em [www.vatican.va](http://www.vatican.va).

<sup>240</sup> Cf. GESCHÉ, Adolphe. **Deus para pensar**. O sentido. São Paulo: Paulinas, 2012, p. 65.

<sup>241</sup> FRANCISCO. **Encontro com o Episcopado Brasileiro**. Rio de Janeiro: 2013. Disponível em [www.vatican.va](http://www.vatican.va).

vida espiritual, uma séria consideração das experiências de confiança em Deus, de fraternidade espiritual em Cristo, de entrega à providência e à misericórdia divina, de amor e de perdão, de renúncia a si mesmo, de acolhimento do próximo, de justiça e de paz. [...] Tudo isto é do homem, porque o homem é sujeito da própria existência; e ao mesmo tempo é de Deus, porque Deus está no princípio e no fim de tudo aquilo que tem valor e redime: 'quer o mundo, quer a vida, quer a morte, quer o presente, quer o futuro, tudo é vosso; mas vós sois de Cristo, e Cristo é de Deus' (Cf. 1 Cor 3, 22-23).<sup>242</sup>

#### 4.8 A rede e a pastoral

Desde o Concílio Vaticano II o Espírito Santo que governa a Igreja a tem preparado para enfrentar essa mudança histórica na cultura humana. Através da Pastoral de Conjunto as Igrejas particulares se colocam em atitude de diálogo e serviço diante do mundo. Porque a pastoral deve nascer da vocação da Igreja como Sacramento Universal da Salvação. "Uma pastoral que não serve para salvar não serve para nada"<sup>243</sup>.

Não é diferente no campo da comunicação. Por isso não faz sentido uma pastoral cujo foco seja a aquisição e administração de meios de comunicação. Sem desprezar a necessidade dessa atividade, a Pastoral da Comunicação deve ir muito além. E aqui não cabe improvisações. Como uma ação pensada e planejada, a pastoral não pode ser marcada pelo voluntarismo e o pragmatismo. A boa vontade em querer acertar não basta.

Entretanto, também não se pode fazer da Igreja uma empresa, perdendo de vista sua peculiaridade institucional. Na obra da evangelização, não se pode esquecer que a instituição também é mensagem. Em outras palavras: precisam estar configurados segundo os ideais evangélicos. Na ação pastoral, além dos fins, os meios precisam ser, também, evangélicos.<sup>244</sup>

O caminho percorrido até aqui, entretanto, não tem obtido os resultados necessários. Porque embora se tenha aumentado a produção de textos e estudos sobre Teologia da Comunicação, pouco se reflete ainda acerca da metodologia e da prática comunicacional da Igreja. E aqui não estamos nos referindo ao aprendizado das técnicas, mas ao discernimento acerca do seu uso na Igreja.

Há de fato um acerto a ser feito no caminho. Gomes diz ocorrer um erro de percurso nos documentos oficiais da Igreja: partir sempre da Teologia para a Co-

<sup>242</sup> BENTO XVI. *Caritas in veritate*, n. 79. Disponível em [www.vatican.va](http://www.vatican.va).

<sup>243</sup> BRIGHENTI, Agenor. *A Pastoral dá o que pensar: A inteligência da prática transformadora da fé*. São Paulo: Paulinas, 2006, p. 52.

<sup>244</sup> BRIGHENTI, 2006, p. 75.

municação e nunca fazer o caminho inverso. Ao fazer dessa forma, coloca-se a análise da realidade e da ação pastoral num segundo plano, correndo-se o risco de se perder num complexo discurso teológico.

Para ser dita ao mundo, a Palavra do Pai precisa ser colocada ao nível dos homens, a fim de que possa ser entendida, pois, em todo processo de comunicação entre os seres humanos, se faz necessário que haja condições objetivas que possibilitem a sua realização.<sup>245</sup>

E essa reflexão, para o autor, está no nível da prática pastoral. Para que essa situação seja modificada, a formação do agente pastoral é imprescindível, e não pode limitar-se ao aprendizado de técnicas comunicacionais. A formação adequada compreende as técnicas, mas também o estudo do ser humano e da sociedade atual e uma formação teológica, bíblica e pastoral adequadas.

É impossível ser um bom agente de pastoral sem conhecer o objeto e o método de ação eclesial e o contexto na qual ela se dá - o mundo, no emaranhado de suas instituições e organizações. A formação é uma exigência permanente, sob pena de expor o agente de pastoral à incompetência e à inoperância.<sup>246</sup>

Esta afirmação de Brighenti é ainda mais importante quando falamos de Pastoral da Comunicação, pois quando a Igreja é chamada a assumir sua missão na cultura da comunicação, no ambiente digital, estamos falando especialmente da Igreja enquanto povo de Deus. Para isso, será necessário repensar papéis e responsabilidades. E talvez aqui resida uma das grandes dificuldades que a lógica do mundo digital coloca para a estrutura hierárquica da Igreja.

Como explicitamos anteriormente, a crítica, a criação e a edição de conteúdos na cultura digital não está mais reservada a centros hierárquicos, como o clero, mas está nas mãos de cada pessoa que integra a rede. A instância hierárquica tradicional aqui não tem sentido. Os papéis mudam e será necessário entender isso. O padre assume uma função de gestor e como tal não deve exercer um poder autoritário, censorador, limitador da interação, ou apático, como um espectador. Precisa, também, estar aberto a interagir com os fiéis, motivá-los, acolher suas sugestões, críticas, queixas, partilhas de vida, etc. Precisa ser um homem de diálogo.

Por isso mesmo, na realidade das mídias digitais, especial atenção deve ser dada ao ministério dos leigos. A cultura midiática é para os leigos um campo fértil

<sup>245</sup> GOMES, Pedro Gilberto. **Teologia e Comunicação: reflexões sobre o tema**. Cadernos Teologia Pública nº 12. Unisinos, 2005.

<sup>246</sup> BRIGHENTI, 2006, p. 202.

para desenvolver sua identidade eclesial e assumir a missão da Igreja como propõe o Concílio Vaticano II: ser sujeito eclesial, com autonomia e maturidade, que dá testemunho de sua fé, em unidade com o corpo hierárquico.

Qual a conversão pastoral que essa realidade exige da comunidade eclesial? O Espírito Santo, que inspira a Igreja no seu caminhar histórico, antecipando-se às necessidades dos homens contemporâneos, já inspirou caminhos e ofereceu pressupostos para a conversão pastoral. A colegialidade, os conceitos de Igreja como Povo de Deus, Corpo de Cristo e Sacramento da Salvação, presentes nos documentos do Concílio Vaticano II, são realidades que ganham um sentido especial numa sociedade cuja cultura está marcada pela descentralização, pluralidade e autonomia do indivíduo.

No que se refere à cultura midiática digital, reafirmamos que a conversão pastoral necessária consiste na superação da visão e leitura simplesmente instrumental dos meios de comunicação, especialmente da Internet. Spadaro apresenta seis mudanças de paradigmas pastorais necessários para integrar a ação evangelizadora na cultura digital<sup>247</sup>:

**1. Passar da pastoral das respostas para a pastoral das perguntas** – "Nunca responder a perguntas que ninguém pergunta" (Cf. *Evangelii Gaudium*, 155). A Igreja precisa se envolver com as perguntas e as dúvidas dos homens de hoje. Conhecer as perguntas insistentes do coração sobre o sentido da vida. Precisa entrar em diálogo com os homens e mulheres de hoje, para entender suas expectativas, dúvidas, esperanças.

**2. Da pastoral centrada nos conteúdos para a pastoral centrada nas pessoas** – Antigamente as pessoas precisavam se submeter, por exemplo, à lógica de programação de uma TV ou Rádio e esperar o horário definido para ver o programa que gostavam. Hoje em dia, com a Internet, isso mudou. Ela tem a disposição os conteúdos e é livre para "pegá-los" a qualquer momento. É como se vários conteúdos orbitassem ao redor da pessoa. Essa é a lógica dos nativos digitais, pois no centro está a pessoa e não o conteúdo, e ela não precisa mais se adequar a uma programação.

**3. Da pastoral da transmissão à pastoral do testemunho** – A eficácia da

<sup>247</sup> SPADARO, Antonio. *Le 6 grandi sfide della comunicazione digital e alla pastorale*. Disponível em: <http://www.cyberteologia.it/>. Acessado em 07/12/2015.

evangelização está não em comunicar informação, mas inserir conteúdos nas redes sociais que comuniquem a si mesmo e o que se acredita através de ações concretas.

**4. Da pastoral da propaganda para pastoral da proximidade** – O bispo, o padre, o religioso ou o leigo não pode manter uma postura de espectador no mundo digital, ou apenas ser um produtor de conteúdo, ou só postar notícias de eventos, mas deve transformar-se num missionário que vai ao encontro das pessoas. "Evangelizar não significa absolutamente fazer 'propaganda' do Evangelho. Não significa 'transmitir' mensagens de fé."<sup>248</sup>

**5. Da pastoral das ideias para a pastoral da narração** – As pessoas hoje estão interessadas em histórias e não em ideias. Se queremos de fato entrar na vida das pessoas temos que contar histórias. Em tempos de mídias digitais não é mais possível comunicar apenas frases, palavras que nada significam, imagens de santos e anjos, mas contar a experiência vivida com a mensagem comunicada.

**6. Da pastoral da interioridade para a pastoral da interatividade** – A vida espiritual do homem contemporâneo é certamente tocada pela dinâmica da Internet, que é interativa e imersiva. Os homens imersos na cultura digital, acostumados com a interatividade, interiorizam a experiência espiritual se forem capazes de tecer um relacionamento interativo e não puramente passivo, receptivo.

## Conclusão

Nos tempos atuais, marcadas pelas modernas tecnologias, vigora a cultura midiática digital, que cria uma nova ambiência, uma nova forma de existir na sociedade, que tem mudado a forma com que os seres humanos vivem, se relacionam e produzem conhecimento. E isto acontece com ou sem a presença da Igreja, restando-lhe uma escolha: tornar-se uma inimiga do progresso tecnológico, demonizando o uso das novas mídias, ou se inserir neste novo ambiente, tornando-se artífice dessa nova cultura para impregná-la de valores cristãos.

Desde o Concílio Vaticano II o Magistério da Igreja optou pela segunda alternativa e tem incentivado a utilização da mídia para a propagação do Evangelho. Um passo importante foi dado, sem dúvida. Porém, é preciso avançar. E o terreno

---

<sup>248</sup> FRANCISCO. **Comunicação ao serviço de uma autêntica cultura do encontro**. Mensagem para o 48º Dia Mundial das Comunicações Sociais. Vaticano: 2014.

em que precisa-se avançar é o do entendimento da cultura midiática. Passar de uma visão instrumentalista dos meios para uma real integração do Evangelho na cultura das comunicações, que atualmente é digital. Este "novo mundo" constitui hoje uma terra de missão para a Igreja, que precisa ser um sinal eficaz de Cristo e de seu Reino no *bios* midiático.

E aqui não falamos somente da Igreja enquanto instituição, mas, sim, da Igreja enquanto um corpo vivo, pulsante: a *Ekklesia* de Cristo. É todo o povo de Deus que precisa assumir a responsabilidade de pensar a ação pastoral, integrar e interagir no mundo digital. Todo batizado constitui um nó dessa grande rede que se tornou a aldeia global.

A assembleia de convocados é formada por homens e mulheres inseridos nesse tempo histórico, portanto, que também vivem sob a influência dessa nova cultura. As mudanças que o *bios* midiático realiza no ser humano incidem diretamente sobre os fiéis. O cristão não está imune a elas, o que exige da Igreja uma atenção redobrada acerca dos métodos que utiliza e das mensagens que veicula.

"É preciso fortaleza e coragem no mundo das comunicações"<sup>249</sup>. A ação evangelizadora deve levar em conta as características da cultura digital: reintermediação, empoderamento do indivíduo, fragmentação, fluidez dos relacionamentos, descompromisso, destemporalização e desterritorização, mas não deve se afastar dos princípios evangélicos, sob pena de não responder ao apelo, feito por João Paulo II, de integrar a mensagem do Evangelho nesta nova cultura.

O desafio, portanto, não é estar sempre *up to date* (atualizados às últimas novidades). Mas sim, descobrir como através de uma efetiva ação pastoral a sabedoria da Igreja pode ajudar a rede de comunicação digital a ser aquilo que deve ser no plano de Deus acerca da humanidade e seu desenvolvimento sobre a terra. Afinal, estamos todos na mesma jornada. Não cabe a Igreja estar nem à frente, nem atrás nesse caminho. Ela deve caminhar junto, para levar Cristo a todos os que ali se encontrem, para que Ele seja um companheiro de viagem. Não pode, portanto, adotar uma postura passiva, esperando para apresentar Jesus apenas às pessoas que passem por ela. Isso é muito pouco.

---

<sup>249</sup> PONTIFÍCIO CONSELHO PAR AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. **Igreja e Internet**. Vaticano: 2002, n. 12.

Para isso, todos os cristãos são convocados, pois a dinâmica da rede não é institucional, mas de relacionamentos pessoais. Neste contexto, os leigos, como filhos da Igreja, que receberam no Batismo o múnus profético, sacerdotal e régio e como alegres discípulos missionários, são chamados a visibilizar a dinâmica do Reino de Deus na sociedade digital. Como sujeitos eclesiais, dotados de liberdade, responsabilidade e autonomia, os leigos possuem um ministério que vem ao encontro da nova cultura.

O cristão precisa, então, assumir definitivamente a missão da Igreja, a partir da própria autenticidade, coerência entre fé e vida e respeito pelas outras pessoas. É necessário entender que tudo fala do que somos, desde a forma de como nos comportamos, das coisas que dizemos, da paciência que expressamos e da tolerância que mostramos. É a humanidade do batizado que envolverá as pessoas, de modo que elas encontrem algo de genuíno e interessante, no qual se sintam atraídos pela beleza, bondade e verdade.

Pelo poder do testemunho, o aumento de "seguidores" dos canais da Igreja se dará por contágio e não somente por estratégias bem desenhadas, que são importantes e não devem faltar, sob o risco do amadorismo, mas não devem ser o centro do apostolado na rede. Se a Igreja precisa estar presente na rede é por um único motivo: poder caminhar com o homem de hoje e nesse caminhar, anunciar a Boa Notícia, como Jesus fez com os discípulos de Emaús (Cf. Lc 24, 13-35).

A integração da Igreja à cultura midiática digital exige uma conversão pastoral, como já nos apontou o Documento de Aparecida. Conversão pastoral que significa, docilidade ao Espírito, mudança de forma, de linguagem, de atitude, para que a mensagem transmitida possa ser compreendida pelos nossos contemporâneos. Como consolidar a comunicação dialógica em nossas comunidades (na qual o emissor e o receptor se encontram num mesmo nível e trocam com mais facilidade o fluxo de mensagens), se ainda muitas estão marcadas pelo modelo de comunicação linear (que é mais autoritário e que impõe ao receptor a mensagem que o emissor quer transmitir, dificultando a interação)? Inúmeros são os desafios que se colocam diante desse questionamento.

Faz-se necessário acolhermos o sopro do Espírito Comunicador. O Espírito está onde a linguagem é compreensível, Ele é um facilitador da Comunicação. Isso nos autoriza afirmar que falar uma linguagem que ninguém mais entende e

"responder a perguntas que ninguém mais se faz", como nos disse o Papa Francisco na sua Exortação Apostólica *Evangelii Gaudium*, pode denotar incapacidade de docilidade ao Sopro do Senhor.

Outro desafio que se coloca para a Igreja é pensar qual deve ser a sua forma de auto-representação social e o seu regime de visibilidade pública numa sociedade em que o imediatismo leva à superficialidade. A Igreja influencia ou é influenciada nessa nova realidade social? Será ela capaz de criar nesse mundo digital uma nova forma de ser ou irá deixar-se excluir desse processo? Poderá a Igreja reorientar eticamente a mídia, rompendo a lógica do mercado que domina este ambiente? Estes são questionamentos cruciais.