



Andréia Durval Gripp Souza

Infopastoral: diálogo entre fé e cultura digital
Uma análise a partir de documentos do Magistério da Igreja

Tese de Doutorado

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Teologia, do Departamento de Teologia do Centro de Teologia e Ciências Humanas da PUC-Rio.

Orientador: Prof. Abimar Oliveira de Moraes

Rio de Janeiro
Fevereiro de 2022



Andréia Durval Gripp Souza

Infopastoral: diálogo entre fé e cultura digital
Uma análise a partir de documentos do Magistério da Igreja

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Teologia, do Departamento de Teologia da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Abimar Oliveira de Moraes
Orientador – PUC-Rio

Francilaide de Queiroz Rons
Departamento de Teologia – PUC-Rio

Lilian Saback de Sá Moraes
Departamento de Comunicação – PUC-Rio

Tiago de Fraga Gomes
PUCRS

Moisés Sbardelotto
UNISINOS

Rio de Janeiro, 28 de janeiro de 2022

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem a autorização da universidade, da autora e do orientador.

Andréia Durval Gripp Souza

Graduou-se em Comunicação Social (Jornalismo) na Universidade Gama Filho (1991), e em Teologia na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2014). Mestra em Teologia Sistemático-Pastoral pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2017). Coordenou a equipe de jornalismo do jornal Testemunho de Fé, da Arquidiocese do Rio de Janeiro e a Pastoral da Comunicação do Regional Leste 1 da CNBB. Foi assessora de comunicação da Província Carmelitana de Santo Elias (Província Fluminense). É membro do Grupo de Reflexão sobre Comunicação da CNBB (GRECOM).

Ficha Catalográfica

Souza, Andréia Durval Gripp

Infopastoral : diálogo entre fé e cultura digital : uma análise a partir de documentos do Magistério da Igreja / Andréia Durval Gripp Souza ; orientador: Abimar Oliveira de Moraes. – 2022.

229f. : il. color. ; 30 cm

Tese (doutorado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Teologia, 2022.

Inclui bibliografia

1. Teologia - Teses. 2. Igreja. 3. Ação pastoral. 4. Infopastoral. 5. Cultura digital. 6. Evangelização. I. Moraes, Abimar Oliveira de. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Teologia. III. Título.

CDD: 200

A Deus, princípio e fim de todas as coisas.
Ao meu esposo, Armênio.
Aos agentes da Pascom, discípulos missionários de Cristo.

Agradecimentos

A Cristo, que me inspirou e sustentou durante toda a pesquisa: princípio e fim; caminho e vida.

Ao professor Abimar Oliveira de Moraes, pela confiança, pelo incentivo, pela amizade, pelo apoio nos momentos mais difíceis e pela orientação sempre encorajadora e precisa.

Ao CNPq e à PUC-Rio pelos auxílios recebidos, sem os quais este trabalho não poderia ter sido realizado.

Aos professores examinadores, por aceitarem caminhar conosco nessa jornada e contribuírem com as suas avaliações para o engrandecimento deste trabalho.

À minha família, cujo amor, apoio, incentivo e paciência foram fundamentais nesses quatro anos de pesquisa.

Aos meus amigos da Pastoral da Comunicação do Brasil, que torceram por mim e estiveram sempre prontos a colaborar com ideias, opiniões e preenchimento da pesquisa de campo.

À Comunidade Católica Shalom, minha família espiritual, pelas orações, compreensão e cuidados, sem os quais não seria possível concluir o doutorado.

À Dorcelina Gomes, pela revisão do texto.

Aos professores e alunos de pós-graduação do Departamento de Teologia da PUC-Rio, e a todos os funcionários da secretaria, pela amizade, atenção, e partilha de conhecimento.

O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

Resumo

Souza, Andréia Durval Gripp; Moraes, Abimar Oliveira de. **Infopastoral: diálogo entre fé e cultura digital. Uma análise a partir de documentos do Magistério da Igreja.** Rio de Janeiro, 2021. 229p. Tese de Doutorado – Departamento de Teologia, Pontifícia Universidade Católica (PUC) do Rio de Janeiro.

A presente pesquisa tem como objeto material o diálogo entre a fé cristã e a cultura midiática digital. Do ponto de vista formal, foi realizada uma análise dos desafios pastorais que a cultura midiática digital oferece à fé cristã, à luz da reflexão do Magistério da Igreja Católica, tendo como fundamentação teórica documentos do Concílio Ecumênico Vaticano II e pós-Concílio. Ao final, apresentou-se uma resposta pastoral a essas questões: a *infopastoral* ou a *infopraxis*. Esta proposta nasce de uma convicção: a Igreja Católica, enquanto Povo de Deus – como a própria Constituição Dogmática *Lumen Gentium* define a Igreja em seu capítulo 2 –, precisa integrar a mensagem do Evangelho à cultura digital, para se manter fiel à sua missão de anunciar a Boa Nova a toda criatura, cumprindo, assim, o mandato missionário de Cristo (cf. Mt 28,16-20). Para tanto, faz-se necessária uma mudança de paradigma e a capacidade de perceber os sinais dos tempos e as oportunidades que as novas tecnologias emprestam à fé cristã, passando de uma visão instrumentalista da mídia para uma atuação pastoral nos meios. A metodologia utilizada teve como base o método ver, julgar e agir, através de revisão bibliográfica, com análise de documentos do Magistério da Igreja e referenciais de autores das áreas da sociologia, filosofia, comunicação e teologia. Esta compilação é de extrema importância para o estudo acadêmico da relação entre fé cristã, prática pastoral na Igreja Católica e cultura digital, representando um avanço no entendimento interdisciplinar do tema.

Palavras-chave:

Igreja; Ação Pastoral; Infopastoral; Cultura Digital; Evangelização.

Abstract

Souza, Andréia Durval Gripp; Moraes, Abimar Oliveira de. **Infopastoral: dialogue between faith and digital culture. An analysis from documents of the Magisterium of the Church.** Rio de Janeiro, 2021. 229p. Doctoral thesis - Department of Theology, Pontifical University (PUC) of Rio de Janeiro.

This research has as its concrete object the dialogue between the Christian faith and the digital media culture. From a formal point of view, an analysis of the pastoral challenges that digital media culture offers to the Christian faith, in the light of the reflection of the Magisterium of the Catholic Church, having as theoretical foundation documents from the Second Vatican Ecumenical Council and after the Council. At the end, a pastoral response to these questions was presented: the *infopastoral* or the *infopraxis*. This proposal is born from a conviction: the Catholic Church, as the People of God – called as such in the Dogmatic Constitution *Lumen Gentium* defines the Church in its chapter 2 –, needs to integrate the Gospel message to the digital culture, to remain faithful to its mission of proclaiming the Good News to every creature, thus fulfilling Christ's missionary mandate (cf. Mt 28,16-20). Therefore, a paradigm shift and the ability to perceive the signs of the times and the opportunities that new technologies lend to the Christian faith are necessary, moving from an instrumentalist view of the media to a pastoral action in the media. The methodology used was based on the see, judge and act method, through a bibliographic review, with analysis of documents from the Church's Magisterium and references from authors in the areas of sociology, philosophy, communication and theology. This compilation is of extreme importance for the academic study of the relationship between Christian faith, pastoral practice in the Catholic Church and digital culture, representing an advance in the interdisciplinary understanding of the subject.

Key words

Church; Pastoral Action; Infopastoral; Digital Culture; Evangelization.

Sumário

1. Introdução	14
2. Uma sociedade hipercomplexa marcada pela revolução tecnológica e a cultura digital	25
2.1. O ser humano, a comunicação e a tecnologia	26
2.1.1. A revolução tecnológica como marco do nascimento da cultura digital num mundo globalizado e de profundas mudanças sociais	28
2.1.2. A internet é, acima de tudo, uma criação cultural	32
2.1.3. Breve história da internet e das redes sociais	35
2.2. Características, complexidades e possibilidades da cultura midiática digital	44
2.2.1. O virtual real	45
2.2.2. A tecnologia como condicionante	46
2.2.3. A sociedade em redes e a infosfera	47
2.2.4. Da posse ao acesso	52
2.2.5. Comunicação circular/dialógica	52
2.2.6. Interatividade e inteligência coletiva	54
2.2.7. O empoderamento do indivíduo	56
2.2.8. Fragmentação e desterritorialização	58
2.2.9. Destemporalização, senso de urgência e instantaneidade	60
2.2.10. Telepresença e ubiquidade	62
2.2.11. Nova arena pública	64
2.2.12. Nova religiosidade	64
2.2.13. Convergência e conexão	66

2.3. O <i>bios</i> e o <i>ethos</i> digital	67
2.4. O <i>homo digitalis</i>	72
2.5. Novas temáticas para estudos sistemáticos-pastorais	77
2.5.1. O futuro já presente: a rede de todas as coisas	79
2.5.2. Contribuição crítica	82
3. Reflexão teológico-pastoral da comunicação a partir do Magistério Conciliar do Vaticano II	86
3.1. Tudo que é verdadeiramente humano ressoa no coração da Igreja: as luzes do Concílio Vaticano II	88
3.1.1. O diálogo com a sociedade passa pela cultura da comunicação: o <i>Inter Mirifica</i> é o primeiro passo do <i>aggiornamento</i>	92
3.1.2. A comunicação como essência da Igreja na <i>Lumen Gentium</i>	99
3.1.3. <i>Gaudium et Spes</i> : fundamento para uma comunicação pastoral	102
3.1.4. Decreto <i>Ad Gentes</i> : a missão é essência, não é somente ação	112
3.2. Pensando a ação pastoral pós-Concílio Vaticano II	116
3.2.1. <i>Communio et Progressio</i> : uma aproximação positiva entre a comunicação e a Igreja	117
3.2.2. <i>Aetatis Novae</i> : um olhar sobre as novas tecnologias e sua importância para a evangelização	119
3.2.3. O PCCS e sua preocupação com a pessoa humana, a ética e o bem comum nos “novos areópagos”	122
3.2.4. “Não tenhais medo das novas tecnologias”!	131
4. A pastoral como resposta à cultura digital	143
4.1. Igreja comunidade de comunidades em rede	145
4.1.1. Da estagnação e distanciamento à Igreja rede de comunidades	149

4.1.2. Uma rede de comunidades numa cultura plural	152
4.1.3. Comunidades em rede exigem uma conversão pastoral	165
4.2. A <i>infopastoral</i> ou <i>infopráxis</i> como caminho para uma ação profética no ambiente digital	172
4.2.1. Presença	176
4.2.2. Conteúdo	179
4.2.3. Atitudes e gestos	181
4.3. Pastoral da Comunicação e pandemia: desafios, realizações e perspectivas	184
4.3.1. Pesquisa sobre ação da Pascom durante a pandemia	187
4.3.2. Mudança de paradigma na Pastoral da Comunicação	195
4.4. <i>Infoagente</i> : transformador da <i>infocultura</i>	198
4.4.1. Uma Igreja toda missionária nas estradas digitais	201
4.4.2. Em Cristo os leigos recebem sua autonomia	204
4.4.3. Integração entre vida e missão, ação e oração	205
4.4.4. Clericalismo: um desafio à <i>infopastoral</i>	207
5. Conclusão	211
6. Referências bibliográficas	217

Lista de abreviaturas e siglas

AA	Apostolicam Actuositatem
AG	Ad Gentes
AN	Aetatis Novae
Calc	Catecismo da Igreja Católica
CCS	Comissão para as Comunicações Sociais
CD	Christus Dominus
CN	Centésimus Annus
CNBB	Conferência Nacional dos Bispos do Brasil
CP	Communio et Progressio
CVII	Concílio Vaticano II
DAp	Documento de Aparecida
DGAE	Diretrizes Gerais da Ação Evangelizadora
DMCS	Dia Mundial das Comunicações Sociais
DMed	Documento de Medellín
EG	Evangelii Gaudium
EN	Evangelii Nuntiandi
GS	Gaudium Spes
IM	Inter Mirífica
LG	Lumen Gentium
LS	Laudato Si
MCS	Meios de Comunicação Social
Pascom	Pastoral da Comunicação
PCCS	Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais
PO	Presbyterorum Ordinis
PP	Populorum Progressio
RD	Rápido Desenvolvimento
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação

Lista de figuras

Figura 1 –	Número total de conexões móveis – dados 2021	40
Figura 2 –	Número total de conexões móveis – dados 2020	41
Figura 3 –	Crescimento das Redes Sociais	41
Figura 4 –	Tempo vivido na internet	42
Figura 5 –	Consumo de mídias sociais por países	43
Figura 6 –	Tempo médio <i>on-line</i>	44
Figura 7 –	Indivíduos formam rede de comunicação	147
Figura 8 –	Tear da rede humana no ambiente digital	147
Figura 9 –	Tear formado pela rede de computadores	148
Figura 10 –	Como o entrevistado se define	188
Figura 11 –	Sobre equipe de Pascom/Comunicação	189
Figura 12 –	Realização das transmissões da Santa Missa	190
Figura 13 –	Plataformas utilizadas nas transmissões	190
Figura 14 –	Frequência da transmissão <i>on-line</i> da Santa Missa	191
Figura 15 –	Continuidade das transmissões	191
Figura 16 –	Sobre as redes sociais paroquiais/diocesanas	192
Figura 17 –	Sobre as redes sociais e os conteúdos postados	193
Figura 18 –	Conteúdo postado nas redes sociais	194
Figura 19 –	Maior dificuldade com relação às redes sociais	194

"As mídias, no seu conjunto, não servem apenas para a difusão de idéias, mas podem e devem ser também instrumentos a serviço de um mundo mais justo e solidário."

Papa Bento XVI

1 Introdução

Vive-se, na atualidade, um tempo histórico de mudança de época, marcado pelo desenvolvimento e consolidação da cultura midiática digital, que tem levado muitos pesquisadores das áreas da sociologia, filosofia, antropologia e comunicação a se dedicarem a analisar as profundas transformações que as novas tecnologias imprimem no ser humano e em suas relações sociais.

A Igreja, perita em humanidade,¹ não pode ficar fora desse debate e da construção de conhecimento neste período crucial de expansão e evolução da humanidade. A teologia tem uma palavra a proferir neste contexto e essa foi a motivação desta tese: refletir sobre as possibilidades do diálogo entre a fé e a cultura digital, a partir de um estudo interdisciplinar, envolvendo a teologia, a *práxis* pastoral e demais ciências humanas.

É um tema de fronteira, sobre o qual se dispõe de pouca bibliografia específica no campo da Teologia Pastoral. Devido a essa escassez, foi preciso se apropriar de aproximações e fazer uma análise epistemológica de textos de teólogos que trabalham a questão da modernidade e pós-modernidade. O mote em questão era buscar um ponto de convergência que contribuísse no diálogo interdisciplinar.

Na mesma linha de insuficiência material para dar corpus textual à pesquisa, outra dificuldade enfrentada quanto à bibliografia foi a improbabilidade de ingresso às bibliotecas físicas das universidades, que ficaram um longo período fechadas, em 2020 e 2021, por causa da pandemia de Covid-19. Mesmo com a oportunidade de pedidos e pesquisas *on-line*, alguns livros do acervo ficaram indisponíveis, em função das restrições de empréstimo. Publicações em língua estrangeira foram difíceis de acesso pelo mesmo motivo. Entre as aquisições da pesquisadora, textos, artigos e teses como suporte de embasamento teórico que foram possíveis encontrar nos meios e plataformas digitais.

¹ PP 13.

Diante da grandiosidade de se pensar a *práxis* pastoral, enquanto Teologia, no ambiente digital, optou-se pela metodologia *ver, julgar e agir*² como um caminho seguro a seguir. Uma boa pastoral não deve prescindir da realidade histórica em que se vive. Por isso, escutar e analisar os sinais dos tempos, conforme propôs o Concílio Ecumênico Vaticano II, é o ponto de partida desta reflexão.

Este primeiro passo da estrutura adotada é dado no capítulo dois. Nessa seção, lança-se um olhar (ver) sobre as características da cultura digital. Foram destacadas aquelas que, no discernimento desta pesquisadora, mais problematizam a ação pastoral da Igreja na atualidade. Para o êxito dessa tarefa, utilizou-se como ferramenta a pesquisa bibliográfica³ de autores das áreas da comunicação, filosofia, sociologia e antropologia.

Como afirma o autor Paolo Benanti, em referência à cultura digital, há muitas pesquisas em curso nas diversas ciências e inúmeras que precisam ser iniciadas na Teologia: o desafio do pós-humano; as inteligências artificiais; a transformação da era digital; as descobertas da neurociência e neuroética; as implicações culturais da transformação digital; a compreensão da corporeidade no ambiente digital; a relação do ser humano com o artefato tecnológico e a tecnoética; o nascimento do sintético e o desafio de entender o que é a vida e a dignidade da pessoa perante o transumanismo... “Temas que podem parecer distantes uns dos outros, mas que são, na realidade, mantidos juntos por uma influência mútua e por um contínuo relacionamento”.⁴

Não é possível numa única investigação abordar, de maneira detalhada, todos esses argumentos. Por essa razão, o objetivo do segundo capítulo desta tese foi a compilação máxima de características da cultura digital quanto eram necessárias, para se entender a profundidade das mudanças que operam na sociedade à

² Método criado pelo cardeal Joseph Cardijn, fundador do movimento da Juventude Operária Cristã (JOC), reconhecido e validado formalmente pela encíclica *Mater et Magistra* (1961), do Papa João XXIII, que em seu n. 235, afirma: “para levar a realizações concretas os princípios e as diretrizes sociais, passa-se ordinariamente por três fases”: 1. O estudo da situação concreta; 2. A apreciação da mesma à luz desses princípios e diretrizes; 3. O exame e determinação do que se pode e deve fazer para aplicar os princípios e as diretrizes à prática. “São os três momentos que habitualmente se exprimem com as palavras seguintes: VER, JULGAR E AGIR” (grifo nosso).

³ A pesquisa bibliográfica, segundo Cervo, Bervian e da Silva (2007, p.61), “constitui o procedimento básico para os estudos monográficos, pelos quais se busca o domínio do estado da arte sobre determinado tema”. Tem como base textos publicados em livros, artigos, dissertações e teses.

⁴ BENANTI, P., *Digital Age. Teoria del cambio d'epoca. Persona, famiglia e società*, p. 10. Tradução livre.

qual a Igreja hoje é chamada a anunciar o Evangelho e ser sinal do Reino de Deus. Procurou-se, ao máximo, fazer uma síntese orgânica das questões, para proporcionar uma visão global da problemática. A colaboração e o confronto interdisciplinar foram imprescindíveis nessa etapa da pesquisa. A relação fé cristã – Igreja Povo de Deus – sociedade direcionou esse olhar à realidade moldada pela Terceira Revolução Industrial, também chamada revolução técnico-científica-informacional.

Esta análise foi realizada com base na perspectiva antropocêntrica/soteriológica, porque leva em consideração a *práxis* religiosa, comparando-a com o progredir do agir humano. Desse modo, destaca os tipos de desenvolvimento que ela teve em relação às suas condições, internas e externas, com particular atenção ao seu caráter de *práxis* religiosa comunicativa.

A observação à realidade autoriza tirar as escamas dos olhos e ver (At 9,18) como as transformações da sociedade ante o progresso das tecnologias digitais não mudam apenas a cultura, mas incidem, também, sobre a prática pastoral e a percepção da realidade.⁵ Permite, ainda, a acuidade do todo. O entendimento de que não se pode mais se ocupar apenas com um aspecto da mudança, como, por exemplo, o domínio das técnicas e a posse de instrumentos de comunicação e de perfis e páginas em mídias e redes sociais digitais.

A pastoral precisa se colocar a serviço do ser humano no todo de sua vida e se empenhar em discernir as teorias da mudança de época. Só assim a Igreja poderá exercer plenamente a comunicação, como expressão do seu ser e do seu agir no mundo.

E onde estão as bases, as fontes, para essa reflexão? Responde a essa pergunta e a outras indagações oriundas desta primeira formulação o capítulo três. Dentro da metodologia adotada, trata-se da etapa correspondente ao “julgar”, na qual pode-se confrontar a realidade com o ideal evangélico e eclesial, sendo iluminados pela doutrina. São elencados e esmiuçados alguns documentos do Magistério do Concílio Vaticano II, com ênfase para o *Inter Mirifica*, que deram as fundamentações para o início do diálogo entre a Igreja e a sociedade, no que tange aos meios de comunicação.

⁵ BENANTI, P., Digital Age. Teoria del cambio d'epoca. Persona, famiglia e società, p. 11. Tradução livre.

“A Igreja iniciou um caminho de reconhecimento da comunicação como um dom de Deus, bem como de seu aspecto social, passando a ser denominada por isso como *comunicação social*”.⁶ Ao mesmo tempo, os padres conciliares manifestaram que “a comunicação não pode se reduzir a simples instrumentos técnicos de transmissão, mas deve ser considerada como um processo entre os homens”.⁷ “O Concílio Vaticano II autocompreendeu a Igreja e sua missão, na indissociabilidade do trinômio Igreja – Reino – Mundo. Não há Igreja sem Reino e sua missão é ser sacramento desse Reino no mundo”.⁸

No cenário da ação pastoral, ainda no capítulo três, complementam o diagnóstico os documentos do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais (PCCS) e a Carta Apostólica *O Rápido Desenvolvimento*, do Papa João Paulo II.

Também foi necessário fazer um balanço e uma escolha metodológica. Por certo, outros documentos do Magistério da Igreja apresentam subsídios importantes sobre o tema central (e serão citados sempre que se julgue relevante para o objetivo desta tese), mas se optou por analisar a realidade a partir daqueles que oferecem fundamentos e referências eclesiológicos e pastorais para os escopos deste estudo.

Por esse motivo, não foram objeto de estudo nesta pesquisa as mensagens para o Dia Mundial das Comunicações Sociais (DMCS), nem as declarações, homilias, encíclicas e outros textos dos papas João Paulo II, Bento XVI e Francisco.

Tendo partido dos fatos (VER, no capítulo dois), e após terem sido estudados os fundamentos do Magistério para a conexão entre Igreja e cultura digital (JULGAR, no capítulo três), prossegue-se o caminho metodológico no capítulo quatro, no qual se faz o encadeamento com os dois anteriores. Será abordada uma proposta pastoral para este tempo: a *infopastoral* (AGIR). Resultado da percepção sobre a grande necessidade de mudar a visão instrumentalista acerca da ação da Igreja *nas e pelas* mídias, sejam elas tradicionais, sejam digitais, para uma ação concreta na cultura digital e na sociedade da informação. Por se tratar de *práxis* cristãs, o foco não pode ser a técnica, mas o ser humano; e por estar localizada temporalmente no pós-Concílio Vaticano II, o agente da comunicação pastoral é todo o Povo de Deus e não apenas a hierarquia.

⁶ SOUZA, A. D. G., A Igreja diante da cultura midiática digital: desafios, caminhos, perspectivas, p. 50.

⁷ DARIVA, N. [org]., Comunicação social na Igreja – Documentos fundamentais, p. 68.

⁸ BRIGENTI, A., Teologia Pastoral – A inteligência reflexa da ação evangelizadora, p. 39.

A construção do conceito de *infopastoral* (ou *infopraxis*) surge a partir do estudo de dois autores: Luciano Floridi e Máximo Di Felice. Floridi cunhou o neologismo *infosfera*, em substituição ao *cibermundo*, por compreender que o prefixo *ciber* leva à ideia errada de que haveria dois mundos: um físico e outro digital que não se misturavam, nem se influenciavam mutuamente. O avanço das tecnologias da comunicação e da informação, com o desenvolvimento e a difusão dos dispositivos móveis, já provou que essa teoria está ultrapassada. Vive-se num mundo em que as realidades física e digital se complementam numa dinâmica de vida *on-life*.⁹

Di Felice acrescenta o entendimento a respeito do mundo atual, afirmando que as relações são marcadas por um agir conectado. O autor desenvolve o conceito de que o processo de digitalização teve como consequência a inadequação da ideia de sociedade até então vigente, na qual as relações informatizadas são estendidas para além do limite do espaço físico. Vive-se o fenômeno da “dadificação” de todas as coisas, que tudo transforma em informação. Isso provoca a transfiguração do mundo e o advento de um novo *status*, definido como informacional e conectivo.¹⁰

A *praxis* pastoral na realidade da *infosfera*, caracterizada pelo *status* informacional, não pode ser denominada/nomeada (ver) ciberpastoral ou pastoral digital. Seria, na visão desta pesquisadora, um reducionismo. Por causa disso, escolheu-se adotar um neologismo (*infopastoral*), que em sua morfologia abrangesse essas novas realidades advindas da evolução dos conceitos e da cultura digital. A *infopastoral* abarca os dois movimentos da pastoral enquanto ação da Igreja: o movimento para dentro (*ad intra*) e para fora (*ad extra*). O primeiro, no que se refere à relação e à promoção da comunidade eclesial, envolvendo os aspectos formativos de seus membros e comunicativos de suas atividades; e o segundo, quanto à Igreja com o mundo em acelerada transformação, através de sua ação profética na sociedade e em favor do ser humano integral. Hoje, esse indivíduo, imerso no ambiente digital/informacional, modificado pela cultura que nasce dessa interação, é constituído e tem como base do seu ser a troca de informações. São

⁹ FLORIDI, L., Ser humano e inteligência artificial: os próximos desafios do on-life, 2021. Artigo digital.

¹⁰ DI FELICE., A cidadania digital, p. 17-22.

elas que modelam o seu modo de pensar, de sentir, de agir em sociedade: determinam aquilo que se é na verdade.¹¹

Antes de tudo, devemos afirmar que este “novo” ser humano é: mais icônico que lógico; mais sensitivo que racional; mais intuitivo que discursivo; mais instantâneo que processual; e mais informatizado que comunicado. Como consequência da era comunicativa, resultam modificados os componentes que, no complexo dos seus influxos, contribuem na formação e no desenvolvimento do indivíduo.¹²

O caminho que se percorreu nesta investigação teve o seu itinerário delineado por um olhar: o do discípulo missionário (DAp 147).¹³ Ele é aquele que, em espírito de serviço à humanidade, quer colaborar para que se encontre o caminho; que assume o protagonismo no processo de integração do Evangelho no ambiente propiciado pelas novas tecnologias; e que é chamado a visibilizar a dinâmica do Reino de Deus, na sociedade e na Igreja, neste tempo histórico que se chama hoje. O discípulo missionário não está reduzido a uma determinada categoria de fiéis, mas contempla todos os batizados: clero, religiosos e religiosas, leigos e leigas.

Outro ponto preponderante é a percepção de que realizar a *infopastoral*, portanto, é ser capaz de propor e promover uma autêntica comunicação, “que se opõe à avidez econômica, que não se perca diante do poder da fama, que não pactue com a exploração e o abuso das pessoas, que não se corrompa em favor de concessões políticas, que denuncie a corrupção e a idolatria”.¹⁴

Com esta pesquisa, tem início uma jornada. Não se ambiciona fechar questões e apresentar soluções definitivas para as discussões pertinentes à presença da Igreja no ambiente digital e o diálogo da fé com a cultura dele originada. Simplesmente porque não há soluções, nem tampouco respostas, prontas e definitivas. Esse é um processo em constante desenvolvimento e mutação, como a própria revolução tecnológica. Exige abertura ao diálogo, revisão periódica de práticas e *aggiornamento* constante.

A aceleração do crescimento das tecnologias demanda a rapidez da vida e o acompanhamento do avanço das conquistas e descobertas da *cibernética*. De uma hora para outra, pode haver uma grande transformação nas relações do ser humano com os dispositivos tecnológicos, por meio de novas plataformas e modos de

¹¹ LASCONI, T.; QUAGLINI, G.; CIBIEN, C., *L'arte Del Comunicare*, p. 40.

¹² MORAES, A. O., Uma “nova” antropologia na era da Comunicação Social, p. 386.

¹³ DAp 147: “O discípulo missionário há de ser um homem ou uma mulher que torna visível o amor misericordioso do Pai, especialmente para com os pobres e pecadores”.

¹⁴ MORAES, A. O.; GRIPP, A., Ações evangelizadoras numa cultura urbana marcada pelo digital, 2020, p. 164.

operacionalização. Ao final deste itinerário investigativo, provavelmente, muito do que aqui foi exposto já estará desatualizado.

Este é um dos maiores desafios de se tratar em uma pesquisa de questões de fronteira. São objetos abertos, que solicitam dos teólogos um olhar atento. Afinal, tudo está interligado:¹⁵

“Tudo” significando o ser humano, os animais, as plantas, os mares, o ar, os recursos naturais. O homem que “é” com o outro, é também parte de um organismo, de um corpo que só pode ser compreendido no todo e com o "tudo". A vida e a existência estão em comunicação com esse organismo. Romper com essa comunicação é comprometer a vida e a existência do homem.¹⁶

A compreensão dessa interligação e complementariedade proporcionará um crescimento na unidade da ação pastoral, no contexto de mudança de época em que se vive. As palavras-chave que fortalecem essa unidade são “comunhão” e “solidariedade”. Comunhão como uma experiência de comunicação que se opõe à autossuficiência e à separação, com a exclusão do outro.

Ao se explorar o estado da arte, percebe-se que existem atualmente dois caminhos de apuração acadêmica que estão sendo percorridos no estudo e na análise da comunicação eclesial: um derivando das Ciências da Comunicação, com opção analítica sobre as teorias e processos comunicativos, na ótica da evangelização; e outro, mais recente, da Teologia e Ciências da Religião, expondo o tema da comunicação a partir do fenômeno religioso e do uso das mídias pelos grupos e tradições religiosas.

Por isso, a investigação que aqui se apresenta demonstra o seu ineditismo já no campo de estudo: a Teologia Pastoral, cujo conteúdo fundamental está “no fato de a pastoral ser uma realidade que permeia o ‘ser’ e o fazer da Igreja no mundo como um todo”.¹⁷ Há nos programas de Pós-Graduação em Teologia e Ciência da Religião alguns trabalhos sobre a relação entre religião, Igreja e Comunicação, especialmente no que corresponde à Teologia da Comunicação, ao discurso dos papas e das conferências episcopais sobre o tema e ao produto midiático de Igrejas particulares, movimentos, pastorais ou organismos eclesiais, padres, religiosos

¹⁵ LS 91.

¹⁶ NOLLI, J. M., *Laudato Si’ e Comunicação: breves reflexões sobre as possibilidades da pessoa*, 2020. Artigo Digital.

¹⁷ BRIGHENTI, A., *A Pastoral dá o que pensar. A inteligência da prática transformadora da fé*, p. 70.

e religiosas. Mas a análise dos fundamentos pastorais da ação da Igreja no pós-Concílio e a proposta de *práxis* profética, enquanto povo de Deus, na cultura midiática digital e na sociedade informacional, em redes, é uma área ainda não explorada.

Dois autores que publicaram obras sobre religião, comunicação e midiatização no cenário brasileiro, que continuam suas pesquisas nesta temática e ministram cursos e conferências em diversos eventos pelo país são: Pedro Gilberto Gomes¹⁸ e Luis Mauro Sá Martino¹⁹. Sobre comunicação e midiatização da Igreja Católica, e análises de documentos do Magistério da Igreja, em Programas de Pós-graduação brasileiros, encontra-se uma produção acadêmica mais sistematizada, na qual se destacam os pesquisadores Joana T. Puntel,²⁰ Helena Corazza,²¹ Jorge Miklos,²² Paulo Vitor Giraldo Pires,²³ Moisés Sbardelotto,²⁴ Marco Tulio de Sou-

¹⁸ Autor de diversos livros, entre eles: “Da Igreja Eletrônica à sociedade em midiatização”; “A Comunicação Cristã em Tempo de Repressão. A História da Ucbc de 1970 A 1983”; “Cultura, Meios de Comunicação e Igreja”; “Comunicação e Teologia do Ponto de Vista da Libertação”; “...E Deus Rompeu O Silêncio”.

¹⁹ Autor dos livros: “Mídia, Religião e Sociedade: das palavras às redes digitais”, “Sociologia da Religião e Mudança Social”; e dos capítulos “Midiatização da religião e visibilidade pública”, In: “Mitos, mídias e religiões na cultura”; “Mediação e midiatização da religião em suas articulações teóricas e práticas”, In: “Mediações e Midiatização – Livro do XXI Compós”.

²⁰ Tese: “A Igreja Católica e a Democratização da Comunicação na América Latina”, defendida em 1996, na Universidade de São Paulo (USP). Autora dos livros: “Espiritualidade do comunicador – viver a mística nos tempos atuais”, “Igreja e Sociedade – método de trabalho na comunicação”, “Inter Mirifica Texto e Comentário”, “A comunicação nos passos de João Paulo II”, “Comunicação – Diálogo dos saberes na cultura midiática”, “Pastoral da Comunicação – diálogo entre fé e cultura”, “Cultura Midiática e Igreja: uma nova ambiência”, “Os Conselhos Evangélicos na ótica da Comunicação”, “Comunicação, Igreja e Estado na América Latina”, “Direitos Humanos: um desafio à comunicação” e “Segurança do povo: um desafio à comunicação”.

²¹ Tese: “Educomunicação: caminhos e perspectivas na formação pastoral. A experiência do Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAAC)”, defendida em 2005, na Universidade de São Paulo (USP). Autora dos livros: “Educomunicação na perspectiva do Pacto Educativo Global”, “Os papas da comunicação – estudo sobre as mensagens do Dia Mundial das Comunicações”, “Espiritualidade do comunicador. Viver a mística nos tempos atuais”, “Homilia. Espaço para comunicar esperança”, “Educomunicação: formação pastoral na cultura digital”, “A comunicação nas celebrações litúrgicas”, “Rádio a arte de ouvir”, “Pastoral da Comunicação diálogo entre fé e cultura”, “Comunicação e liturgia na comunidade e na mídia”, “Acolher é comunicar”, “Rosário em família”, “Educação para a comunicação nos institutos de Filosofia e Teologia”, “Comunicação e Relações de Gênero em Práticas Radiofônicas” e “Paróquia em Comunicação – como iniciar a Pastoral da Comunicação na comunidade”.

²² Tese: “A construção de vínculos religiosos na cibercultura: ciber-religião”, defendida em 2010, na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP). Autor dos livros: “Veredas do Sagra-do: interfaces entre imaginário, ecologia e religião”, “Cultura e Desenvolvimento Local: Ética e Comunicação Comunitária”, “Diálogo dos deuses, direitos dos homens: direitos humanos e diálogo inter-religioso na ação pastoral de Dom Paulo Evaristo Arns” e “Ciber-religião: a construção de vínculos religiosos na Cibercultura”.

²³ Tese: “Dogmatismo tecnológico: o discurso dos papas sobre as tecnologias de comunicação”, defendida em 2019, na Universidade de Brasília. Autor dos livros: “Igreja virtual: comunicar para transcender”, “Dogmatismo tecnológico: O discurso dos papas sobre as tecnologias de comunica-

sa²⁵ e Ricardo Alvarenga²⁶. Os autores citados possuem um olhar sobre o tema na perspectiva da comunicação, tendo desenvolvido suas teses nessa área do conhecimento.

No Programa de Pós-graduação em Ciências da Religião, pode-se encontrar os estudos do professor Valter Luís de Avellar²⁷, da Universidade Católica de Pernambuco, que pesquisa espiritualidades contemporâneas, pluralidade religiosa e diálogo. No Programa de Pós-Graduação em Teologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), de 2010 a 2020, há dois pesquisadores que defenderam teses sobre o tema da comunicação: Jair Ari Scariot²⁸ e Cícero Manoel Bezerra²⁹, ambos orientados pelo professor Abimar Oliveira de Moraes.³⁰ No mesmo período, no Programa de Pós-graduação em Comunicação dessa universidade, não foi verificada nenhuma pesquisa de doutorado que tivesse a Igreja como tema.

Com relação à cultura digital, a partir de 2012, com a publicação em língua portuguesa do livro *Ciberteologia*, de autoria do padre Antonio Spadaro, abriu-se uma nova linha de pesquisa no Brasil, voltada a essa abordagem, nos programas

ção”, “Comunicação midiática & religião: ensaios teóricos e metodológicos” e “Igreja Virtual: Comunicar para Transcender”, dentre outros.

²⁴ Tese: “E o verbo se fez rede: uma análise da circulação do “católico” em redes comunicacionais online”, defendida em 2016, na Universidade do Vale dos Sinos (UNISINOS). Autor dos livros: “Comunicar a fé: por quê? para quê? com quem?”, “E o Verbo se fez rede: religiosidades em reconstrução no ambiente digital” e “E o Verbo se fez bit: A comunicação e a experiência religiosas na internet”.

²⁵ Tese: “Pelos caminhos de Santiago: dicotomias em uma experiência de peregrinação midiaticizada”, defendida em 2020, na Universidade do Vale dos Sinos (UNISINOS). Autor do livro: “Mídia e Religião – Perspectivas sobre um fenômeno em transformação”.

²⁶ Tese: “A comunicação da Igreja Católica na América Latina e Caribe a partir dos documentos conclusivos do CELAM”, defendida em 2021, na Universidade Metodista de São Paulo.

²⁷ Professor de Ciências da Religião na Universidade Católica de Pernambuco. Autor dos livros: “Espiritualidade e Sagrado no Mundo Cibernético”, “Em Busca do Logos”, “Em Busca do Logos II”, “Internet e Espiritualidade: o despertar através das mensagens de e-mail”.

²⁸ Tese: “A ética cristã comunicacional e os desafios da cultura da comunicação: fundamentos para a valorização da individualidade e da comunidade”, defendida em 2010.

²⁹ Tese: “Poder-Serviço no Ministério Cristão Midiático: Análise Contextual e Teológica”, defendida em 2017.

³⁰ O professor Abimar Oliveira de Moraes pesquisa comunicação, cultura e fé desde sua dissertação de mestrado (2000), na Pontifícia Universidade Salesiana, U.P.SALESIANA, Vaticano, que teve como título: “A formação sacerdotal acerca dos Meios de Comunicação Social na Igreja do Brasil (1986-1997). Uma análise histórico-teológica do Programa de Educação para a Comunicação: avaliação e perspectivas”. Defendeu sua tese de doutorado em 2004, na Pontifícia Universidade Salesiana, U.P.SALESIANA, Vaticano, sob o título: “Igreja Católica no Brasil e Comunicação Social. Um estudo teológico-pastoral em perspectiva da formação diocesana do presbítero comunicador”. É professor do Departamento de Teologia da PUC-Rio, possuindo como linha de pesquisa “Fé e Cultura”, no Programa de Pós-graduação. Orienta teses e dissertações em cinco projetos de pesquisa: “Questões atuais de Sacramentologia”, “A Mediação como categoria interpretativa da Teologia Pastoral”, “Questões Atuais de Teologia Pastoral”, “Questões atuais de Pastoral Profética”, “Ministérios de serviço: identidade, sacramentalidade, missão e contribuições pastorais”.

de pós-graduação em Teologia. A partir deste campo de investigação, sobressaem no PPG de Teologia da PUCRS e da PUC-Rio, respectivamente, os trabalhos de Aline Amaro da Silva, sob orientação do professor Érico João Hammes³¹, e desta pesquisadora, Andréia Durval Gripp Souza, sob orientação do professor Abimar Oliveira de Moraes.³²

No circuito internacional, entre autores ligados à teologia protestante, despontam trabalhos no campo que se designam como “Teologia Digital”, que embora em sua nomenclatura se assemelhe à “ciberteologia”, diverge desta em algumas reflexões e temáticas e é desconhecido no cenário teológico brasileiro, seja católico, seja protestante. Silva e Souza explicam a diferença:

A ciberteologia é marcada pela relação entre teologia e internet, podendo desenvolver uma releitura dos temas chaves da teologia sistemática, moral e pastoral a partir da experiência da rede. (...) A teologia digital refere-se ao estudo teológico dos fenômenos digitais: informática, inteligência artificial e autômatas, internet, tecnologias e produtos digitais como games e apps. A teologia digital, que faz parte das chamadas Humanidades Digitais, passa a existir oficialmente como corrente teológica em 2014, com a criação do CODEC Research Centre for Digital Theology, Durham University, England. Este centro teológico inglês lançou o primeiro *Master of Arts* em Teologia Digital do mundo, com três linhas de pesquisa principais: instrução bíblica, cultura digital e pregação contemporânea (segundo PHILIPS, Peter et al. Defining Digital Theology. *Open Theology*, 30).³³

Diante desse campo da pesquisa acadêmica, objetivou-se com esta tese apresentar a necessidade de uma mudança de ponto de vista pastoral para que a Igreja possa continuar a cumprir profeticamente a sua missão de comunicar o Evangelho e instaurar o Reino de Deus nos tempos atuais.

Por se tratar de uma pesquisa em Teologia não foi intenção aprofundar conceitos e escolas teóricas da Comunicação. Utilizaram-se alguns de seus referenciais teóricos para trazer à luz os conceitos que se julgaram oportunos para que fos-

³¹ Érico João Hammes é professor da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, possuindo como linhas de pesquisa: “Teologia e pensamento contemporâneo”, “Teologia e experiência religiosa”, “Teologia e pensamento contemporâneo”, “Jesus Cristo e o pluralismo religioso contemporâneo”, “Cristianismo e História” e “Revelação e Teologia”. Defendeu sua tese em 1995, na Pontifícia Università Gregoriana, PUG, Itália, com o título: “*Filii in Filio*: A divindade de Jesus como evangelho da filiação no seguimento. Um estudo em Jon Sobrino”.

³² “Cibergraça: fé, evangelização e comunhão nos tempos da rede”, dissertação defendida em 2015, na PUCRS; e tese “Amigas e Amigos no Amigo: uma Cristologia comunicativa da amizade em tempos digitais e de pandemia”, defendida em 2021, na PUCRS, por Aline Amaro da Silva. “A Igreja diante da cultura midiática digital: desafios, caminhos e perspectivas”, dissertação defendida em 2017, na PUC-Rio, por Andréia Durval Gripp Souza.

³³ SILVA, A. A., GRIPP, A., Cybertheology and Digital Theology: the development of theological reflection on the digital in brazilian Catholic Theology. Artigo digital, 2021.

se possível entender que ser humano e que sociedade estão emergindo da cultura digital/informacional, porque isso influi substancialmente no processo de comunicação do Evangelho.

A pergunta que se buscou responder foi: “Como integrar a mensagem do Evangelho na cultura digital? E qual a missão da pastoral nesta realidade”? Concluiu-se que o desafio não é estar sempre atualizado às últimas novidades. Isto é até simples. O que é preciso descobrir é como através de uma efetiva ação pastoral a sabedoria da Igreja pode ajudar a rede de comunicação digital a ser conforme o plano de Deus sobre o ser humano e seu desenvolvimento sobre a terra. Este é o conteúdo da *infopastoral*.

2

Uma sociedade hipercomplexa marcada pela revolução tecnológica e a cultura digital¹

Neste segundo capítulo são relacionados alguns conceitos e dados que são relevantes para o objeto da pesquisa, buscando fundamentar teoricamente a noção de ambiente digital e cultura digital. “Designar a comunicação como cultura constitui uma nova forma de compreender o mundo, a vida, as relações, que não é fruto exclusivo do raciocínio, mas também da experiência”,² constituindo “um processo dinâmico, dialógico, interativo, complexo e multidirecional, potencializado pelas novas tecnologias.”³

A partir dessa perspectiva, perscruta-se a realidade no tempo hodierno, que configura um novo *bios* e um novo *ethos* e representa um desafio ao ser e ao agir da Igreja. O objeto da análise é a cultura midiática digital, que se desenvolve a partir da Terceira Revolução Industrial (por volta de 1950). A ela dedica-se esse capítulo, apresentando as características que são preponderantes para a sua compreensão e para a pesquisa realizada nesta tese.

Inicialmente, vislumbram-se alguns passos da revolução tecnológica, que possibilitaram a geração e o desenvolvimento dessa nova cultura. Em seguida, conhecem-se algumas das suas características. Há, por certo, uma apreciação sob o olhar da Teologia, destacando temas que levam a entender as potencialidades e os desafios que elas oferecem à ação pastoral. Posteriormente, discorre-se sobre os conceitos de *bios* e o *ethos* digital; e, logo a seguir, sobre o *homo digitalis*. O final

¹ Uma versão preliminar deste capítulo foi publicada anteriormente em: SOUZA, A. D. G. A Igreja diante da cultura midiática digital: desafios, caminhos e perspectivas. Rio de Janeiro, 2017, 110 p. Dissertação Faculdade de Teologia, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Nesta tese foram feitas revisões, atualizações e ampliações.

² BOMBONATTO, V. I., Evangelizar é comunicar. Fundamentação bíblico-teológica da Pastoral da Comunicação, p. 27.

³ BOMBONATTO, V. I., Evangelizar é comunicar. Fundamentação bíblico-teológica da Pastoral da Comunicação, p. 27.

dessa seção traz uma breve reflexão sobre o pós-humanismo, o transumanismo e a algoréctica, que abre importantes temas e questões de estudo para a Teologia.

A investigação guia-se, especialmente, pelos autores: Abimar Oliveira de Moraes, Antonio Spadaro, Edgar Morin, Manuel Castells, Marshall McLuhan, Muniz Sodré, Pierre Lévy, Henry Jenkins, Zygmunt Bauman e Máximo Di Felice.

2.1. O ser humano, a comunicação e a tecnologia

O ser humano é um ser de relações. A comunicação é um processo constitutivo da natureza humana e sua importância para o desenvolvimento dos vínculos entre os indivíduos na sociedade faz dela um campo de pesquisa e de análise da Teologia.

Desde a invenção do alfabeto, passando pela imprensa de Gutenberg (entre 1439 e 1440), o desenvolvimento das tecnologias tem possibilitado a criação de novos meios e novos métodos de comunicação, que interferem objetivamente na forma como as pessoas têm acesso às informações e criam conhecimento.

Da escrita aos instrumentos científicos, chegando aos computadores e às redes eletrônicas, passando pela televisão, nossas mídias condicionam a precisão e o alcance dos nossos sentidos, o leque das conexões que podemos manter, o tipo de comunicação que temos com o resto do mundo.⁴

Para melhor compreender esse processo, a seguir, serão elencadas as revoluções tecnológicas, que favoreceram a criação de novos meios de comunicação e a difusão do pensamento:⁵

– A Primeira Revolução Industrial, iniciada na Inglaterra no século XVIII (1750-1850), potencializou e criou as condições para o crescimento das atividades da imprensa, especialmente com a urbanização da sociedade, entre os anos de 1800 e 1900. O conhecimento se difundiu e de certa forma se popularizou, embora existisse a barreira do analfabetismo entre as classes menos favorecidas. Com a

⁴ LÉVY, P., A conexão planetária. O mercado, o ciberespaço, a consciência, p. 164.

⁵ ENDERS, A.; FERREIRA, M.; e FRANCO, R. (Orgs.), História em Curso. Da antiguidade à Globalização, p. 240-249.

possibilidade de se imprimir livros, panfletos e jornais, surgiram comunidades de leitores e, conseqüentemente, um comércio em torno desse interesse.

– A Segunda Revolução Industrial (de 1850 a 1950) foi marcada pelo grande desenvolvimento tecnológico e científico, principalmente no campo das comunicações de massa, com a invenção do telégrafo, do telefone, do rádio, do cinema e da televisão.

– A Terceira Revolução Industrial ficou conhecida como a Revolução Técnico-Científica-Informacional. Teve seu início após a Segunda Guerra Mundial, em meados do século 20, por volta de 1950. É caracterizada pelo desenvolvimento da robótica, da informática, das telecomunicações, da eletrônica e da internet.

– A Quarta Revolução Industrial, que está em curso na história da humanidade, acontece a partir da implantação da tecnologia 4.0 nas fábricas, assinalada pela descentralização do controle dos processos produtivos. É facilitada pelo desenvolvimento da inteligência artificial, da computação cognitiva e outras inovações de automação tecnológica.

Esta nova fase é distinguida pela convergência de tecnologias digitais, físicas e biológicas, através de sistemas ciberfísicos. Essas mudanças estão sendo possíveis graças ao desenvolvimento da nanotecnologia, da neurotecnologia, da biotecnologia, dos robôs, da inteligência artificial, da “internet das coisas” e da computação na nuvem. Importante destacar que “os sistemas ciberfísicos, que combinam máquinas com processos digitais, são capazes de tomar decisões descentralizadas e de cooperar – entre eles e com humanos – mediante a internet das coisas”.⁶

Não é a intenção da pesquisa escrever uma história da tecnologia. Por isso, não cabe um maior aprofundamento nessa narrativa. Assim, basta esclarecer que os media são criados e desenvolvidos graças às revoluções técnico-industriais. No conjunto das mudanças sociais que tais invenções causam na sociedade, os meios de comunicação vão criando uma cultura própria, influenciando a produção e difusão do conhecimento e da informação, que incidem sobre a forma como os indivíduos se relacionam em seu meio social.

⁶ PERASSO, V., O que é a 4ª revolução industrial – e como ela deve afetar nossas vidas, 2016. Artigo digital.

Eles são criados para atender uma necessidade da sociedade, mas, ao mesmo tempo, o seu uso cria uma transformação social. Sob essa ótica, explora-se, no próximo tópico, como esse fato afeta o ser humano em suas relações.

2.1.1.

A revolução tecnológica como marco do nascimento da cultura digital num mundo globalizado e de profundas mudanças sociais

A revolução tecnológica que está em curso desde 1950 coloca uma perspectiva de mudança de época, como o Papa Francisco define: “não simplesmente uma época de mudanças”, mas um tempo “em que as mudanças já não são lineares, mas epocais”.⁷ Nestes tempos, se “transformam rapidamente o modo de viver, de se relacionar, de comunicar e elaborar o pensamento; de comunicar entre as gerações humanas e de compreender e viver a fé e a ciência”.⁸

Outros aspectos característicos desse tempo são: a secularização, a globalização, o pluralismo religioso e cultural, o relativismo filosófico e moral, a redescoberta e revalorização da subjetividade, a cultura em rede – onde cada ponto é um produtor de conhecimento –, o individualismo, os sentimentos e relacionamentos líquidos. O conjunto desses valores gera uma sociedade hipercomplexa, marcada pelas Tecnologias da Informação⁹ e Comunicação (TICs).¹⁰

A cultura digital é ao mesmo tempo geradora e consequência dessa transformação. Nasce com os novos media que, potencializados pela internet, criam uma nova esfera de existência para o ser humano (a internet e suas plataformas) e se tornaram “extensões do homem”, como previu Herbert Marshall McLuhan em uma de suas obras mais conhecidas, *Understanding Media: The Extension of Man* (Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem), de 1964.

Incompreendidos em sua época, os estudos do autor ganharam grande relevância a partir da criação da internet e difusão dos dispositivos móveis. Interes-

⁷ FRANCISCO., Discurso do Santo Padre à Cúria Romana na apresentação de votos natalícios, 2019.

⁸ FRANCISCO., Discurso do Santo Padre à Cúria Romana na apresentação de votos natalícios, 2019.

⁹ Em mídias digitais, informação é qualquer dado novo que aparece em um sistema, por menor e mais simples que seja.

¹⁰ TICs correspondem às tecnologias que interferem e medeiam os processos informacionais e comunicativos dos seres. Ainda podem ser entendidas como um conjunto de recursos tecnológicos integrados entre si, que proporcionam, por meio das funções de hardware, de software e de telecomunicações, a automação e comunicação dos processos de negócios, da pesquisa científica e de ensino e aprendizagem. Fonte: site TotLab (<http://totlab.com.br/noticias/o-que-e-tic-tecnologias-da-informacao-e-comunicacao/>).

sante pensar que McLuhan desenvolveu sua teoria quase 30 anos antes da invenção da internet e cunhou em sua obra, já naquele tempo, o termo “aldeia global”. Pontos importantes de sua teoria servirão de aporte para o subcapítulo posterior.

2.1.1.1.

As teorias visionárias de McLuhan falam de um futuro que hoje é presente

Não há como estudar a evolução da comunicação pós-revolução tecnológica digital sem ler os escritos do canadense Herbert Marshall McLuhan. Ele foi um grande visionário, porque na época em que escreveu suas obras mais emblemáticas a sociedade, em geral, sequer imaginava o que viria a ser a internet.

O que tinha de tão inovador no pensamento desse autor, que causou uma mudança de paradigma nos estudos da comunicação? Inicialmente, ele rompeu com o pensamento de que os meios de comunicação são neutros, e de que o uso que se faz deles é que poderia afetar positiva ou negativamente a sociedade. Isso colocava no ser humano a total responsabilidade sobre o processo cultural e seus frutos, positivos ou negativos, advindos da utilização dos meios.

É fato que o ser humano é responsável pelos processos e pelos produtos da comunicação e que tem o poder de influenciar seu desenvolvimento, mas McLuhan defende que a transformação cultural não parte exclusivamente da vontade ou má vontade do homem e da mulher. O autor demonstra, através de sua argumentação, que os sentidos humanos e sua percepção da realidade sempre foram afetados pelo desenvolvimento dos meios de comunicação, desde a invenção do alfabeto e da escrita.

Em *A Galáxia de Gutenberg*, McLuhan apresenta o percurso dessa transformação. Segundo o educador, filósofo e teórico da comunicação, “o alfabeto e a escrita possibilitaram a civilização, que atingiu o apogeu intelectual na Hélade e o apogeu material no Império Romano”.¹¹ A invenção da tipografia indicou uma nova virada antropológica, dando ao ser humano o livro e, com ele, a possibilidade de expansão do conhecimento e do pensamento livre. O livro foi, para o autor, a “primeira máquina de ensinar”, libertando o indivíduo da tribo.

A tipografia inaugura uma revolução cultural que faz emergir um novo mundo, com a valorização das línguas vernáculas e nacionais. A civilização foi

¹¹ MCLUHAN, M., *A Galáxia de Gutenberg*, p. 11.

potencializada: a cultura da palavra impressa fez indivíduos, criou o público, diferenciado do privado, o estado, as nações, o pensamento científico e levou a secularização global da vida humana.¹²

Na visão do autor, o desenvolvimento da humanidade caminha lado a lado com as tecnologias da comunicação, que “criam seu respectivo ambiente humano”.¹³ Os meios de comunicação aperfeiçoam os sentidos e as habilidades do corpo humano. De posse de um telefone, por exemplo, é possível o indivíduo falar com alguém que está a milhares de quilômetros de distância e também ouvir como se estivessem um ao lado do outro. Isto é revolucionário, porque altera a experiência de tempo e espaço dos seres humanos. Por esse motivo, McLuhan sustenta que os meios de comunicação não são neutros como muitos pensam.

No seu livro *O meio é a mensagem*, ele explica que o uso de um determinado *media* interfere na mensagem transmitida e recebida, provocando consequências em nível pessoal e social. É provável perceber os efeitos das tecnologias próprias de cada meio nas relações entre os sentidos humanos, bem como na sua percepção. E, por isso, o meio se torna ele mesmo uma mensagem.

Numa cultura como a nossa, há muito acostumada a dividir e estilhaçar todas as coisas como meio de controlá-las, não deixa, às vezes, de ser um tanto chocante lembrar que, para efeitos práticos e operacionais, o meio é a mensagem. Isto apenas significa que as consequências sociais e pessoais de qualquer meio – ou seja, de qualquer uma das extensões de nós mesmos – constituem o resultado do novo estágio introduzido em nossas vidas por uma nova tecnologia ou extensão de nós mesmos. [...] o meio é a mensagem, porque é o meio que configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas.¹⁴

As mídias interferem na percepção da realidade, da sociedade e do indivíduo. Este é um tema desenvolvido na contemporaneidade por teóricos que estudam a ecologia das mídias, linha de pesquisa fundada por Neil Postman, em 1971, na Universidade de Nova Iorque. Para eles, as mídias dificultam ou facilitam a sobrevivência do ser humano, pois lhe impõe regras, linguagens e padrões de comportamento que condicionam a forma de ver o mundo e, conseqüentemente, a forma como se sente, age e reage em sociedade.

¹² MCLUHAN, M., *A Galáxia de Gutenberg*, p. 12.

¹³ MCLUHAN, M., *A Galáxia de Gutenberg*, p. 15.

¹⁴ MCLUHAN, M., *Os meios de comunicação como extensões do homem*, p. 21 e 23.

Baseados na teoria de McLuhan, pode-se afirmar que toda tecnologia criada pelo ser humano é um mecanismo de extensão de suas capacidades cognitivas e sensoriais. Em se tratando de mídias, por exemplo, o rádio é uma extensão da boca; a televisão, dos olhos e dos ouvidos, e o computador, do cérebro.

Ao prolongar o corpo humano (seus sentidos, seus membros e o próprio sistema nervoso de certa maneira), cada meio acaba por também configurar a realidade. Por isso, vê-se que o uso dos meios de comunicação implica novas formas de ação e interação, novos tipos de relacionamentos sociais e sistemas de valores, independente do "conteúdo" de suas mensagens.

A "mensagem do meio" é "aquilo que o meio faz com a comunicação humana".¹⁵ Por pressuposto, o autor era crítico a quem tinha como preocupação obsessiva os conteúdos veiculados pela mídia, pois enquanto se importavam com essa discussão, não se questionavam sobre os efeitos que o uso dos meios provocavam nos indivíduos, permitindo, assim, que uma nova cultura surgisse e se consolidasse quase que imperceptivelmente.

Seguindo o pensamento de McLuhan, cita-se o exemplo das sociedades primitivas, de organização tribal. Pode-se perceber como a tecnologia foi mudando as relações em sociedade. A forma de comunicação nessa comunidade era oral e as mensagens eram enviadas ao povo por um líder. Isso gerava a necessidade de um sistema de relações mais próximas territorialmente e restringia o alcance da mensagem aos moradores de uma comunidade. Posteriormente, despontou a escrita e depois a imprensa, que viabilizaram uma leitura (e uma reflexão) individual das mensagens, que podiam ser enviadas a localidades mais distantes por diferentes meios. No decorrer da história, ainda se viu o surgimento do telégrafo, do telefone, do rádio, do cinema, da tv e da internet, cada um deles, ao seu modo, redefinindo a forma organizacional da sociedade, relativizando a distância entre as pessoas.

Muitos conceitos foram sendo transformados na sociedade com o desenvolvimento dos meios de comunicação, como a noção de comunidade, realidade e verdade. A respeito da noção de realidade/verdade, pode-se constatar que antes das mídias, o julgamento sobre a realidade/veracidade de um fato estava condicionado ao interlocutor, à palavra empenhada pela pessoa que falava. Hoje, não

¹⁵ STRATE, LANCE; BRAGA, Adriana; LEVINSON, Paul., Introdução à Ecologia das Mídias, p. 32.

basta a palavra. É considerado real/verídico o fato que aparece nas mídias, preferencialmente representado por uma imagem que materialize a informação.

Por meio de sua produção acadêmica, McLuhan chamou a atenção para os sinais dos tempos: algo de novo acontecia na sociedade com o desenvolvimento das tecnologias da comunicação. Um novo ambiente estava surgindo, mudando a noção de tempo, espaço, território e relacionamento, não só dos seres humanos entre si, mas também com as coisas, com a natureza e com o transcendente.

Se esse processo já estava em formação com o surgimento dos veículos de comunicação lineares (rádio, tv, cinema), consolidou-se com o advento da internet. A interação entre o indivíduo e a tecnologia se tornou tão marcante com a tecnologia digital, que a pessoa já não se entende sem a posse dos dispositivos móveis e se sente perdida quando privada de seu uso.

O encurtamento das distâncias mediante as redes de computadores, a modificação do sentido do espaço e do tempo e a transformação de tudo em informação, codificada pelos algoritmos, favoreceu o fenômeno da globalização da informação, comprovando outra teoria de McLuhan: a de que os meios de comunicação fariam do mundo uma grande aldeia global,¹⁶ sem fronteiras geográficas, culturais ou sociais.

2.1.2.

A internet é, acima de tudo, uma criação cultural¹⁷

A internet não é só tecnologia. Ela envolve processos humanos de comunicação. Ao mesmo tempo em que molda o ser humano, é por ele moldada em suas relações sociais, processos e usos, pois são pessoas humanas que escrevem os softwares das plataformas e programam os algoritmos. A questão é que hoje esse poder está centrado em uma elite que detém a habilidade de explorar plenamente os códigos e tecnologias, deixando a grande maioria da população mundial na posição de meros usuários. É preciso, portanto, sociabilizar esse conhecimento.

¹⁶ Por "aldeia global" McLuhan entende a sociedade moldada pelo advento e desenvolvimento tecnológico dos novos meios de comunicação: o mundo estaria interligado completamente, gerando uma intensa troca cultural entre os diversos povos, que os aproximaria de forma irreversível a ponto de se formar uma grande aldeia, inteiramente conectada.

¹⁷ CASTELLS, M., A Galáxia da Internet. Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade, p. 32.

[...] hoje nós escrevemos enquanto a nossa tecnoelite programa. Como resultado, a maior parte da sociedade permanece um passo dimensional aquém dos que conseguem monopolizar acesso ao real poder de cada era da mídia. [...] Na era digital, deixar de fazer significa renunciar o nosso poder coletivo emergente em favor das próprias máquinas. O processo parece já ter começado.¹⁸

Em sua obra *A Galáxia da Internet*, Manuel Castells legitima que a internet, como entendida hoje, em suas origens, representou uma contracultura utópica, moldada pelo espírito de liberdade de seus criadores. A World Wide Web (WWW) foi criada com o objetivo de ser uma rede descentralizada, com abertura para que se pudesse aprender e compartilhar conhecimento e informações.¹⁹

A cultura da internet é a cultura dos criadores da internet. Por cultura, entendo um conjunto de valores e crenças que forma o comportamento; padrões representativos de comportamento geram costumes que são repetidos por instituições, bem como por organizações sociais e informais. [...] Embora explícita, a cultura é uma construção coletiva que transcende preferências individuais, ao mesmo tempo em que influencia as práticas das pessoas no seu âmbito, neste caso os produtores/usuários da internet.²⁰

Castells apresenta, ainda, a estrutura da “cultura da internet” em quatro camadas: a cultura tecnomeritocrática, a cultura *hacker*, a cultura comunitária virtual e a cultura empresarial.

Essas camadas culturais estão hierarquicamente dispostas: a cultura tecnomeritocrática especifica-se como uma cultura *hacker* ao incorporar normas e costumes a redes de cooperação voltadas para projetos tecnológicos. A cultura comunitária virtual acrescenta uma dimensão social ao compartilhamento tecnológico, fazendo da internet um meio de interação social seletiva e de inteligência simbólica. A cultura empresarial trabalha, ao lado da cultura *hacker* e da cultura comunitária, para difundir práticas da internet em todos os domínios da sociedade como um meio de ganhar dinheiro.²¹

A cultura digital envolve, portanto, três dimensões: tecnológica, comunitária e econômica, que unidas fundamentam uma liberdade que é ideológica e, como tal, é amplamente difundida no ambiente da internet. A liberdade se consolidou como um valor compartilhado pelos usuários da internet. “A cultura *hacker* forne-

¹⁸ RUSHKOFF, D., As 10 questões essenciais da era digital, p. 15.

¹⁹ CASTELLS, M., A Galáxia da Internet. Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade, p. 32.

²⁰ CASTELLS, M., A Galáxia da Internet. Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade, p. 34.

²¹ CASTELLS, M., A Galáxia da Internet. Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade, p. 34-35.

ceu, assim, os fundamentos tecnológicos da internet, a cultura comunitária moldou suas formas sociais, processos e usos”.²²

Dentre essas formas e processos sociais, firmou-se o valor da comunicação livre, horizontal e circular, em que todos os indivíduos conectados na rede digital são um ponto produtor de conteúdo. Castells explica que “a publicação autônoma, a auto-organização e a autopublicação, bem como a formação autônoma de redes constitui um padrão de comportamento que permeia a internet e se difunde a partir dela para todo o domínio social”.²³

Pode-se compreender melhor essa dinâmica a partir da afirmação de Thompson que, retomando em parte a linha de pensamento de McLuhan, defende a ideia de que os seres humanos, em todas as sociedades, nos diversos períodos da história, ocuparam-se da produção e do intercâmbio de informações de conteúdo simbólico e que isso não aconteceu sem consequências. Na concepção desse autor, para entender as transformações culturais associadas ao surgimento das sociedades ditas modernas, precisa-se reservar um papel importante ao desenvolvimento da mídia e ao seu impacto.

Desde as mais antigas formas de comunicação gestual e de uso da linguagem até os mais recentes desenvolvimentos na tecnologia computacional, a produção, o armazenamento e a circulação de informação e conteúdo simbólico têm sido aspectos centrais da vida social. [...] De uma forma profunda e irreversível, o desenvolvimento da mídia transformou a natureza da produção e do intercâmbio simbólicos no mundo moderno.²⁴

Em Morin, também se encontra esse entendimento. Para o sociólogo, a humanidade “é organizada/organizadora via o veículo cognitivo da linguagem, a partir do capital cognitivo coletivo dos conhecimentos adquiridos, das competências aprendidas, das experiências vividas, da memória histórica, das crenças míticas de uma sociedade”.²⁵ É assim que, segundo o autor, são manifestadas as “representações coletivas”, a “consciência coletiva” e o “imaginário coletivo”.

A cultura institui normas e práticas que organizam a sociedade, constituindo um capital cognitivo importante para as relações do ser humano entre si e com o mundo, governando comportamentos individuais. Morin complementa a sua defi-

²² CASTELLS, M., A Galáxia da Internet. Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade, p. 47.

²³ CASTELLS, M., A Galáxia da Internet. Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade, p. 49.

²⁴ THOMPSON, J. B., A mídia e a modernidade, p. 35.

²⁵ MORIN, E., O método 4, p. 19.

nição ratificando que "a cultura como capital cognitivo sistematiza o conhecimento em função de paradigmas que seleciona, hierarquiza, rejeita em termos de ideias e de informações".²⁶ E é dessa forma que opera a construção social da realidade. Fala-se de cultura midiática a partir desse entendimento acerca do que seja cultura. Não se faz uma abordagem instrumentalista dos meios de comunicação.

Levando em consideração o conceito etimológico da palavra "mídia", que tem origem na palavra inglesa "media" (meios), que vem da palavra latina "media", aceita-se cultura midiática – no âmbito dessa pesquisa – aquela que nasce dos meios de comunicação social.

Sobre midiatização, Sbardelotto explica que

a midiatização molda e condiciona (sem determinar) as condições de vida social a longo prazo, tanto em nível *micro* (as relações e as práticas individuais de produção de sentido), quanto em nível *médio* (as atividades das instituições e organizações sociais), e ainda em nível *macro* (a natureza de uma determinada cultura e sociedade) (cf. KROTZ, 2007).²⁷

A pesquisadora, no âmbito desta pesquisa, concorda com os autores já citados de que a partir do momento em que as pessoas passam a utilizar os meios, eles condicionam a forma de percepção do mundo e os códigos de linguagem utilizados pela sociedade. Partindo desse olhar, entende-se que os meios de comunicação não servem apenas como veículos para transmitir informação e conteúdo simbólico do emissor para o receptor, mantendo sua relação inalterada. Pelo contrário, transformam essa relação.

2.1.3. Breve história da internet e das redes sociais

Antes de abordar as características próprias da cultura midiática digital – que faz parte do item 2.2. –, cumpre-se oportuno expor sobre a história da internet e das redes sociais. Esse percurso histórico possibilitará um melhor entendimento

²⁶ MORIN, Edgar. O método 4, p. 19.

²⁷ SBARDELOTTO, M., E o verbo se fez rede. Uma análise da circulação do “católico” em redes comunicacionais online, p. 87.

do desenvolvimento da nova cultura. Ele será guiado por Manuel Castells, que o pormenorizou em seu livro *A Galáxia da Internet*.²⁸

A internet foi criada com a finalidade de interligar laboratórios de pesquisa nos Estados Unidos, no ano de 1969. Foi também neste período que foi passado o primeiro e-mail que se tem conhecimento, entre dois professores universitários envolvidos no projeto.

A rede criada era de propriedade do Departamento de Defesa norte-americano e se chamava Arpanet. Como o mundo vivia a Guerra Fria no âmbito político, o novo sistema tinha o objetivo de garantir a comunicação entre militares e cientistas, mesmo que houvesse um bombardeio, pois funcionavam independentes, embora interligados.

Em 1982, houve uma ampliação do uso da Arpanet para o meio acadêmico, deixando de ser exclusivamente utilizado nos EUA e passando a ser acessível para a Holanda, Dinamarca e Suécia. Foi neste período que recebeu o nome “internet”.

Em 1987, existiu, pela primeira vez, a liberação do uso da internet para fins comerciais nos Estados Unidos. Em 1990, a Arpanet foi tirada de operação, por encontrar-se obsoleta. Em 1992, dois marcos transformaram o uso e os objetivos desta nova tecnologia: empresas americanas foram criadas para proverem no país o acesso ao sistema digital e o Laboratório Europeu de Física de Partículas (Cern) inventou a WWW, permitindo que qualquer usuário pudesse inserir informações na internet.

Esta iniciativa teve grande difusão e gerou uma grande transformação na forma de se comunicar. Hoje, a internet tem mais de quatro bilhões de usuários em todo o mundo (59,5% da população mundial²⁹) e passou a ser a base tecnológica para a Era da Informação, difundida pela sociedade em rede. Pela primeira vez, foi possível a comunicação de muitos com muitos, em escala global e de forma circular, suspendendo o modelo vertical e hierarquizado.

No Brasil, o uso comercial da internet teve início em 1995, mas universidades públicas brasileiras, como as federais do Rio Grande do Sul e do Rio de Janeiro, estavam conectadas à rede desde 1987.³⁰

²⁸ CASTELLS, M., *A Galáxia da Internet. Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*, p. 13-33.

²⁹ Dados atualizados em janeiro de 2021, pelo Relatório Digital, publicado por We Are Social e a Hootsuite.

³⁰ História da Internet no Brasil – UFMG. Autor Desconhecido. Artigo digital.

2.1.3.1. A Web 2.0 e o surgimento das redes sociais

O desenvolvimento da web é designado pelo aperfeiçoamento das tecnologias e/ou pelo uso que a sociedade e os indivíduos fazem dela. Assim, com a criação da WWW houve a primeira geração de sites e de plataformas digitais (com conteúdo estático), denominada web 1.0. Não possuía muitos recursos, mas foi considerada na época um grande avanço. Não havia nesta fase possibilidades de interação e o máximo que ofereciam aos usuários era a probabilidade de encontrar informações úteis e criar uma caixa de correio eletrônico. O uso dos e-mails revolucionou a comunicação interpessoal e institucional.

Posteriormente, a web 2.0 representou uma atualização importante das plataformas de internet, não tanto em relação às questões técnicas, mas em relação a sua utilização e apropriação por parte dos usuários. O termo foi cunhado em 2004 pela empresa americana O'Reilly Media.

Representando a segunda geração da internet, a web 2.0 propiciou o aproveitamento da inteligência coletiva. Neste contexto, ganhou a designação de Rede Social,³¹ por se constituir num ambiente de interação e participação dos usuários e desenvolvedores, agrupando hoje inúmeras linguagens, motivações e aplicativos. Ela transformou a internet numa “rede de contatos sociais, local de participação e compartilhamento. Sua característica é estar aberta a todos tanto no uso quanto na construção”.³²

A maior mudança que realizou não foi em nível de tecnologia, mas em relação ao seu uso, à sua experiência e à sua interpretação. Atendem ao desejo humano de contar e ouvir histórias, compartilhar vida e ser reconhecido; de querer “ser ouvido”. As pessoas sentem necessidade de relatar a história pessoal e fazem isso, nas redes sociais, publicando situações comuns, do dia-a-dia, que lembram, em alguns momentos, os antigos diários, com uma diferença: agora tudo é compartilhável, nada é secreto.

São consideradas redes sociais: os blogs, o YouTube, o Facebook, o Instagram, o Pinterest, o LinkedIn, o TikTok e outras plataformas colaborativas e de

³¹ No marketing, faz-se uma distinção entre Rede Social e Mídia Social, considerando-se Rede Social as plataformas construídas para que o público faça postagens e Mídia Social tudo o que é publicado pelas pessoas nas plataformas (fotos, vídeos, música, notícias, mensagens).

³² SPADARO, A., WEB 2.0. Redes Sociais, p. 5.

interação e entretenimento. Essas redes são muito voláteis e podem evoluir ao longo dos anos, ou mesmo deixar de existir, como aconteceu com o Orkut.

As redes sociais ganharam popularidade por irem ao encontro da necessidade do ser humano de se relacionar e o desejo de cultivar amizades. Essas plataformas dão o sentido de local, de ambiente, que é a internet: uma rede social é um local onde as pessoas habitam de fato, por intermédio de seus perfis e páginas. Ali se conhecem (ao se adicionarem umas às outras), trocam informações, conversam e interagem com as postagens. Isso quebra com o antigo entendimento da internet apenas como um meio, um instrumento. As pessoas somente não se encontram *por meio de* uma rede social: as pessoas se encontram *na* rede social.

Elas também conferem o verdadeiro sentido do que Pierre Lévy asseverou ao dizer que o virtual é real. As pessoas que ali “habitam” são pessoas reais e os conteúdos que postam são reais, porque existem de fato naquele ambiente, muito embora o perfil possa ser falso e o que é publicado, inverídico. O que significa que mesmo um perfil “falso” não pode ser considerado irreal, porque por trás dele existe uma pessoa, ou grupo de pessoas, ou mesmo um “robozinho” programado por uma pessoa, que é contratado para representar indivíduos e grupos. E o que dizer do conteúdo inverídico produzido por eles? É uma mentira, como são as mentiras que as pessoas contam no mundo físico.

Para definir uma rede social, pode-se usar cinco palavras-chave/conceitos: participação, interatividade, compartilhamento de conteúdo, associação e plataforma de troca.³³ O sentido de uma publicação na web 2.0 é a participação, a interação, o compartilhamento. E o centro de uma rede social, conforme definição de Spadaro:

É formado pelos conteúdos trocados no interior de uma rede de contatos sociais. Uma “rede social” é constituída por um grupo de pessoas ligadas, em geral, por interesses comuns, abertas a compartilhar os pensamentos, conhecimentos, mas também trechos de suas vidas: dos links para os sites que consideram interessantes até suas próprias fotos ou seus vídeos pessoais. Em resumo, as redes sociais são compostas de pessoas comuns, não por técnicos ou peritos, que distribuem conteúdos relativos aos próprios interesses ou à própria vida.³⁴

³³ SPADARO, A., WEB 2.0. Redes Sociais, p. 9.

³⁴ SPADARO, A., WEB 2.0. Redes Sociais, p. 11.

São esses aspectos que tornaram as redes sociais tão populares: pessoas comuns compartilham seus conhecimentos, expressam sua opinião, sua visão de mundo, suas dores e suas alegrias. Nelas, vivem um sentido de liberdade, expresso na publicação de suas opiniões, questionamentos e críticas. Em sua rede social, o especialista, a autoridade, a celebridade é a própria pessoa. Ao adicionar um novo “amigo” ou “seguidor”, é como que dissesse ao outro: “bem-vindo ao meu mundo. Aqui, as regras são as minhas”. E se alguém viola essas regras, é excluído ou “cancelado”.

Outro aspecto que tornou as redes sociais atrativas é o fato de serem “gratuitas” e serem responsivas, ou seja, de fácil uso. A experiência de gratuidade para o usuário é um fator inquestionável. Não se paga em dinheiro para se ter um perfil ou uma página numa plataforma de rede social, muito embora hoje já se tenha o conhecimento e o entendimento de que a pessoa, ao se tornar uma usuária de uma rede, converte-se ela mesma num produto dos administradores do sistema. De posse de dados dos usuários, eles realizam ações comerciais, movimentando milhões de dólares em todo o mundo: eles possuem o que as empresas mais querem, que é o acesso às pessoas e suas redes.

Apesar disso, a experiência de se ter um ambiente de interação e troca sem custo financeiro imediato, é considerada válida para os usuários, haja vista que continuam a manter a sua atividade normal, mesmo depois de saberem que seus dados são usados para fins comerciais.

2.1.3.2.

O crescimento das redes sociais na pandemia de Covid-19

Em 2020-2021, anos em que se viveu uma emergência sanitária, ocasionada pelo vírus da Covid-19, uma pandemia isolou as pessoas em suas casas. Esse fato gerou um grande caos na sociedade mundial, que só não foi pior graças à internet e às plataformas de rede social. Mesmo em casa, separadas fisicamente, as pessoas não estavam isoladas e os vínculos familiares e de trabalho puderam ser mantidos.

Dados de uma pesquisa recente³⁵ demonstram que os grupos de idade mais avançada são os seguimentos que mais cresceram em 2020 nas principais plataformas. Ainda não se pode mensurar em profundidade o bem e o mal causado,

³⁵ Relatório Digital 2021, publicado por We Are Social e a Hootsuite.

mas já é aceitável contabilizar como a pandemia influenciou o uso e a presença das pessoas no ambiente digital.

Segundo o relatório Digital 2021, publicado por We Are Social e a Hootsuite, ganhou-se desde o início da pandemia de Covid-19 (em fevereiro de 2020) meio bilhão de novos usuários de mídia sociais e somam-se 1,3 bilhão de anos (contabilizados pelas horas de uso das plataformas) gastos usando a internet. Essa hiperatividade gerou trilhões de dólares ao comércio eletrônico.

A seguir, alguns dados dessa pesquisa.

A) Crescimento real



Figura 1- Número total de conexões móveis – dados 2021

De um total de 7,83 bilhões de habitantes do mundo, 5,22 bilhões (66,6%) possuem dispositivos móveis e os utilizam. Nesta métrica, houve um crescimento de 1,8% (93 milhões) desde janeiro de 2020. (Figuras 1 e 2)

O número total de conexões móveis aumentou 72 milhões (0,9%), atingindo um total de 8,02 bilhões em 2021. (Figuras 1 e 2)

A internet estava sendo utilizada por 4,66 bilhões de pessoas em janeiro de 2021, representando um aumento de 316 milhões (7,3%) em comparação ao mesmo período em 2020. Esse crescimento fez com que ela atingisse uma penetração de 59,5% da população mundial. Segundo os pesquisadores, este número não se estabilizou e continua a expandir ao longo de 2021. (Figuras 1 e 2)

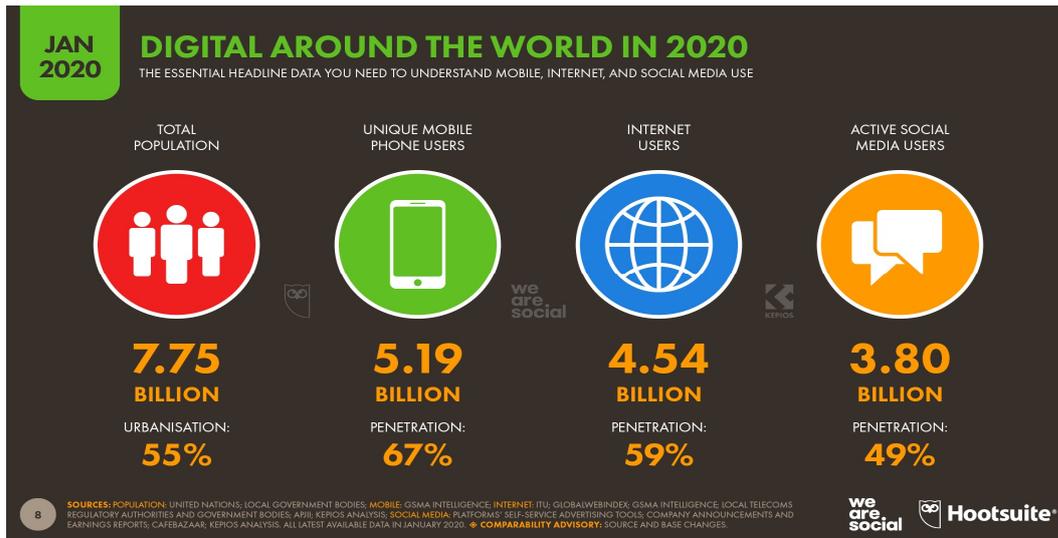


Figura 2 – Número total de conexões móveis – dados 2020

B) Crescimento das Redes Sociais

As redes sociais cresceram em 490 milhões de usuários desde 2020, atingindo em janeiro de 2021 um total de 4,20 bilhões, o que equivale a 53% da população mundial. Esses números significam que mais de 1,3 milhões de novos usuários ingressaram nas diversas plataformas todos os dias ao longo de 2020, equivalendo a 15½ novos usuários a cada segundo. (Figura 3)

Um dado interessante que está sendo associado à pandemia da Covid-19 é que cresce em cerca de 25% o número de usuários do facebook com mais de 65 anos. Isso é praticamente o dobro da média geral, que foi de 13%.

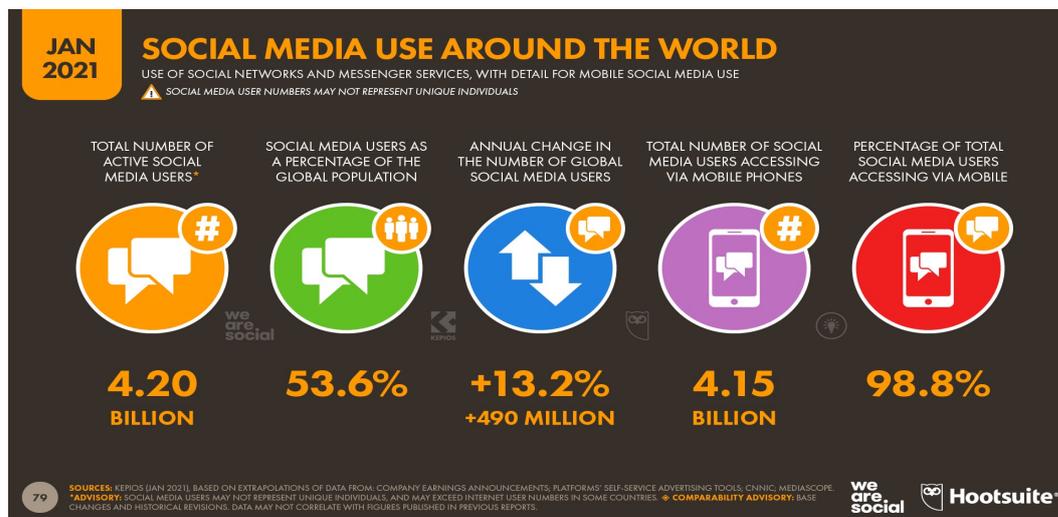


Figura 3 – Crescimento das Redes Sociais

C) Tempo vivido na internet

O tempo médio vivido diariamente no ambiente digital por um usuário típico de mídia social passou em 2021 para 2 horas e 25 minutos. Esse período equivale a quase um dia de sua vida a cada semana. (Figura 4)

Através de uma soma simples, chega-se ao resultado de que os usuários das redes sociais passarão um total de 3,7 milhões de horas utilizando esses aplicativos, o que corresponde a mais de 420 milhões de anos de existência humana combinada.

Os dados comprovam que os usuários que utilizam o sistema Android em todo o mundo passaram mais de 4 horas por dia usando seus *smartphones*, o que significa mais de 3,5 trilhões de horas cumulativas nos últimos 12 meses.

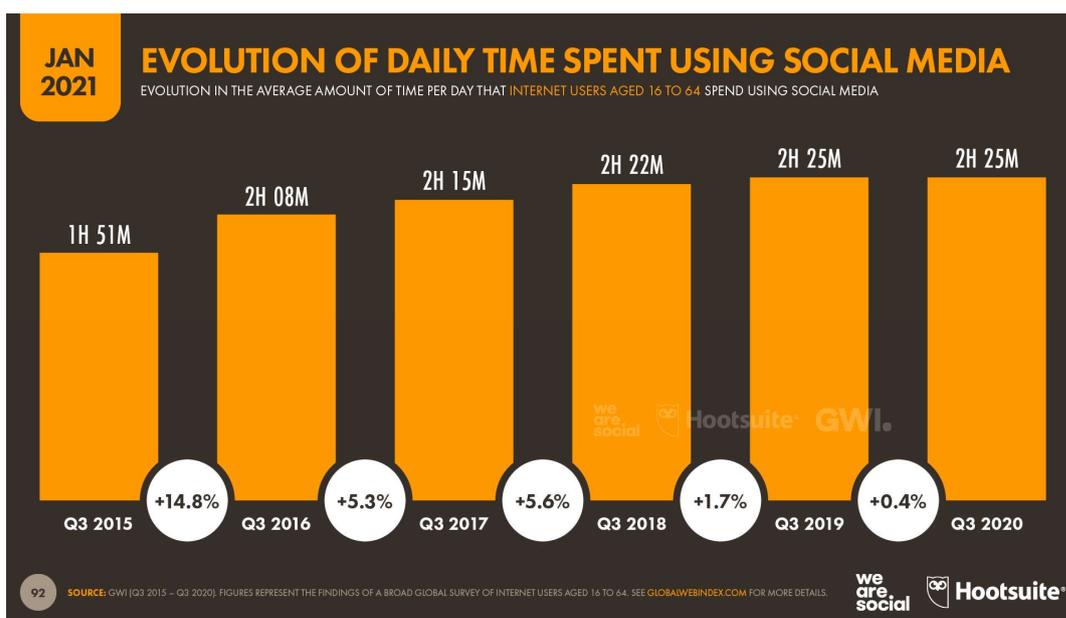


Figura 4 – Tempo vivido na internet

D) Brasil: terceiro país em consumo de mídias sociais

Há diferenças entre os países com relação ao tempo gasto por cada usuário nas mídias sociais: os filipinos são os que consomem mais mídia social, gastando em média 4 horas e 15 minutos por dia usando plataformas sociais.

No extremo oposto estão os japoneses, que passam menos de uma hora por dia nas redes sociais – 51 minutos. Porém, é conveniente destacar que esse número representa um aumento de 13% em relação ao ano de 2020. Os brasileiros são o terceiro grupo de maior consumo, gastando 3 horas e 42 minutos diariamente nas plataformas. (Figura 5)

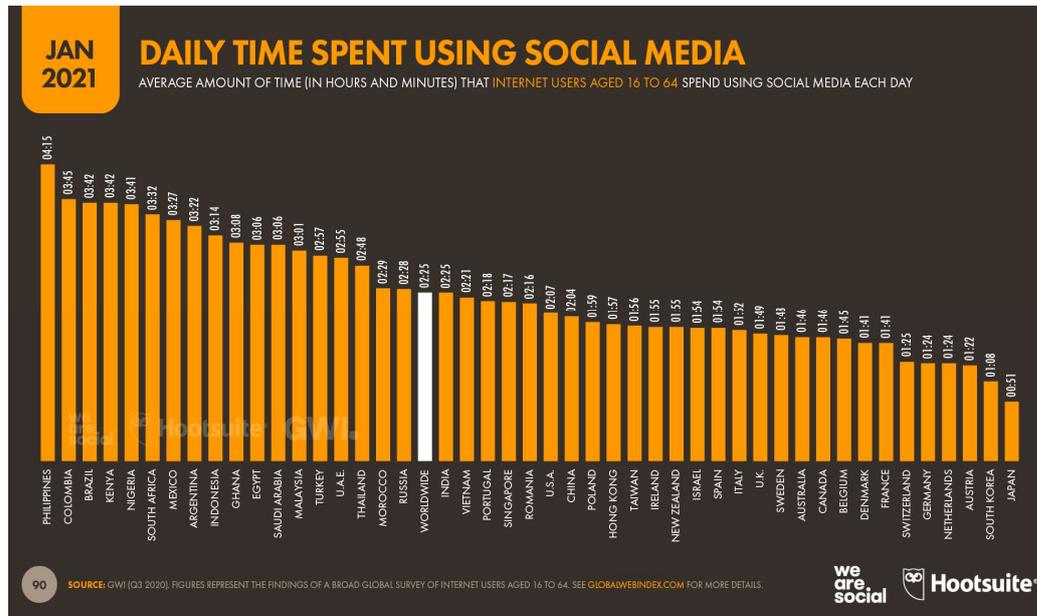


Figura 5 – Consumo de mídias sociais por países

E) Tempo médio *on-line* cresce de maneira geral

Não foi só o consumo de mídia social que cresceu em 2020. Com muitos trabalhos e atividades escolares migrando para o ambiente digital, o tempo *on-line* de cada indivíduo, pressupondo todas as plataformas, aumentou com a pandemia. Um usuário médio em 2021 já está gastando em torno de 7 horas de seu dia na internet (de forma geral, incluindo redes sociais e outros usos). Isto representa mais de 48 horas de existência *on-line* semanalmente, ou seja, dois dias inteiros de um total de sete: 42% do tempo em que se mantém acordado, se tiver uma jornada de sono de 7 horas. (Figura 6)

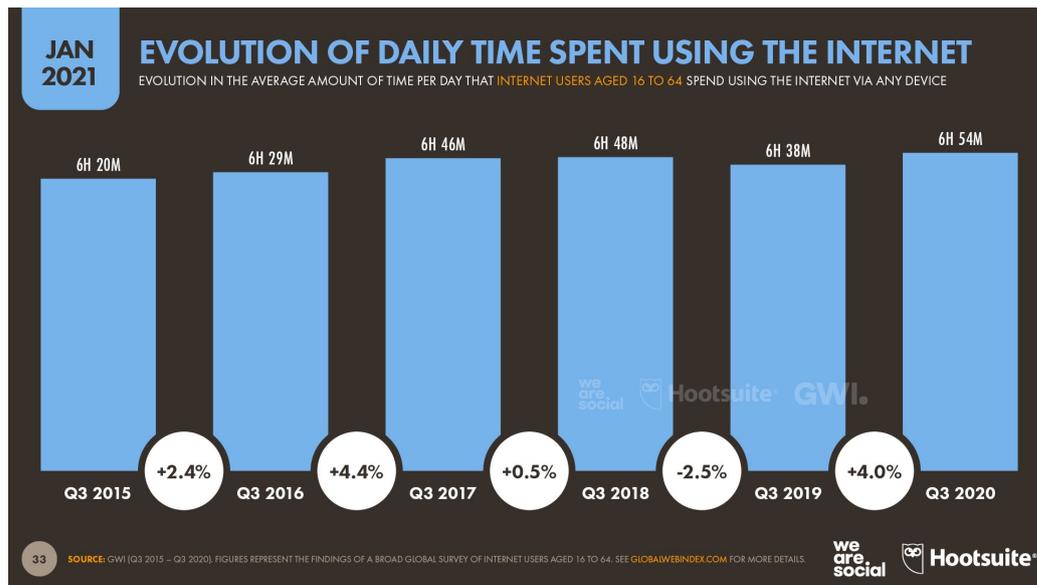


Figura 6 – Tempo médio *on-line*

2.2. Características, complexidades e possibilidades da cultura midiática digital

Os dados da We are Social e da Hootsuite comprovaram que se vive num mundo em tempo real, que antes se separava entre *on-line* e *off-line*, mas que já se configura, como assegura o filósofo Luciano Floridi, numa realidade *on-life*,³⁶ que molda a forma de vida do ser humano contemporâneo.

A internet possui forma de vida própria que expande sua configuração para outros ambientes e caracteriza uma nova cultura. Ela não pode ser concebida apenas como um meio de comunicação, porque é, na verdade, um ambiente comunicacional, que reúne diversas possibilidades de mídias.

Como ambiente, traz consigo uma forma própria de ser, de pertencer, de relacionar-se, de construir conhecimento, de comunicar, de divulgar, de produzir e de perceber o mundo.

Bauman avaliza que este é um movimento de mão dupla. Na realidade, a necessidade já existia na sociedade e por isso novas tecnologias foram desenvol-

³⁶ FLORIDI, L., Ser humano e inteligência artificial: os próximos desafios do *on-life*, 2021. Artigo digital.

vidas. Ao serem criadas, passaram a influenciar e moldar a forma de viver do indivíduo em sociedade, tornando mais aguda e evidente a necessidade humana pela qual foi gerada.³⁷

Essa transformação não ocorre sem consequências. Ela provoca um sentimento de insegurança devido à sensação de se estar vivendo em tempos de incertezas. Afinal, tudo no mundo digital é fluido e sofre mutações aceleradas, com grande velocidade de propagação das informações. Há, também, a valorização do sentido da visão. Esta valorização, “com exploração excessiva de cores e formas, têm produzido um estresse social, característico desse excesso informacional”.³⁸

Entre as transformações operadas pelo uso das novas tecnologias, pode-se citar a configuração das noções de tempo e de espaço, de fronteiras, de sociabilidades e de linguagens, bem como a ampliação acerca do entendimento sobre o "virtual", que deixou de ser sinônimo de irreal.

Pierre Lévy é um dos teóricos que se dedicam a esse estudo. Ele reitera que o virtual é parte integrante do real.³⁹ Para o filósofo, virtualidade não se opõe à realidade, mas à atualização. Lévy referenda que “a virtualização pode ser definida como o movimento inverso da atualização”, porque está desprendida do aqui e agora.⁴⁰

2.2.1. O virtual real

A afirmação de Pierre Lévy de que o virtual é real é uma quebra de paradigma no estudo da comunicação e da cultura digital. Por muitos anos, e ainda hoje em alguns setores, utilizou-se a palavra “virtual” como sinônimo de “irreal” ou “inexistente”. Lévy traz um novo entendimento sobre a questão. Para o pesquisador, que o virtual é um real digital, não físico, mas sempre real.

³⁷ BAUMAN, Z., 44 cartas do mundo líquido moderno, Carta 1.

³⁸ MORAES, A. O.; GRIPP, A., Ações evangelizadoras numa cultura urbana marcada pelo digital, p. 148.

³⁹ LÉVY, P., O que é virtual, 2003. Nesta obra, o autor explica que a "realidade virtual" é um ambiente que permite interações, onde os usuários recebem estímulos corporais/sensoriais, que permitem que o corpo real migre para um mundo de pura informação. Assim, as tecnologias da "realidade virtual" permitem não só olhar uma paisagem, mas sentir como se estivéssemos naquele lugar, dentro de um novo mundo.

⁴⁰ LÉVY, P., O que é o virtual, p. 17.

Uma comunidade virtual, atesta Lévy, pode se organizar por intermédio do ambiente digital; fazer encontros; interagir; relacionar-se entre si; e todo esse movimento é real, embora “não-presente” fisicamente; não limitado pelo território.

Seus membros estão reunidos pelos mesmos núcleos de interesses, pelos mesmos problemas: a geografia, contingente, não é mais nem um ponto de partida, nem uma coerção. Apesar de “não-presente”, essa comunidade está repleta de paixões e de projetos, de conflitos e de amizades. Ela vive sem lugar de referência estável: em toda parte onde se encontrem seus membros móveis... ou em parte alguma. A virtualização reinventa uma cultura nômade, não por volta ao paleolítico nem às antigas civilizações de pastores, mas fazendo surgir um meio de interações sociais onde as relações se reconfiguram com um mínimo de inércia.⁴¹

A virtualização facilita viver em novos espaços, com novas velocidades e novas temporalizações. “A virtualização é o movimento pelo qual se constitui e continua a se criar nossa espécie”.⁴² É um modo de “existência de que surgem tanto a verdade como a mentira”.⁴³

O virtual para Lévy não remete a uma simples ausência de existência e não está na ordem da ilusão. Dessa maneira, explica sua tese retomando o sentido da palavra virtual no latim medieval (*virtualis*). Na filosofia escolástica, informa o autor, “é virtual o que existe em potência e não em ato”.⁴⁴

Quando algo que deveria estar no mundo físico se virtualiza, torna-se não presente, destemporaliza e se desterritorializa. Ou seja, já não é limitado pela temporalidade medida pelo relógio, nem pelo espaço físico ou geográfico.⁴⁵

2.2.2. A tecnologia como condicionante

Outra importante contribuição de Lévy para a compreensão da cultura digital está na alegação de que não se deve falar simplesmente dos efeitos socioculturais ou do sentido da técnica em geral, como se a técnica fosse um ator autônomo, separado da sociedade e da cultura, que exercesse sobre essas realidades uma ação, a partir da total passividade delas. A tecnologia, para ele, não é determinante da sociedade, mas condicionante. O autor explica que

⁴¹ LÉVY, P., O que é o virtual, p. 20.

⁴² LÉVY, P., O que é o virtual, p. 147.

⁴³ LÉVY, P., O que é o virtual, p. 147.

⁴⁴ LÉVY, P., O que é o virtual, p. 15

⁴⁵ LÉVY, P., O que é o virtual, p. 21.

as verdadeiras relações, portanto, não são criadas entre “a” tecnologia (que seria da ordem da causa) e “a” cultura (que sofreria os efeitos), mas sim entre um grande número de atores humanos que inventam, produzem, utilizam e interpretam de diferentes formas as técnicas.⁴⁶

Seguindo esse raciocínio, o filósofo conclui que “por trás das técnicas agem e reagem ideias, projetos sociais, utopias, interesses econômicos, estratégias de poder, toda gama dos jogos dos homens em sociedade”.⁴⁷ Esta compreensão é essencial para o entendimento da cultura digital e para o entendimento do papel profético que a Igreja é chamada a exercer na sociedade pós-moderna.

Toda técnica, menciona o autor, é produzida dentro de uma cultura, mas condiciona, pelo seu uso, a sociedade. Ele prefere usar a palavra “condiciona” a “determina”, por supor que aquela define melhor o processo que se desencadeia num tecido social.

Dizer que a técnica condiciona significa dizer que abre algumas possibilidades, que algumas opções culturais ou sociais não poderiam ser pensadas a sério sem sua presença. Mas muitas possibilidades são abertas, e nem todas serão aproveitadas. As mesmas técnicas podem integrar-se a conjuntos culturais bastante diferentes.⁴⁸

A seguir, algumas das características da cultura digital, que surgiram e se configuraram no tecido social, condicionada pelo uso das novas tecnologias da informação e da comunicação. Foi realizada essa seleção, a partir do olhar pastoral e preocupação da Igreja com a comunicação do Evangelho.

2.2.3. A sociedade em redes e a *infosfera*

Depois da reflexão sobre o sentido do real e do virtual, a partir da perspectiva apresentada por Pierre Lévy, um outro aspecto fundamental para a compreensão da cultura digital são as redes de comunicação, conceito desenvolvido pelo sociólogo Manuel Castells. Ele define, a sociedade do século XXI como a “sociedade em redes”⁴⁹, suscitadas pelas novas e complexas tecnologias digitais.

⁴⁶ LÉVY, P., *Cibercultura*, p. 23.

⁴⁷ LÉVY, P., *Cibercultura*, p. 24.

⁴⁸ LÉVY, P., *Cibercultura*, p.25.

⁴⁹ Castells chama “sociedade em redes” a estrutura social da “Era da Informação”, marcada pela atual revolução tecnológica. É designada sociedade em redes porque é constituída de redes de produção, poder e experiência.

A comunicação mediada por computadores gerou uma gama enorme de comunidades virtuais que existem e se relacionam em rede⁵⁰, construindo “a cultura da virtualidade nos fluxos globais os quais, por sua vez, transcendem o tempo e o espaço”.⁵¹ Para o pesquisador, assim como as redes de potência (redes energéticas) eram a base nas quais a sociedade industrial foi construída, as redes de comunicação digital sustentam a sociedade em rede da atualidade e penetram, com diferentes intensidades, na lógica social, absorvendo e superando, aos poucos, as formas sociais preexistentes.

Elas são, segundo Castells, uma forma de organização social mais flexível e adaptável, porque são constituídas por um conjunto de “nós” interligados. Essa não é uma realidade nova para a humanidade. Castells recorda que a formação de redes é uma prática humana tão comum como antiga. “Mas as redes ganharam vida nova em nosso tempo, transformando-se em rede de informação energizadas pela internet”.⁵²

Os “nós” interconectados são elementos que se comunicam entre si, construindo por causa disso uma estrutura complexa de comunicação, na qual acontecem múltiplas ligações. Os “nós” podem ser qualquer coisa: pessoas, sites, blog, ou plataforma de rede social (que constitui um “nó de nós”).

Ao facultar a existência dessas redes, a internet deixou a condição de veículo transmissor de informações (meio) e assumiu o *status* de ambiente, “novo continente”, com cultura própria, no qual indivíduos em diversas partes do mundo se tornam um ponto da rede mundial,⁵³ digitalizando as relações humanas.

Castells destaca, em sua pesquisa, que a cultura digital, potencializada pela internet, está comprometida com a lógica do mercado e do consumismo. Além disso, na revolução tecnológica digital, tudo tende a se transformar numa rede, com um sistema hierárquico horizontal e de livre expressão, onde o exercício de poder é descentralizado. “O poder, contudo, não desaparece. Em uma sociedade informacional, ele fica fundamentalmente inscrito nos códigos culturais mediante os quais as pessoas e as instituições representam a vida e tomam decisões, inclusive políticas.”⁵⁴

⁵⁰ CASTELLS, M., A Sociedade em Rede, p. 57.

⁵¹ CASTELLS, M., Fim do milênio, p. 427.

⁵² CASTELLS, M., A Galáxia da Internet. Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade, p. 07.

⁵³ SPADARO, A., Ciberteologia. Pensar o Cristianismo nos tempos da rede, p. 17.

⁵⁴ CASTELLS, M., Fim do milênio, p. 424.

A existência de comunidades diversificadas é uma marca da sociedade em redes, que nasce a partir das novas tecnologias da comunicação e informação. Além de diversificadas, elas são especializadas, com uma dinâmica de interação específica, porque reúnem seus integrantes a partir de interesses, conhecimentos, ideologias, gostos, estilos de vida e/ou valores em comum. Essas referências favorecem certo tipo de privatização da sociabilidade, que estão marcadas pela reunião de redes ao redor de um indivíduo. Como qualquer estrutura social, elas possuem contradições, conflitos e desafios, personificados por diferentes sujeitos.⁵⁵

Cada rede da sociedade digital tem sua própria dinâmica. Martino explica que essa dinâmica refere-se à forma de interação entre os seus participantes.⁵⁶ Ou seja, o modo como se organizam, a quantidade de interações, os tipos de conexões estabelecidas entre os participantes, os critérios para ingresso e saída da rede, entre outros pontos. Essas características revelam a flexibilidade delas, que não possuem necessariamente um ritmo específico, nem exigem ligações exclusivas. Aumentam ou diminuem segundo o número de “nós” que conecta/desconecta.

As redes *on-line* causam uma interferência na sociedade na medida em que influem na capacidade de compreensão da realidade pelo indivíduo. Essa interferência é inevitável, diz Martino,⁵⁷ porque quem participa delas são seres humanos ligados, também, às redes do mundo físico. Acontece, então, um duplo movimento: as questões do mundo físico são levadas para o ambiente digital, interferindo nele, e as dissensões *on-line* que chegam ao mundo físico podem gerar novas formas de ação e novas atitudes por parte das pessoas.

O novo cenário já se consolidou neste tempo histórico, marcado por uma existência *on-life*, vivida na *infosfera*, conforme teoriza o filósofo Luciano Floridi. A *infosfera* é o resultado da fusão do ambiente digital com o mundo físico. Para o autor, a evolução e a difusão da internet, com o desenvolvimento de novos aplicativos a cada dia, usados em dispositivos móveis – que permitem estar conectados 24h por dia, sete dias na semana –, eliminou a divisão que antes existia entre o *on-line* e o *off-line*, entre o mundo físico e o digital.⁵⁸

⁵⁵ CASTELLS, M., Fim do milênio, p. 427-428.

⁵⁶ MARTINO, L. M. S., Teoria das Mídias Digitais. Linguagens, ambientes e redes, p. 56.

⁵⁷ MARTINO, L. M. S., Teoria das Mídias Digitais. Linguagens, ambientes e redes, p. 58.

⁵⁸ FLORIDI, L., Ser humano e inteligência artificial: os próximos desafios do *on-life*, 2021. Artigo digital.

O mundo está sempre conectado; sempre interagindo, numa forma de vida ubíqua. Ao mesmo tempo em que se está fisicamente em um ambiente, está-se virtualmente em outro, respondendo mensagens, enviando arquivos, encontrando e dialogando com outras pessoas por meio de aplicativos. As pessoas estão lá, sem deixar de estar aqui.

A comunicação em rede, portanto, é global e não se limita a fronteiras geográficas e de tempo. A sua lógica chega a países de todo o planeta e difunde-se através do poder integrado nas redes globais de capital, bens, serviços, comunicação, informação, ciência e tecnologia.

Por isso, opina Castells, aquilo a que se chama de globalização nada mais é do que a sociedade em rede. Um problema, entretanto, emerge: embora sejam globais, as redes não são para todos, pois são seletivas de acordo com os seus programas específicos. Conseguem, simultaneamente, comunicar e não comunicar; incluir e excluir pessoas. São democráticas e seletivas ao mesmo tempo, proporcionando a formação de verdadeiras “bolhas” de existência comunicacional.

De certa forma, isso limita a liberdade no ambiente digital, porque “a liberdade de acesso à informação através da internet implica tanto o direito de acesso como a capacidade de fazê-lo.”⁵⁹ Segundo Echaniz e Pagola, existem três fatores relevantes nessa capacidade: habilidade e destreza do usuário, lugar com possibilidade de acesso à internet e poder aquisitivo.

Essa realidade produz uma outra forma de pobreza, nem sempre relacionada à falta de bens materiais: os pobres *de* e *da* internet. Chama-se de “pobres *de* internet” aqueles e aquelas que estão à margem da cultura digital pela falta de possibilidade econômica de adquirir um *smartphone*, um *tablet* ou um *notebook* com acesso à rede mundial de computadores. Define-se como os “pobres *da* internet” aqueles e aquelas que, embora possuam acesso às plataformas e mídias digitais, não conseguem interagir (pela idade, por exemplo), ou não possuem entendimento acerca do processo social que vivemos, sendo mais suscetíveis às manipulações ideológicas e às *fake news*. São, muitas vezes, influenciáveis e servem de “massa de manobra” para interesses dúbios e contrários à ética cristã e à justiça.

A situação tende a crescer e se ampliar, na mesma proporção em que aumenta e se desenvolve o globalismo e a sociedade dos indivíduos em rede digital.

⁵⁹ ECHANIZ, A.; PAGOLA, J., Ética do profissional da comunicação, p. 308-309.

É um grande desafio para a sociedade contemporânea. E, a menos que se consiga resolvê-lo, “a exclusão digital pode se tornar um abismo, gerando novas formas de discriminação entre aqueles que podem ser habitantes da *infosfera* e aqueles que não podem, (...) entre ricos e pobres em informação”.⁶⁰ Para o autor, essa situação pode redesenhar o mapa da sociedade mundial: criar ou ampliar divisões geracionais, geográficas, socioeconômicas e culturais.

A infosfera não será um ambiente virtual sustentado por um mundo genuinamente “material” por trás; em vez disso, será o próprio mundo que será cada vez mais interpretado e entendido informacionalmente, como parte da *infosfera*. No final desta mudança, a *infosfera* terá deixado de ser uma forma de se referir ao espaço da informação para ser sinônimo de realidade.⁶¹

Nesse sentido, Castells acredita que a questão que deve ocupar os atores sociais hoje está resumida ao saber reconhecer os contornos desse novo terreno histórico, para se incluir nele e interagir com seus “habitantes”, não de forma alienada, mas de forma a transformar a cultura a partir de dentro.

Cinco aspectos compõem o que Castells denomina de “paradigma da tecnologia da informação”: a informação como matéria-prima, a penetrabilidade do efeito das novas tecnologias, o uso da lógica das redes em qualquer sistema ou conjunto de relações, a flexibilidade e a convergência de tecnologias específicas para um sistema altamente integrado.⁶²

Partindo dessa lógica, Castells ressalta a capacidade de reconfiguração da sociedade da informação, caracterizada pela constante mudança e fluidez organizacional, o que torna plausível inverter as regras sem destruir a organização. Isto porque, a base material da organização pode, nesta lógica, ser reprogramada e reaparelhada, rapidamente, sem muito prejuízo.⁶³ Sobre essa problemática, Martino faz o seguinte comentário:

Redes são móveis. [...] A velocidade da circulação de informações significa também que novidades estão presentes o tempo todo, gerando como padrão uma insta-

⁶⁰ FLORIDI, L., *The Fourth Revolution*, posição 48-49. Edição do Kindle. Tradução livre.

⁶¹ Floridi, L., *Information: A Very Short Introduction*, posição 17. Edição do Kindle. Tradução livre.

⁶² CASTELLS, M., *A Sociedade em Rede*, p. 108-109.

⁶³ CASTELLS, M., *A Sociedade em Rede*, p. 109.

bilidade constante. Qualquer informação pode ser alterada, complementada ou cancelada por uma nova, muitas vezes sem deixar indícios dos caminhos seguidos.⁶⁴

2.2.4.

Da posse ao acesso

A sociedade que nasce marcada pelas TICs possui um sistema de divisão social que não se baseia na posse de objetos ou dinheiro, mas sim no acesso ao conhecimento. Este é um diferencial importante: a passagem da posse para o acesso. "Uma diferença significativa entre informação e bens duráveis está na replicabilidade. Informação não é uma quantidade conservada. Se eu lhe dou informação, você a tem e eu também",⁶⁵ o que estabelece uma mudança de paradigma.

Não significa, porém, que com a internet e a cultura gerada por ela, acabam as exclusões sociais. Viu-se, no tópico anterior, que apesar da sociedade da informação difundir-se por todo o mundo, não inclui todas as pessoas, uma vez que se necessita de alguns pressupostos, como o acesso à internet e a posse de equipamentos específicos. Pode-se dizer, inclusive, que atualmente a nova ordem social exclui uma grande parte da humanidade, que não dispõe de tecnologia adequada.

Mesmo assim, toda a humanidade (usuários e não usuários da internet) é afetada pela sua lógica e pelas relações de poder que são produzidas a partir dela. A batalha pela conexão é real e está criando uma multidão de excluídos e analfabetos digitais.

2.2.5.

Comunicação circular/dialógica

A cultura digital sustou com o modelo tradicional de comunicação, delineado como linear: do transmissor para o destinatário, em sentido único, através de um canal.

O modelo de comunicação linear, definido por Harold D. Lasswell, em 1948, é considerado autoritário, porque o ponto de partida é sempre de quem detém o poder da comunicação, que produz o que o receptor vai receber, não haven-

⁶⁴ MARTINO, L. M. S., Teoria das Mídias Digitais. Linguagens, ambientes e redes, p. 101.

⁶⁵ SANTAELLA, L., Um novo mundo – da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano, p. 28.

do espaço para a interação ou escolha por parte do destinatário da mensagem. É o mais antigo, o mais difundido e o mais vivenciado pela humanidade até hoje.

O modelo linear está sendo superado pelo modelo dialógico-circular, que marca a comunicação na era digital, sobretudo após o advento das redes sociais.

A comunicação dialógica é dinâmica, criativa e livre. É dialógica porque provoca igualdade, participação, corresponsabilidade entre emissor e receptor. Proporciona condições para que os receptores deem um *feedback*⁶⁶ imediato e respondam diretamente aos emissores, tornando-se, assim, um outro emissor e produtor de conteúdo. É mais adequada para a cultura digital, porque assinalou a interação entre fonte, emissor, mensagem, canal e receptor.

Na cultura criada pelas mídias digitais há dois valores essenciais: a comunicação livre e a formação autônoma de redes, com possibilidade de auto-organização, autopublicação e construção de significado.⁶⁷ E isto é fomentado pela comunicação dialógica.

Em *O poder da Comunicação*, Castells explicita que “comunicação é o compartilhamento de significado por meio da troca de informação”.⁶⁸ Esse processo, na visão do autor, é delimitado por três elementos: as tecnologias da comunicação; as características dos emissores e receptores da informação, com seus códigos culturais de referência; e pela abrangência do processo comunicativo.

Para compreender esse processo, é preciso pautar o contexto das relações sociais que está relacionado a ele. O atual processo de comunicação dialógica nasce num contexto de difusão da internet, que ocasionou a interação e a presença do sujeito comum na rede como um produtor de conteúdo, que por sua vez é compartilhado e recebe a contribuição de outros sujeitos. A internet promove a globalização da informação e a criação de mídias de “autocomunicação de massas”⁶⁹, como bem descreveu Castells em sua obra.

O valor essencial da comunicação dialógica, como o nome já diz, é a probabilidade de diálogo e interação entre os indivíduos. Cada um tem importância e

⁶⁶ *Feedback* é um termo utilizado para designar a informação que o emissor obtém da reação do receptor à sua mensagem, e que serve para avaliar os resultados da transmissão.

⁶⁷ CASTELLS, M., *A Galáxia da Internet*, p. 48-49.

⁶⁸ CASTELLS, M., *O Poder da Comunicação*, p. 101.

⁶⁹ Para entender esse conceito, Castells dá como exemplo o YouTube e os sites em geral. O conteúdo gerado por eles pode ser considerado de massa, no entanto, de outra ordem que não a da TV e dos veículos lineares. Isto porque no YouTube qualquer pessoa pode postar um vídeo, com poucas restrições, e é o usuário quem escolhe o que vai assistir.

contribui para que a rede cresça a partir da sua própria produção midiática e compartilhamento de conhecimento.

A interação e a produção compartilhada de conhecimento serão objeto de estudo mais específico no próximo item.

2.2.6. Interatividade e inteligência coletiva

A interatividade é parte essencial da comunicação dialógica. As pessoas, na cultura digital, por meio de plataformas de rede social, não só participam, como ainda criam e interagem uma com as outras e nos processos. "Qualquer pessoa pode emitir e receber informações a partir de qualquer lugar do planeta; pode formular perguntas e dar respostas que os meios tradicionais não possibilitam".⁷⁰ Assim, a comunicação se realiza como um processo de conversação e não como uma conferência.

Com as hiper redes digitais, todo indivíduo pode se tornar produtor, editor, criador, compositor, montador, apresentador. Qualquer um – emissor ou receptor – pode enviar ou receber uma mensagem sem necessariamente se situar num ou noutro lugar do processo de forma permanente (há circularidade). O receptor, na realidade, é uma categoria que desaparece nesse contexto, sendo substituído pelo conceito de "usuário".

A internet permite acesso *on-line* a qualquer tipo de informação armazenada em sua rede e a troca de mensagens "um a um", "um a muitos", "muitos a um" e "muitos a muitos". A cultura da interatividade rompe, assim, com a cultura da "transmissão" de conhecimento de um centro forte para indivíduos passivos. A aprendizagem se constrói ativamente, sendo mais fruto da pesquisa, da comunicação e do descobrimento, do que da contemplação e reflexão.

Esta realidade tem influência prática em diversos campos da sociedade e da educação e porque não dizer, também, da religião. Como exemplo, aponta-se a forma como hoje a pessoa desenvolve a leitura de um texto. A forma tradicional, linear e sequencial, foi substituída pela leitura em "T", ou seja, uma leitura horizontal das primeiras informações, seguida de uma "olhadela" vertical no restante do texto.

⁷⁰ ACEDO, S. O., Interatuantes e Interatuados na Web 2.0. In: APARICI, Roberto (org.). Conectados no ciberespaço, p. 158.

O leitor não é mais guiado linearmente pelo autor como acontece nas mídias impressas, não mais acompanha uma história seguindo o caminho tradicional: início, desenvolvimento e conclusão. Ele é levado pelo hipertexto,⁷¹ um conjunto de nós ligados por conexões, que através de links colocados em nomes, frases, datas, leva o leitor a outros textos e sites com informações complementares sobre uma determinada realidade, mas que não necessariamente estão relacionados ao tema do texto de origem. Isso possibilita que cada leitor faça o seu caminho e a sua própria experiência.

Esta característica de certa forma subverte a leitura e a escrita. A relação autor-leitor se modifica. Antes era o autor que determinava o ritmo e o caminho da leitura. Ele era o senhor do texto, definindo a introdução, desenvolvimento e conclusão. O caminho já estava pronto, cabia ao leitor apenas segui-lo.

Com a chegada do hipertexto, esse conceito é radicalmente modificado. Ele caracteriza a escrita não-sequencial, na qual o leitor pode escolher seu próprio itinerário, através de um documento eletrônico. Funciona por associações, em que um item puxa outro item, encadeando-se ao próximo item, formando uma grande rede de conexão.⁷² Se essa sequência associativa oferece ao leitor a possibilidade de criar o seu próprio caminho, também pode levar ao distanciamento do tema inicial que motivou a navegação pela rede. Para Carr, isso prejudica a concentração, reflexão e contemplação, estimulando a perda da capacidade de pensamento profundo⁷³ do leitor/usuário.

O crescimento da internet, especialmente com o advento da web 2.0, consolidou esse modelo na contemporaneidade. Educadores e evangelizadores precisam saber sua missão no novo paradigma. A produção de conteúdo para o ambiente digital deve levar em consideração esse desafio: como oferecer um conteúdo denso, formativo, se o "usuário" perdeu a capacidade de concentração, reflexão e contemplação? Eis uma questão importante a ser refletida.

Outro desafio diz respeito exatamente ao caráter interativo da cultura midiática digital: os centros produtores de conteúdo estão pulverizados e as instituições

⁷¹ Hipertexto é um conceito criado no início dos anos 60 por Theodore Nelson, para exprimir a ideia de escrita/leitura não linear, em um sistema de informática.

⁷² LÉVY, P., *As tecnologias da Inteligência. O futuro do pensamento na era da informática*, p. 33. O autor explica: "Navegar em um hipertexto significa, portanto, desenhar um percurso em uma rede que pode ser tão complicada quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira.

⁷³ CARR, N. G. Op. cit. em BRAVO, C. B.; COSLADO, Á. B., *Uma geração de usuários da mídia digital*. In: APARICI, R. (Org.), *Conectados no ciberespaço*, p. 126.

já não detêm o poder do discurso em sentido único. As instituições precisam aprender a receber as contribuições e as críticas dos usuários, porque tudo pode ser questionado e todo conteúdo postado pode ser mudado a partir de um dos pontos da rede.

Sobre o assunto, Lévy vai dizer que no ciberespaço⁷⁴ há coordenações, mas não hierarquias, o que favorece, no entender do autor, a sinergia de inteligências em vista do bem comum. "É o ambiente perfeito para reconhecer e mobilizar as habilidades, experiências e competências de todas as personas".⁷⁵

A interatividade deixa explícito que a internet nasce e se desenvolve a partir do princípio da inteligência coletiva. A WWW é uma rede aberta, de compartilhamento de informação, que parte do princípio de que cada pessoa sabe algo que pode acrescentar a um projeto comum e, portanto, ninguém possui o conhecimento absoluto.

Sendo assim, o resultado positivo é a inclusão e possibilidade de participação de todos. Por sua vez, o negativo é a perda do controle sobre a propriedade intelectual (os direitos autorais ficam comprometidos), bem como muitos debates carecem de qualidade argumentativa, pela falta de conhecimento de seus interlocutores.

2.2.7. O empoderamento do indivíduo (EU.COM)

A cultura digital, com seus aspectos de circularidade e integração, desencadeou o nascimento do que em sua dissertação de mestrado esta pesquisadora intitulou de *EU.COM*.⁷⁶ Com o aumento de taxas de trocas entre desconhecidos através das redes tecnológicas, a revolução cultural provocada pelas TICs provocou um processo de reintermediação dos fluxos de comunicação. Esta realidade levou ao empoderamento do indivíduo comum e ao desempoderamento dos centros/instituições.

⁷⁴ O termo ciberespaço, utilizado por Lévy, encontra-se desatualizado, segundo o filósofo Luciano Floridi, por fazer entender que há duas esferas de existência: uma física e outra virtual. Ele defende a sua substituição pelo termo *infosfera*, por compreender que não há mais uma dualidade relacional entre o ambiente físico e o ambiente digital, tudo está interligado.

⁷⁵ LÉVY, P., *Cibercultura*. 1ª edição brasileira. São Paulo: Editora 34, 1997, p. 111-135.

⁷⁶ SOUZA, A. D. G., *A Igreja diante da cultura midiática digital: Desafios, caminhos, perspectivas*, p. 29-30.

A atividade nas redes de comunicação deixa de ser exclusividade dos profissionais. Na cultura digital, ela pode ser exercida por todas as pessoas que tenham a posse de um dispositivo móvel conectado à internet, transformando a experiência comunicativa do cidadão comum. O que antes era tarefa para poucos: “informar, denunciar, esclarecer fatos de interesse da sociedade, fotografar, produzir vídeos e *podcasts* [...] tornaram-se práticas do dia a dia de qualquer mulher e homem nas mídias sociais”.⁷⁷

Aqueles que antes eram somente público passivo, passam a protagonistas: na rede social digital, tudo que o indivíduo faz importa. De posse dessa “autoridade” conferida pela internet, cada usuário quer colocar sua opinião, interagir e questionar diretamente – com a mediação da Internet – produtores e gestores de conteúdo. Os antigos centros deixam de ser emissores/produtores/gerentes de conteúdo e se transformam em gestores da informação/debate de ideias. Estas, entretanto, fogem do seu controle e posse no momento em que “cai” na rede.

Os usuários utilizam os materiais disponíveis na internet (textos, vídeos, fotos, etc.) “para estabelecer conexões entre si, para mediar as relações sociais e dar sentido ao mundo em torno deles. Eles se empenham, tanto individual como coletivamente, no modelo de propagabilidade”.⁷⁸ E não o fazem simplesmente replicando conteúdos postados nas mídias tradicionais ou sociais. Mas transformam esse “material por meio de suas próprias críticas e comentários, de modo a melhor atender a suas próprias necessidades sociais de expressão.”⁷⁹ Isto faz com que o conteúdo circule de forma imprevista em diversas direções e contextos, com igualmente imprevistas interpretações e reações.

Na cultura do *EU.COM*, podem-se salientar oito atributos do sujeito: ele é infiel, inconstante, proativo, crítico, exigente, visual, multimídia e apressado. Squarisi assim define essas características⁸⁰:

1. Infiel, porque não segue apenas uma fonte de informação;
2. Inconstante, porque passa pelos sites e redes sociais, mas não necessariamente os lê com assiduidade;

⁷⁷ SILVA, A. A., Catequese digital. Por onde começar?, p. 146-147.

⁷⁸ JENKINS, H., Cultura da Conexão. Criando valor e significado por meio da mídia propagável, p. 354.

⁷⁹ JENKINS, H., Cultura da Conexão. Criando valor e significado por meio da mídia propagável, p. 354-355.

⁸⁰ SQUARISI, D., Manual de redação e estilo para mídias convergentes, p. 51.

3. Proativo, por não aceitar passivamente o que lhe é oferecido, buscando cada vez mais informações, em vez de ficar esperando chegarem até ele.

4. Receptivo a estilos não convencionais, é averso a “mesmices” e por isso é crítico, gostando de comentar matérias, postagens, programas;

5. Exigente, querendo receber a atenção de seus interlocutores, de quem espera uma resposta a suas publicações;

6. Visual, porque faz a primeira avaliação do conteúdo através do sentido da visão, sendo atraído pela beleza;

7. Multimídia, porque gosta de vídeos, fotos, áudios, animação e não somente textos;

8. Apressado, porque não têm tempo a perder com postagens longas e complexas, só chegando ao fim de uma mensagem se de fato ela lhe interessar.

O cenário cultural para que o *EU.COM* se estabelecesse na sociedade, entretanto, não nasce na cultura digital. Ele foi formado pelo humanismo moderno e pelo relativismo, que tornou o ser humano medida de todas as coisas. As opiniões e as histórias pessoais ganharam importância. O indivíduo ganhou liberdade e autonomia frente às instituições. Paradoxalmente, na sociedade que promove uma maior interação entre os indivíduos, cresce na mesma proporção o individualismo e o hedonismo.

É nesta lógica individualista/hedonista que tudo o que acontece com o indivíduo vira notícia na rede social. Aquilo que antes ficava restrito ao ambiente familiar e a alguns poucos amigos pode hoje ser visto e compartilhado com todo o mundo, literalmente, e em tempo real. A notícia é a pessoa: o que ela fala, faz, sente e pensa é muito importante.

2.2.8. Fragmentação e desterritorialização

O empoderamento do "eu" na cultura midiática digital quebra a estrutura de uma comunicação de massas, ideológica, que buscava utilizar a mídia para controle da sociedade e criação de uma cultura homogeneizada. O que não é de todo mau. O problema é que há muitos monólogos na rede digital, alimentados por uma “lógica de narciso”, respaldada na superexposição do indivíduo.

Há muitas pessoas dispostas a falar e poucas (ou nenhuma) a ouvir. O grande fluxo de ideias e opiniões, agrupadas em comunidades virtuais de interesse

comum, produz uma fragmentação cultural. Passa-se de uma “cultura de massa” para uma “cultura de nicho”.

Outras realidades da cultura midiática digital são a desterritorialização do conhecimento, dos relacionamentos e das comunidades de pertencimento. No mundo digital, o território não existe. Há a quebra de limites físicos de comunicação, informação e de pertença. Indivíduos espalhados pelo mundo podem estar unidos e pertencerem à mesma comunidade, porque seu “território” comum é a internet. Nesse “lugar” se encontram, interagem e se relacionam. É um espaço não físico que cria uma cultura reticulada, descentralizada, alicerçada em módulos autônomos.⁸¹

A natureza dessa cultura é a heterogenia: os usuários pertencem a diversas raças e tradições e acessam a rede de todas as partes do mundo. Assim, é comum atualmente duas pessoas que se considerem amigas passarem o dia juntas, sem estar no mesmo lugar físico (casa, bairro, cidade, estado ou país).

Através das redes sociais, acessadas por dispositivos móveis (*smartphones* e *tablets*), elas conversam com todos ao mesmo tempo. Compartilham experiências, sons, imagens, impressões, confidências, riem e choram juntas, podendo estar uma no Brasil e outra no Japão. A distância não é mais problema. As pessoas não se limitam mais a construir laços baseados no bairrismo, na nacionalidade, porque todas são cidadãs do mundo.

Mais um desafio para a Igreja, que é constituída por comunidades eclesiais localizadas dentro do território de uma paróquia, cujas atividades estão atreladas a um calendário fixo, determinado por dias e horas. O ambiente digital exige que a Igreja repense a estrutura paroquial para se inculturar nesse novo mundo. E a pandemia de Covid-19 demonstrou essa urgência.

Será necessário, por exemplo, adotar horários flexíveis para atendimento nas secretarias paroquiais; ampliar os canais de comunicação *on-line*; evitar as reuniões longas e exclusivamente presenciais, adotando um modelo híbrido, entre o presencial e o *on-line*; evitar os encontros prolixos e as metodologias sem interação; bem como adequar os horários das atividades pastorais às necessidades das

⁸¹ SANTAELLA, L., A autora defendeu esse ponto de vista em uma palestra ministrada na Universidade Federal de Pernambuco, em novembro de 2012, durante o 4º Simpósio Hipertexto e Tecnologias na Educação. Tema: “A hipermídia e a transmídia: as linguagens de nosso tempo”. Disponível no YouTube.

peças, mudando costumes e estilos, que visam mais à autopreservação da paróquia do que a evangelização.⁸²

A cultura digital rompe conceitos fixistas e estáveis, alterando o entendimento acerca dos limites paroquiais, que ficam sem delimitação geográfica e temporal.⁸³ Neste contexto, as relações em si são mais importantes que o território e determinam o sentido de pertença.

A comunidade de fé é ressignificada e segue a lógica do acesso: o pertencimento/participação da pessoa em uma comunidade não se interpreta mais pela localização geográfica de sua residência e sim por uma ambiência fluida em que só faz parte dela quem a ela tem acesso. Ao analisar a questão, Musso diz que "o ciberespaço dissolve o território, o corpo, mas também a memória e o estado",⁸⁴ porque a velocidade com que as informações chegam até as pessoas dão a impressão de que o planeta encolhe.

2.2.9.

Destemporalização, senso de urgência e instantaneidade

Outro fenômeno decorrente da mídiatização é a destemporalização: quebra de limites temporais de comunicação e informação, de relacionamentos e trabalho – de vida. Não existe passado ou futuro,⁸⁵ existe o agora: o passado pode se tornar "atual" a qualquer momento no *virtus*. Quando se conecta ao mundo virtual, o indivíduo vive sempre o presente. O passado, que está guardado *off-line*, está sempre pronto para ser acessado e tornado atual (*on-line*) num *click* ou passar de dedos. Passado e presente, e até mesmo o futuro, podem, então, ocupar o mesmo tempo "atual".⁸⁶

Tendo em vista este evento, há o que os estudiosos chamam de "ditadura do agora", que tira do ser humano a capacidade de esperar ou de se submeter a uma programação imposta pelo ambiente externo. Mais até do que o hoje, o agora é o

⁸² Comunidade de comunidades, n. 37 e 59.

⁸³ Comunidade de comunidades, n. 38.

⁸⁴ MUSSO, P., Ciberespaço, figura reticular da utopia tecnológica. In: MORAES, D. (org.), Sociedade Mídiatizada, p. 205.

⁸⁵ MORAES, A. O., Uma nova antropologia na era da Comunicação Social, p. 388.

⁸⁶ O conceito de "atual" substitui a noção de presente, passado e futuro. Antes da tecnologia digital, para se assistir a um programa de TV, por exemplo, era preciso estar diante do televisor na hora determinada pela emissora para a transmissão dele. Hoje não. O conteúdo que foi transmitido num determinado horário pode ser visto a qualquer hora, via internet, pois está acessível no site da emissora ou num canal do YouTube. Quem determina o horário de assistir é o espectador. Armazenado num espaço virtual, torna-se "atual" no momento em que um indivíduo quiser.

timing da cultura midiática digital: poder acessar tudo em tempo real e no momento em que se quer.

O tempo é agora e é imediato: compras pela internet, bancos *on-line*, bibliotecas *on-line*, filmes, programas e shows em canais digitais ao alcance do usuário num simples teclar do controle remoto, do mouse ou da tela do celular.

Uma importante mudança comportamental provocada por essa realidade no indivíduo contemporâneo é o estabelecimento de um certo "senso de urgência", que "exige" que tudo seja postado/compartilhado e respondido imediatamente ao fato ocorrido, muitas vezes sem a menor reflexão. Atualmente, as pessoas sofrem consequências pela postagem de informações e opiniões sem prudência, porque foram levadas a esse descuido pela ansiedade e a "necessidade" de postar um acontecimento imediatamente na rede.

O sentimento de necessidade é real, gera compulsão, e é fruto dessa nova cultura. Vive-se, por isso, numa sociedade estressada, que não dá conta do número de informações disponíveis e que acaba consumindo essas informações sem discernimento. Produz, em contrapartida, muita informação inútil, gerando o que hoje se chama de *infodemia*. Essa, por sua vez, permite o crescimento das notícias falsas (*fake news*), que são reproduzidas aos milhares nos sites e redes sociais de forma ideológica, ou, simplesmente, porque se deseja ser o primeiro a dar uma notícia e por isso não se verificou antes a fonte.

Também se pode notar o quanto esse "senso de urgência" leva à impaciência. Ao emitir uma mensagem a alguém, por exemplo, espera-se receber imediatamente a resposta. Sentem-se frustrados ou desrespeitados se a expectativa não é atendida. A cultura digital é caracterizada pelo instantâneo, porque é acentuada pela prioridade do tempo sobre o espaço.⁸⁷

Augé insiste em que essa comunicação produzida na velocidade da luz, reduz o domínio do tempo, e conseqüentemente, reduz, também, o espaço. É encurtada, ainda, a capacidade de memória e sensibilidade social, porque a superabundância de informação resulta num esquecimento frequente, até como forma de manter a saúde mental e evitar o estresse e a saturação do cérebro.

De acordo com Augé, percebe-se que um acontecimento que sensibilizou e chocou num determinado dia, pode ser na semana seguinte uma lembrança distan-

⁸⁷ AUGÉ, M., Sobre modernidade: do mundo tecnológico de hoje ao desafio essencial do amanhã. In MORAES, D. (Org.), Sociedade Miatizada, p. 105.

te, que já não move os sentimentos, nem desperta a atenção, sendo substituído por outra notícia mais recente. Guerras, crises econômicas, atentados, acidentes, catástrofes, violência... Não há tempo para o engajamento em ações efetivas de combate a esses males, pois se vai cada vez mais rápido rumo a algum lugar ou a lugar nenhum.⁸⁸

2.2.10. Telepresença e ubiquidade

Como resultado da desterritorialização e da destemporalização, o mundo digital trouxe uma nova forma de presença do indivíduo e das coisas, que é a telepresença. “Estar ausente” não é mais equivalente a “estar fora do alcance”,⁸⁹ porque não é mais necessário que o indivíduo esteja fisicamente num local para participar de uma atividade. Ele pode estar digitalmente presente em diversos lugares, pode interagir, ver, falar e agir à distância,⁹⁰ mediante um dispositivo móvel ligado à internet.

“A mídia digital é uma mídia da presença. A sua temporalidade é o presente imediato.”⁹¹ Esta perspectiva cria uma outra faceta dessa cultura: a suposição de disponibilidade real sem limites. Ou seja, uma pessoa pode ser contatada a qualquer instante, em qualquer lugar. Nesse mundo *on-life*, ninguém jamais fica fora ou distante; todos podem ser encontrados e acessados ao toque da tela do celular, através de um aplicativo de mensagens instantâneas, mesmo que estejam dormindo.

Bauman faz uma análise desse fenômeno, descrevendo-o como algo difícil do indivíduo pós-moderno evitar:

O advento do celular tornou possível a situação de alguém estar sempre à inteira disposição do outro; na verdade, trata-se de uma expectativa e de um postulado realista, uma demanda difícil de recusar, porque se supôs que sua satisfação, por fortes razões objetivas, era impossível. Pelas mesmas razões, a entrada da telefonia móvel na vida social eliminou, para todos os fins práticos, a linha divisória entre tempo público e tempo privado; entre espaço público e espaço privado; casa e local de trabalho; tempo de trabalho e tempo de lazer; “aqui” e “lá”. O proprietário de um

⁸⁸ AUGÉ, M., Sobre modernidade: do mundo tecnológico de hoje ao desafio essencial do amanhã. In MORAES, D. (Org.), Sociedade Miatizada, p. 104-105.

⁸⁹ BAUMAN, Z., 44 cartas do mundo líquido moderno, Carta 9, p. 44-47.

⁹⁰ MANOVICH, L., The Language of New Media, p. 165.

⁹¹ HAN, B. C., No ename. Perspectivas do digital, p. 35.

telefone celular está sempre e em toda parte ao alcance dos outros, está sempre “aqui”, sempre ao alcance da mão.⁹²

Além disso, outro fenômeno acontece: mesmo que não esteja *on-line*, o indivíduo continua presente no ambiente digital, através de seus dados. Por isso, dizer que se está *off-line* é “uma forma ultrapassada de considerar a individualidade num mundo digital artificial”,⁹³ porque os dados e algoritmos das plataformas continuamente alimentam e modificam seus perfis.

Essa ubiquidade, que a princípio foi recebida com certa euforia, pois diminuíram as distâncias entre os indivíduos, notadamente entre as famílias, provou ao longo dos anos cobrar um preço caro à saúde mental. Causa estresse social e leva a repensar o limite das relações humanas e de trabalho.

As pessoas se tornaram escravas da telepresença e se passou a acreditar que o melhor desempenho humano estava relacionado a estar sempre conectado, sempre acessível, sempre disponível, ou seja, quando a pessoa age como uma máquina.

Os dispositivos móveis, com aplicativos de mensagens e e-mails acoplados trouxeram o ambiente de trabalho para a palma da mão. Além de familiar, outra dimensão do indivíduo ficou refém da telepresença: a experiência religiosa, pois nem mesmo em uma missa ou culto se está distante do trabalho. Em casa, na praia, no jogo de futebol, no teatro, na sala de aula ou na capela, as pessoas podem ser encontradas e acessadas.

Não há mais um lugar em que se esteja desconectado, a não ser que ali não exista sinal de telefonia móvel ou 4G, ou mesmo se desligue o dispositivo. Porém, essa desconexão é ilusória e momentânea, porque bastará entrar numa área com conexão, ou se ligar o dispositivo, para receber todas as mensagens enviadas anteriormente para ela.

O homem e a mulher pós-modernos são hiperconectados e pessoas sem tempo. Vive-se na atualidade como que uma síndrome do ser humano ativo, uma absolutização do “ser ativo”, sob o “imperativo neoliberal do desempenho, que transforma todo tempo em tempo de trabalho”⁹⁴, até mesmo as “pausas”, que significam apenas uma fase do tempo do trabalho. Isso gera, além do esgotamento

⁹² BAUMAN, Z., 44 cartas do mundo líquido moderno, Carta 9, p. 44.

⁹³ ACCOTO, C., O mundo dado. Cinco breves lições de filosofia digital, p. 160.

⁹⁴ HAN, B. C., No Enxame. Perspectivas do digital, p. 64.

físico e mental, uma espécie de cansaço existencial que, de certa forma, torna-se libertador, porque assemelha-se a uma vontade de não fazer.⁹⁵

2.2.11. Nova arena pública

A internet é uma grande arena pública. Muitos problemas hoje enfrentados pelas pessoas advêm dessa realidade, nem sempre bem compreendida. Ela é um espaço onde todos têm livre acesso, para entrar e sair e onde o público e o privado se misturam.

Na rede digital, tudo o que se vê, escreve-se, ouve-se; a opinião que se dá, a foto ou vídeo que se posta, poderá ser visto por milhões de pessoas, em qualquer parte do planeta, desde que estejam ligadas à sua rede de relacionamentos ou à rede de seus contatos. Uma vez publicado algo, não há como impedir que seja visto e compartilhado nessa arena. E mesmo que se apague a postagem, seu rastro permanecerá e poderá ser recuperado por quem domina os códigos do sistema. No ambiente digital, "a privacidade submete-se à ditadura dos interesses individuais. Privatiza-se o público e socializa-se o privado".⁹⁶

Alguns internautas, equivocadamente, presumem-se seguros em sua rede social, porque permitem a visualização de seus conteúdos só pelos "seus amigos". Porém, esquecem-se de que seus amigos têm amigos, que recebem notificações de tudo o que ele curte ou compartilha.

Apesar de todos os riscos, na nova arena, importa mais ser visto do que se saber o porquê se faz tal coisa, o que se está pensando, desejando, sonhando, ou que alegra e entristece quando se fazem determinadas ações.

2.2.12. Nova religiosidade

A midiatização da sociedade afeta a experiência religiosa. Pode-se constatar isso desde o advento dos meios lineares e a comunicação de massa (rádio, tv e cinema). Nos ambientes digitais, vê-se que a fé praticada indica uma mudança também na experiência religiosa do fiel, que está mais fluida e dispersa.

⁹⁵ HAN, B. C., *Sociedade do Cansaço*, p. 73. Byung Chul-Han baseia sua reflexão no pensamento de Peter Handke, autor de "Ensaio sobre o cansaço".

⁹⁶ FAXINA, E.; GOMES, P. G., *Mediatização – um novo modo de ser e viver em sociedade*, p. 22.

Num breve "passeio" pela internet é possível perceber a grande quantidade de oferta religiosa que pode ser encontrada e consumida sem dificuldade. Ao se digitar a palavra "deus" no buscador do google é possível encontrar milhões de respostas diferentes. Basta escolher uma que mais agrade. Ou se pode escolher até mesmo mais de uma. Ficam três perguntas nesse contexto: 1. Estaria Deus ao alcance do mouse? 2. Deus está em oferta na rede? 3. Qual Deus seria esse?

Desde o advento da pós-modernidade, a religiosidade difusa e efêmera está em pleno crescimento. Muito se falou de "supermercado da fé", em referência à quantidade de opções que se encontrava no mundo pós-moderno e que se multiplicou e se tornou mais acessível na internet. O pluralismo é uma palavra em alta e retrata uma realidade marcada pela diversidade de pensamento e a liberdade humana de construir suas ideologias e sistemas de crenças, independente das instituições.

A articulação da religião passa a ser global, sem fronteiras e sem território, sem ser, contudo, universal e única, como intenciona as religiões monoteístas. Ela depende das forças mercantis da oferta e da procura, devendo adaptar-se às novas situações e às novas demandas – o mercado transformou a religião em grande negócio e a religião descobriu no mercado uma maneira de sobreviver e se expandir.

A sociedade passa por uma crise de valores e identidade, que favorece as religiões menos dogmatizadas. Crescem o número de seitas e novos movimentos religiosos. Ao estudar o fenômeno religioso hoje, não se pode deixar de lado essa questão crucial. É preciso perguntar-se pelo sentido e pela dimensão transcendente da existência; investigar o que, no ambiente digital, os homens podem autenticamente chamar de “deus”.

Sobre essa questão, a Igreja e os teólogos se debruçam hoje. A nova consciência religiosa apresenta inúmeros desafios. Ela está mais difusa e relacionada com a subjetividade existencial da pessoa do que nunca visto antes na história. O ser humano quer ter acesso direto a Deus, sem mediação doutrinal ou hierárquica, desfazendo-se dos modelos tradicionais. Os aspectos já citados da destemporalização, a cultura do efêmero, o descompromisso, a desterritorialização, desembocam em experiências religiosas diferentes das religiões históricas.

Vê-se a religião se transformar a cada dia em assunto particular e individual, com escolhas segmentadas e autônomas, plurais e diversificadas, como aquela imagem do supermercado já citada, no qual se escolhe e coloca-se no carrinho os

elementos que interessam particularmente e elimina-se, ou simplesmente ignora-se os que não interessam. Esta autonomia do ser humano transforma a religião num lugar de trânsito.

O indivíduo vai assim substituindo o Deus Trinitário, bíblico, pelo deus *light*. O Deus bíblico impulsiona o ser humano a ser sujeito transformador da história, enquanto o deus *light* não o questiona, é inebriante e o faz experimentar sensações que “elevam a alma” de forma desencarnada. Esse “deus” é mais interessante ao homem e à mulher pós-modernos, porque foi criado a imagem e semelhança do ser humano, para preencher o seu vazio e satisfazer seus desejos de bem-estar. Nesse sentido, é tão fragmentado quanto ele.

O ambiente digital acaba por beneficiar a vivência de um neopaganismo, onde se cultua um *deus* que corresponde aos desejos do indivíduo, que constitui, assim, a sua prática religiosa; em geral, marcada pelo individualismo e intimismo, onde nada é absoluto, tudo é relativo. Nessa situação, o cristianismo passou a ser visto apenas como uma das respostas possíveis.

2.2.13. Convergência e conexão

A internet favoreceu a passagem das mídias lineares, com público passivo, para as redes e mídias sociais, participativas e interativas. No novo ambiente, a comunicação é convergente: todas as mídias tendem à digitalização. A convergência, na compreensão de Henry Jenkins, é o “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação”.⁹⁷

O autor retrata a convergência midiática como um processo que designa transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais. São múltiplas plataformas de mídia que criam o ambiente comunicacional – vídeo, foto, áudio, texto, arte –, tudo no mesmo conteúdo e ao mesmo tempo.

Apesar de envolver processos tecnológicos, Para o pesquisador, a convergência não se resume a eles. A convergência “representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos”.⁹⁸

⁹⁷ JENKINS, H., Cultura da Convergência, p. 29.

⁹⁸ JENKINS, H., Cultura da Convergência, p. 29-30.

O fenômeno da convergência está amplamente ligado à participação e à interação. Ela não ocorre dentro das plataformas apenas. Antes, acontece na mente dos usuários e em sua rede de interações sociais.

Uma implicação direta desse movimento é que o ser humano se torna cada vez mais multimídia. Para despertar sua atenção, é necessário atingi-lo através das diversas plataformas, o que exige entendimento sobre as linguagens dos meios.

A conexão é outro aspecto interessante. Na cultura digital, o alcance de uma mensagem é medido por suas conexões, que estão intimamente ligadas ao engajamento das mídias. Gerar conexões é o melhor dos mundos em termos de comunicação na cultura digital.

A conexão entre os indivíduos se realiza por uma lógica social e práticas culturais. Ela que define o que as pessoas compartilham e a que redes pertencem ou “se conectam”. Pelas conexões, pode-se mensurar o sucesso ou fracasso de uma mídia (entendendo mídia como um conteúdo/produto postado na rede) e a capacidade de se gerar participação cultural e política.

É relevante conhecer os movimentos da conexão, principalmente se quer difundir uma ideia ou promover uma experiência na cultura digital. Mais ainda se tem a missão de propagar o Evangelho no novo ambiente. Afinal, de nada adianta encher a rede de conteúdo de cunho religioso, se não for acessado. Não se atingirá o propósito de mudança cultural e social por meio dos valores cristãos.

2.3.

O bios e o ethos digital

Em *Ética a Nicômaco*, Aristóteles distingue três âmbitos nos quais se desenrolam as ações humanas, três esferas de existência nas quais o ser humano se move:

- *O bios apolaustikos*: esfera dos sentidos, a esfera dos prazeres, a vida prazerosa;
- *O bios theoretikos*: esfera do conhecimento, a vida contemplativa; e
- *O bios politikos*: esfera da política, das relações sociais.

Muniz Sodré, em seu livro *Antropológica do Espelho*, explica que tomou de Aristóteles a noção de *bios* para qualificar a nova ambiência criada pelas mídias digitais, acrescentando a eles mais um gênero de existência: o *bios* midiático, vir-

tual.⁹⁹ O sociólogo endossa que se está diante de uma nova ecologia simbólica, que cria também um novo *ethos*, que ele chama de midiático/midiatizado. Nele reside e se relaciona o ser humano que Vicente Goscila chama de "*Homo media*", um indivíduo que "não está somente entre os meios de comunicação, mas interfere com eles e neles interfere".¹⁰⁰

Sodré acrescenta que o *bios* é feito de afeto: sentir, ver, ouvir e o *ethos* é a atmosfera afetiva (emoções, sentimentos, atitudes) em que se movimenta uma determinada formação social.

Da mídia para o público não parte apenas influência normativa, mas principalmente emocional e sensorial, com o pano de fundo de uma estetização generalizada da vida social, onde identidades pessoais, comportamentos e até mesmo juízos de natureza supostamente ética passam pelo crivo de uma invisível comunidade do gosto, na realidade o gosto "médio", estatisticamente determinado.¹⁰¹

O *bios* virtual é uma dimensão existencial atravessada pela técnica, que transforma as noções de espaço e de tempo. Em termos práticos, o que significa essas mudanças: que a mídia redefine as relações sociais e pauta a vida das pessoas – o que eles sentem, o que fazem, o que pensam, o que gostam, como se relacionam, como trabalham, como vivem.

O *ethos* é explicitado pelos costumes, hábitos, regras e valores, que regulam o senso comum. Como a internet se tornou um referencial do mundo exterior¹⁰² para o ser humano de hoje, quem ou o que não está na internet não existe, não é reconhecido. A interação entre as pessoas e as instituições passou a ser mediada pelas mídias digitais. Desse modo, desenvolvem-se novos modos de autorrepresentação social, com um novo regime de visibilidade pública.

O *ethos* midiático caracteriza-se pela manifesta articulação dos meios de comunicação e informação com a vida social. Ou seja, os mecanismos de inculcação de conteúdos culturais e de formação das crenças são atravessados pelas tecnologias

⁹⁹ SODRÉ, M., Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede, p. 21-27.

¹⁰⁰ GOSCIOLA, V., Roteiro para as novas mídias. Caput in PUNTEL, Joana. Cultura Midiática e Igreja – Uma nova ambiência, p. 114.

¹⁰¹ SODRÉ, M., Eticidade, campo comunicacional e midiática. In: MORAES, Dênis de (org.). Sociedade midiática, p. 23.

¹⁰² NUNES, M.; Vidal; OLIVEIRA, C. T. F., Cidadania e cultura digital: Apropriações populares da internet, p. 87.

de interação ou contato. Passamos a acreditar naquilo que se mostra no espelho industrial.¹⁰³

Essa interatividade implica um processo gradativo de apropriação de tecnologia da comunicação pelos usuários. Houve uma revolução no conceito de comunidades, que agora são comunidades digitais, virtuais, unidas por uma rede global. O indivíduo conectado à rede digital já mora na *infosfera*,¹⁰⁴ porque, como já citado, não deixa nunca de estar *on-line*, graças aos dispositivos móveis.

Esse novo *ethos* é marcado por uma nova forma de existência do sujeito, o *bios* midiático. Surge o humano mediatizado, com uma identidade fragmentada e múltipla, que habita num novo mundo: o *virtus* – um real digital, não físico. "Da vida como espectro, da vida como quase presença das coisas. É real, tudo que se passa ali é real, mas não da mesma ordem da realidade das coisas".¹⁰⁵ Aqui se encontra um dos aspectos mais desafiantes para o homem e a mulher nascidos na era analógica e que hoje vivem na era digital: compreenderem que o fato de algo não existir fisicamente não significa que não exista realmente.

Ao descrever um outro *bios* e uma outra ambiência, reconhece-se que o mundo virtual é um espaço que precisa ser considerado, pois traz consigo um conjunto de valores que "gera, administra, sustenta, desenvolve e ancora todos os aspectos da vida/sociedade"¹⁰⁶ conhecidos. Assim, muda-se inteiramente o foco da análise e da prática. Agora, não se trata de estudar as técnicas que definem as formas de uso dos meios de comunicação, mas sim a evangelização da cultura: "*Da e na* comunicação" e "*do e no* mundo virtual" e a existência da Igreja na nova realidade, onde o poder e o valor da imagem são superiores ao da substância das coisas. "Aceitar a comunicação como cultura requer uma mudança de mentalidade, de métodos de ação. [...] mudaram as formas de trabalhar, de produzir".¹⁰⁷

Sodré argumenta que a sociedade contemporânea rege-se pela mediatização.¹⁰⁸ Hoje, um pequeno boato publicado na internet, ou transmitido por mensa-

¹⁰³ SODRÉ, M., A interação humana atravessada pela mediatização. Entrevista à *ihuonline*. Artigo digital.

¹⁰⁴ Sobre o termo, ver nota 104.

¹⁰⁵ JÚNIOR, G., Entrevista com Muniz Sodré. Especial Revolução Genômica. Revista de Pesquisa FAPESP, p. 78.

¹⁰⁶ PUNTEL, J., Cultura Midiática e Igreja – Uma nova ambiência, p. 113.

¹⁰⁷ PUNTEL, J., Cultura Midiática e Igreja – Uma nova ambiência, p. 111.

¹⁰⁸ SODRÉ, M., Eticidade, campo comunicacional e mediatização. In: MORAES, Dênis de (org.). Sociedade mediatizada, p. 20. O processo de mediatização é aquele no qual as tecnologias, as técni-

gem nos dispositivos móveis, pode sair do ambiente restrito de uma casa, um bairro, um povoado e repercutir em todo o planeta. Este fenômeno é crível graças à midiaticização da sociedade e à difusão das redes sociais.

Quando se fala em midiaticização, o autor não se refere à mídia enquanto instrumento, enquanto meio de comunicação, mas também, e especialmente, aos seus processos. O estudo da midiaticização é feito levando em conta o seu contexto na sociedade, como elemento de transformação. Portanto, disserta-se sobre processos que acontecem mesmo quando não se está propriamente utilizando um meio de comunicação, porque numa sociedade midiaticizada, tudo o que se faz passa a se organizar segundo a lógica da mídia.

Para Sodré, midiaticização é

[...] uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processo informacional, a reboque de organizações empresariais e com ênfase num tipo particular de interação – a que poderíamos chamar de ‘tecnointeração’ –, caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada *medium*.¹⁰⁹

O pesquisador afirma que as tecnologias digitais, ligadas à internet, potencializam esse processo, pois os protocolos,¹¹⁰ que seguem a lógica midiática e mercadológica incidem sobre as relações sociais. Vive-se um processo de "internetização", ou seja, um tempo em que tudo (marca, produto, serviço, instituição ou pessoa) “deve” estar na internet para existir. Por conseguinte, sobressai o princípio da "visibilidade": tudo “deve” ser visto, fotografado, registrado, compartilhado, comentado.

Para apreender o que é midiaticização da sociedade, é preciso abarcar que a mídia é parte integrante de um conjunto social mais amplo. "Longe de pensar 'mídia e sociedade' como se fossem dois elementos separados, falar em 'midiaticização da sociedade' significa pensar que a ligação entre os dois não pode ser desfeita."¹¹¹ Esta colocação fica clara ao perceber que "no mundo contemporâneo, uma boa

cas, as lógicas, as estratégias e as linguagens das mídias passam a fazer parte das dinâmicas dos vários campos sociais.

¹⁰⁹ SODRÉ, M., Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede, p. 21.

¹¹⁰ Protocolo é o conjunto das informações, decisões, normas e regras definidas a partir de um ato oficial. Mas "protocolos", na cultura digital, é a "língua" dos computadores, ou seja, uma espécie de idioma que segue normas e padrões determinados. É através dos protocolos que é possível a comunicação entre um ou mais computadores.

¹¹¹ MARTINO, L. M. S., Teoria das Mídias Digitais. Linguagens, ambientes e redes, p. 238.

parte dos processos sociais, do namoro às práticas religiosas, acontece nos ambientes midiáticos".¹¹²

Segundo Sodré, midiatização é diferente de mediação, que também se difere de interação. Além de esclarecer que interação é um dos níveis operativos do processo mediador, o autor traz a seguinte contribuição:

Toda e qualquer cultura implica mediações simbólicas, que são linguagens, leis, artes, etc. Está presente na palavra mediação o significado da ação de fazer parte ou fazer comunicarem-se duas partes (o que implica diferentes tipos de interação), mas isto é na verdade decorrência de um poder originário de discriminar, de fazer distinções, portanto, um lugar simbólico, fundador de todo conhecimento. A linguagem é por isso considerada mediação universal.¹¹³

Em *Aetatis Novae*, o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais pronunciou-se sobre esse processo, asseverando que as pessoas "não só transmitem e recebem informações e ideias por estes instrumentos, mas com frequência identificam a própria vida com a experiência mediática".¹¹⁴ Esta afirmação vem ao encontro do pensamento de Sodré, que confirma ser o ambiente midiático não uma simples cópia do ambiente físico, ou seu reflexo, mas sim "numa nova forma de vida, com um novo espaço e modo de interpelação coletiva dos indivíduos, portanto, outros parâmetros para a constituição das identidades pessoais".¹¹⁵

Este ambiente possui um grande potencial de transformação da realidade vivida, "com características particulares de temporalidade e espacialização".¹¹⁶ Este potencial não deve ser confundido, com manipulação ideológica. É sabido que a linguagem não é apenas designativa, mas é também produtora de realidade. "Não há *ethos* sem um ambiente cognitivo que o dinamize, sem uma unidade dinâmica de identificações do grupo, que é o seu modo de relacionamento com a singularidade própria, isto é, a cultura".¹¹⁷

¹¹² MARTINO, L. M. S., *Mídia, religião e sociedade – Das palavras às redes digitais*, p. 35.

¹¹³ SODRÉ, M., *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*, p. 21.

¹¹⁴ AN 2.

¹¹⁵ SODRÉ, M., *Eticidade, campo comunicacional e midiatização*. In: MORAES, Dênis de (org.). *Sociedade midiatizada*, p. 23.

¹¹⁶ SODRÉ, M., *Eticidade, campo comunicacional e midiatização*. In: MORAES, Dênis de (org.). *Sociedade Midiatizada*, p. 23.

¹¹⁷ SODRÉ, M., *Eticidade, campo comunicacional e midiatização*. In: MORAES, Dênis de (org.). *Sociedade Midiatizada*, p. 46.

Com uma ambiência estruturada com códigos próprios, no ambiente digital acontecem as interpretações simbólicas do mundo, constituindo uma instância de regulação das identidades sociais e individuais.

2.4. O *homo digitalis*

Uma perspectiva de mudança de época como a que se está vivendo gera uma nova antropologia e um novo humanismo. A construção da subjetividade individual está hoje totalmente atravessada pelas tecnologias digitais. Já se debate sobre o “*homo digitalis*”.

Moraes explica que com a mudança das estruturas de convivência e dos sistemas de coligações, que superam lugares, tempos e momentos, há uma nova configuração da sociedade, nas quais as relações agora acontecem comunicativamente.

Para o ser humano deste tempo, “tudo se baseia no saber perspectivamente”. Nesse mundo baseado na tecnologia digital, alargam-se as possibilidades do ser humano. Nasce um novo ser humano, “um novo modo de comunicar e de ser no mundo”. “Vivemos uma revolução em ato: uma nova qualidade de ser humano, uma outra raça, um outro modo de estar em pé e de compreender, uma nova estrutura mental, uma outra disposição à ação e à participação”.¹¹⁸

Um rápido olhar para a história mostra que o século XIX foi determinado pela revolução da informação, que levou o ser humano a conquistar liberdades essenciais em diversas partes do mundo. Na história da emancipação humana, o acesso à informação e aos processos comunicacionais são inseparáveis, porque a liberdade de informação leva ao conhecimento e desenvolvimento do espírito crítico. Neste cenário, duas realidades vêm à tona: a igualdade entre os indivíduos e a legitimidade do diálogo. Essas são duas faces de uma mesma moeda, que podem ser salvas ou perdidas, mas o serão sempre juntas.

O século XX foi caracterizado pela vitória da informação, com o desenvolvimento da internet e a difusão da rede de computadores pelo mundo, conectando pessoas, instituições e colocando à disposição pública uma infinidade de conteú-

¹¹⁸ MORAES, A. O., Uma nova antropologia na era da Comunicação Social, p. 386.

do. O mundo se tornou mais tecnicista. As relações humanas passaram a ser mediadas, cada dia mais, pelos meios tecnológicos. As mediações pré-digitais¹¹⁹ vão sendo pouco a pouco tomadas pelos *media*.

O século XXI nasce na efervescência da cultura midiática e na consolidação e crescimento das tecnologias digitais que criam, como já mencionado, novas esferas de existência. Nos ambientes comunicacionais, físicos e digitais, os indivíduos ganham infinitas possibilidades de coabitação de ideias e pontos de vistas diferentes. Ao mesmo tempo em que se alargam os horizontes (sociedade globalizada), tem-se a sensação de que se vive num mundo cada vez menor, onde se sabe tudo o que acontece em qualquer parte do planeta, em questão de segundos.

O *homo digitalis*, o ser humano formado por essa nova cultura, possui características que o diferencia de seus antepassados. Segundo Moraes, ele é “mais icônico que lógico; mais instantâneo que processual; e mais informatizado que comunicado”.¹²⁰

A posse de um dispositivo móvel de comunicação integrado à internet confere ao indivíduo uma sensação de “liberdade” nunca antes vivida. Ele está aqui, sem estar preso a este lugar. Estando com o seu celular, ele nunca está fora ou longe. Está sempre dentro, porém, nunca “trancado”, “preso” num único ambiente. “Encasulado numa teia de chamadas e mensagens, você está invulnerável. As pessoas a seu redor não podem rejeitá-lo e, mesmo que tentassem, nada do que realmente importa iria mudar”.¹²¹

Essa sensação de liberdade extrema diminui de certo modo o seu comprometimento pessoal e institucional. Não importa onde se está, quem são as pessoas à sua volta e o que está fazendo nesse lugar físico, porque você pode sair, “fugir” dali ao toque do seu celular. A diferença entre o lugar onde se está fisicamente e os lugares onde se encontram suas conexões foi suprimida. “Dentro da rede, você pode sempre correr em busca de um abrigo quando a multidão à sua volta ficar delirante demais para o seu gosto”.¹²²

¹¹⁹ Entende-se por mediações pré-digitais as gestualidades, comportamentos não verbais, a linguagem oral, o encontro face a face.

¹²⁰ MORAES, A., O. Uma nova antropologia na era da Comunicação Social, p. 386.

¹²¹ BAUMAN, Z., Amor Líquido. Sobre a fragilidade dos laços humanos, p. 78.

¹²² BAUMAN, Z., Amor Líquido. Sobre a fragilidade dos laços humanos, p. 79.

Portanto, o sujeito midiático está diante de uma geração autopropulsora, que não precisa de comandantes, porta-vozes, informantes, autoridades. É, também, uma geração fragmentada.

Antes da pós-modernidade, a realidade pessoal se constituía por aquilo que cada pessoa era, isto é, em base do próprio “ser” ou às próprias capacidades naturais. De certo modo, era a própria natureza, o ambiente no qual se vivia, a predispor um processo de formação-identificação e a definir aquilo que cada um se tornava. Na situação atual, é a troca de notícias, a informação, que constitui a pessoa. As informações que recebe modelam o próprio modo de pensar, o modo de viver, determinando aquilo que se é.¹²³

De posse de dispositivos que possibilitam uma comunicação ubíqua, universalista, o ser humano se entende também múltiplo e pluralista. A pessoa tem acesso às formas de viver e pensar diversas daquelas às quais está ligada fisicamente, dilatando a sua consciência pessoal.

Para Moraes, este aspecto leva o indivíduo a “sentir-se protagonista e participante da vida do mundo” e desenvolve nele certo sentido de responsabilidade. Essa realidade, porém, também tem uma consequência desafiante: a perda da sensibilidade. Ela acontece, de acordo com o autor, porque “o ser humano está ficando tão habituado a todas as coisas que está perdendo a capacidade de escandalizar-se diante de episódios de maldade ou de injustiça social”.¹²⁴

A tendência universalista, se de um lado é um elemento positivo que permite ampliar sem medidas os horizontes da pessoa, de outro pode conduzi-la, porém, a um tipo de reducionismo que cria novas fronteiras de tipo psicológico [o universo vivido dentro das quatro paredes de casa], ou que transforma a relação com a realidade em pura curiosidade informativa [o universo transformado numa série de dados e informações recebidas] ou que conduz a uma amorfa passividade [a realidade como acúmulo de dados recebidos passivamente sem nenhuma avaliação crítica e envolvimento emotivo].¹²⁵

Tendo em conta essa assertiva, conclui o autor, o *homo digitalis* tem como um de seus grandes problemas o viver um isolamento voluntário, fechado em uma “bolha informacional”, que o levará a uma situação de miséria espiritual.

¹²³ MORAES, A. O., Uma nova antropologia na era da Comunicação Social, p. 386-387.

¹²⁴ MORAES, A. O., Uma nova antropologia na era da Comunicação Social, p. 387.

¹²⁵ MORAES, A. O., Uma nova antropologia na era da Comunicação Social, p. 388.

A infodemia¹²⁶ ao qual está vulnerável e que o coloca numa situação de exaustão, tirando-lhe a capacidade de discernimento entre o que é importante e o que não é para a sua experiência humana e para o desenvolvimento da sociedade. “Tende, simplesmente, a assimilar tudo ou a usar como critério de escolha o ‘espetacular’, onde não é a qualidade da informação a envolver, mas sim, sua demonstração”.¹²⁷

Sob este ponto, Byung-Chul Han é muito crítico, defendendo que os seres humanos sofrem uma “desprogramação” na cultura digital, sem que se possa “compreender inteiramente essa mudança radical de paradigma”, como que se estivesse embriagado. Afirma o autor: “Arrastamo-nos atrás da mídia digital, que, aquém da decisão consciente, transforma decisivamente nosso comportamento, nossa percepção, nossa sensação, nosso pensamento, nossa vida em conjunto”.¹²⁸

Como visto anteriormente, o *homo digitalis* não vê o celular como um meio de comunicação apenas, mas como uma extensão de sua humanidade, essencial à sua vida social e à sua existência. É fato que o ambiente virtual oferece condições de relacionamentos reais. No exemplo apontado, quando uma pessoa se relaciona com outra por meio da internet, não se pode assegurar que isso não seja feito de forma real.

Afinal, essas pessoas existem e estão de fato se relacionando, com a mediação de um computador ou de um aplicativo acessado através de um dispositivo móvel. Mas um aspecto que atualmente preocupa psicólogos e sociólogos – e tem sido objeto de estudos científicos –, é a forma como as mediações feitas pelas tecnologias digitais está mudando os relacionamentos na sociedade e a autoidentidade das pessoas imersas na cultura digital.

Verifica-se que ao mesmo tempo em que encurtam distâncias e facilitam a comunicação interpessoal, as novas tecnologias têm contribuído para que os relacionamentos se tornem cada vez menos sólidos e duradouros. Os laços que unem as pessoas nas novas redes de relacionamento criadas pelas novas tecnologias são fluidos, porque geralmente formados a partir de interesses, temas e valores compartilhados, que podem deixar de ser interessante para a pessoa de um dia para outro. No mundo das redes e mídias digitais, é a quantidade de conexões (“rela-

¹²⁶ Infodemia é um neologismo que define o excesso de informação ao qual o indivíduo é exposto diariamente na cultura digital.

¹²⁷ MORAES, A. O., Uma nova antropologia na era da Comunicação Social, p. 388.

¹²⁸ HAN, B. C., No enxame. Perspectivas do digital, p. 10.

cionamentos") e não sua qualidade, que faz toda a diferença para que o indivíduo seja considerado um sucesso ou um fracasso.

Bauman observa que "a realização mais importante da proximidade virtual parece ser a separação entre comunicação e relacionamento",¹²⁹ porque a capacidade dos equipamentos eletrônicos de multiplicar encontros entre indivíduos tornam os relacionamentos breves, superficiais e sobretudo descartáveis. A partir dessa interpretação de Bauman, um relacionamento virtual não necessariamente precisa se concretizar no ambiente físico, gerando uma fluidez e flexibilidade na relação. Não se exigem laços estabelecidos de antemão, nem seu posterior estabelecimento ou ligações exclusivas.

Por esse motivo, é fácil uma pessoa acumular mais de dois mil "amigos" na sua rede, assim como com a mesma facilidade pode-se desfazer a "amizade" com qualquer uma dessas pessoas num clique. Basta realizar um comando, excluí-la de seu perfil e/ou bloquear o seu acesso. Ambos são feitos sem o menor constrangimento, ou necessidade de explicações, porque esse vínculo virtual não gera basicamente um vínculo físico ou afetivo, nem evoca um compromisso a longo prazo.

"O outro lado da moeda da proximidade virtual é a distância virtual: a suspensão, talvez até anulação, de qualquer coisa que transforme a contiguidade topográfica em proximidade".¹³⁰ As tecnologias suprem a necessidade de companhia do indivíduo, ao mesmo tempo que o protege de estabelecer vínculos muito próximos com as pessoas, permitindo que se mantenha na linha de conforto do seu individualismo. "A proximidade não exige mais a contiguidade física; e a contiguidade física não determina mais a proximidade".¹³¹

Esta característica também evidencia a vivência de uma fé não institucional, sem comunidade, voltada para a satisfação pessoal. Muitas pessoas acreditam em Deus, declaram-se católicas, mas não se encaixam em nenhuma comunidade territorial. A cultura digital não é totalmente atea, mas também não é religiosa.

Apesar de se constatar muita religiosidade, especialmente por via midiática, evidencia-se uma adesão parcial à fé cristã. Está em crise o sentimento de pertença à comunidade e o engajamento na paróquia. Afetivamente, há pessoas mais ligadas a expressões religiosas veiculadas por mídias católicas. [...] Embora seja indispensá-

¹²⁹ BAUMAN, Z., Amor Líquido. Sobre a fragilidade dos laços humanos, p. 82.

¹³⁰ BAUMAN, Z., Amor Líquido. Sobre a fragilidade dos laços humanos, p. 81.

¹³¹ BAUMAN, Z., Amor Líquido. Sobre a fragilidade dos laços humanos, p. 81.

vel o trabalho de religiosos católicos nas mídias, entra em questão o vínculo e a pertença possibilitados por essa nova modalidade de viver a fé.¹³²

Por certo, "estar conectado é menos custoso do que estar engajado".¹³³ Os relacionamentos numa rede digital não exigem um ritmo específico, cada um estabelece o seu ritmo não fazendo mais sentido estar preso a uma programação estabelecida por uma instituição/autoridade. Pode-se "desconectar" sempre que achar necessário e só retornar o contato quando for conveniente. Como os vínculos são estabelecidos devido às necessidades de momento, que podem mudar num instante seguinte, aquele "comprometimento" anterior perde o sentido.

Com relação à autoidentidade, sociólogos como Bauman perceberam que, na atualidade, o que mais importa para os jovens é preservar a capacidade de *remodelar* a "identidade" e a "rede" no momento em que surge uma necessidade (ou um capricho) de refazê-las, ou quando se suspeita que essa necessidade já tenha surgido.

Segundo Bauman, na sociedade atual, marcada por relacionamentos líquidos, não era de se estranhar que também o relacionamento com a própria identidade fosse alterado.

A preocupação dos antepassados com a própria identificação, exclusiva e única, tende a ser deslocada pela preocupação com uma reidentificação perpétua. As identidades devem ser descartáveis; uma identidade insatisfatória, ou não suficientemente satisfatória, ou uma identidade que denuncia a idade avançada, deve ser facilmente abandonável; a biodegradabilidade talvez seja o atributo ideal da identidade mais desejável nos nossos dias.¹³⁴

2.5. Novas temáticas para estudos sistemáticos-pastorais

Haveria muito a se falar sobre o *homo digitalis*, em particular em questões de ética, moral e bioética. Este é um campo de estudo aberto à pesquisa de teólogos sistemáticos. Na filosofia e nas ciências médicas e biológicas já existe um grupo sólido de pesquisadores que se debruçam sobre questões que ultrapassam

¹³² Comunidade de comunidades, n. 27.

¹³³ BAUMAN, Z., Amor Líquido. Sobre a fragilidade dos laços humanos, p. 82.

¹³⁴ BAUMAN, Z., 44 cartas do mundo líquido moderno, Carta 4, p. 24.

esse primeiro entendimento do novo ser humano. Fazem parte dessa pauta temas como inteligência artificial, pós-humanismo e transumanismo. Este último, partindo do pressuposto de que a espécie humana não chegou ao ápice da evolução, faz uma ressignificação da vida humana, em busca da superação da morte e dos limites do corpo.

Como estímulo às novas pesquisas, apresenta-se uma definição de Luca Valera sobre os transumanistas, que deve questionar e instigar os pesquisadores na Teologia:

Ser transumanista significa apostar em uma evolução liderada por meios tecnológicos. Ser transumanista significa aceitar que a espécie humana, caracterizada por seus limites, constitui apenas o primeiro estágio funcional de uma nova evolução. Ser transumanista significa acreditar que a natureza humana é uma forma totalmente aberta à tecnologia, moldada pela ideia de perfeição.¹³⁵

Conforme Nick Bostrom, um dos fundadores do movimento transumanista, este

“é um movimento cultural, intelectual e científico, que afirma o dever moral de melhorar as capacidades físicas e cognitivas da espécie humana e de aplicar novas tecnologias ao ser humano, para que todos os aspectos indesejados e desnecessários da condição humana possam ser eliminados, como por exemplo, o sofrimento, a doença, o envelhecimento e até a mortalidade”.¹³⁶

Não é preciso assistir a um filme de ficção científica para se encontrar com os transumanistas. Seus princípios, suas ideias, estão postas na cultura digital. Como teólogos brasileiros ainda se está no início das reflexões acerca da cultura da comunicação e da cultura midiática digital, preocupados com as linguagens, as técnicas e os conteúdos dos *medias*. Enquanto isso, a cultura digital, em sua vertente técnico-científica, vai tecendo uma teia de pensamento para além das mídias, mas que se pode reconhecer em muitos produtos midiáticos.

Valera aponta essa questão ao atestar que o movimento transumanista ambiciona realizar “uma revolução moral e intelectual de uma orientação prometeica”:

¹³⁵ VALERA, L., Três teses sobre transumanismo. In: OLIVEIRA, J; LOPES, W. E. S. (ORGS). Transumanismo o que é, quem vamos ser, p. 39.

¹³⁶ BOSTROM, N., Intensive seminar on transhumanism. Uale University, 26 June 2003. In: POSTIGO, E. Transumanismo e postumano: principi teorici e implicazioni bioetiche, p. 271-289.

Uma revolução capaz de produzir ‘mudanças radicais no mundo da cultura e da vida cotidiana’ (CAMPA, 2020). A revolução prometeica prometida pelos transumanistas tem, assim, o objetivo final de apresentar a positividade de alguns valores: a extensão da vida, a desaceleração do processo de envelhecimento, a saúde dos cidadãos e o fortalecimento físico e mental dos deficientes, assim como de pessoas sem deficiência (também além dos limites impostos pela atual estrutura biológica) e a autodeterminação de indivíduos e povos.¹³⁷

2.5.1.

O futuro já presente: a rede de todas as coisas

Como a revolução tecnológica não para, mesmo que um grande número de pessoas ainda não utilize as redes sociais (web 2.0), hoje já está em curso a "web inteligente" ou "web 3.0", que possui um conteúdo mais personalizado: indicação de sites, aplicações inteligentes e publicidade baseada nas pesquisas e nos comportamentos de cada internauta, definida como "web semântica".¹³⁸

Com a tecnologia da web 3.0 não é tão necessário se preocupar em refinar os termos de pesquisa nas plataformas para se encontrar o que se procura. Os buscadores da internet estão programados para fazerem isso pelos internautas, baseados em dados coletados durante a atividade na rede (cada comando dado é transformado em informação). Esses dados são processados, filtrados e "interpretados" para produzir respostas concretas para "nossos anseios".

Harari, em seu livro "Homo Deus – Uma Breve História do Amanhã", afirma que a web semântica tende a dar à internet a possibilidade de um conhecimento melhor individual: sentimentos, gostos, desejos... o que a tornará capaz de fazer uma escolha, entrando em crise o conceito de "livre arbítrio" e de privacidade. A tecnologia fará escolhas pelo indivíduo, levando em conta o DNA, a pressão arterial, a função cerebral, tudo que for possível para entender os sentimentos e escolhas melhor ainda do que as próprias pessoas.

Em simultâneo com que se desenvolve a web 3.0, ingressa-se na geração da web 4.0, chamada de "internet das coisas" (IoT), que se desenvolve a partir da possibilidade adquirida de poder transmitir dados pela internet de toda e qualquer superfície. Basta que se colem sensores e etiquetas nas coisas, que transmitirão

¹³⁷ VALERA, L., Três teses sobre transumanismo. In: OLIVEIRA, J; LOPES, W. E. S. (ORGS). Transumanismo o que é, quem vamos ser, p. 40.

¹³⁸ Como isso é feito? Sites de busca, como o Google, armazenam e comercializam todas as informações relativas aos acessos dos internautas, que deixam "rastros" na rede. Assim, os anúncios exibidos para um usuário são escolhidos com base nas consultas de pesquisas anteriores feitas por ele, bem como nos vídeos que assistiu no YouTube, por exemplo, e outras informações associadas à sua conta, como faixa etária, estado civil, profissão, nacionalidade ou sexo.

informações via radiofrequência (RFID), que serão captadas, processadas e introduzidas na rede mundial de computadores. Dizer que qualquer coisa pode receber sensores e etiquetas significa que, além dos objetos utilitários da casa e bens de consumo (eletrodomésticos, eletroeletrônicos, celulares, computadores, carro, entre outros itens), as estradas, as árvores, os animais, os rios, as pontes, as geleiras e até o corpo humano poderão transmitir dados e se transformarão em informação.

Etiquetas se tornaram mídia, objetos comunicantes, capazes de informar. Por eles, as coisas se comunicam e interagem conosco (uns com os outros) e entre si. Cria-se um novo tipo de rede, agora não mais limitada e formada por pessoas.

A internet das coisas transformará (e já está transformando) a relação com o mundo. Di Felice, em sua obra *A Cidadania Digital*, registra que os dados que ela fornece está modificando a ecologia do social. A quantidade de informação que gera cria uma infinidade múltipla de dados, que dá origem a um novo tipo de medida, que não é mais formulada em termos matemáticos, nem pode ser calculada pela mente humana. A partir disso, origina-se um protagonismo inorgânico, que levará à mais nova geração de web: a web dos dados.

Reitera o autor que:

Essa vastidão indescritível de dados, produzida a cada instante pelo fluxo informativo continuado, proveniente de pessoas, coisas e superfícies de todos os tipos, constitui uma grandeza inédita chamada *big data*, que encontra descrições aproximadas em quantidades múltiplas de bytes: terabyte, petabyte, exabyte, zettabyte e yottabyte. Depois da web 2.0 e depois da internet das coisas, nasce, portanto, a internet dos dados, que cria um terceiro tipo de rede, composto por uma quantidade infinita de informações que, dadas as suas proporções, são gerenciadas por robôs e por sequências automatizadas. Uma rede inteligente e emergente, que associa e processa informação e com a qual podemos dialogar apenas com e a partir de algoritmos e inteligência não humanas. Um universo infinito que pode ser explorado somente por meio de um novo tipo de “telescópio”, automático e interativo.¹³⁹

Por meio de uma infraestrutura informativa global, essa arquitetura de conectividade realiza a integração entre o mundo físico e material e o mundo huma-

¹³⁹ DI FELICE, M., *A Cidadania Digital. A crise da ideia ocidental de democracia e a participação nas redes digitais*, p. 25-26

no e social. Aquilo que se pensava como realidades distintas, separadas, passam a estar conectados digitalmente e serem interagentes.¹⁴⁰

Esses estudos estão bem avançados e começam a ser aplicados, através da dadificação de todas as coisas, inclusive do DNA humano. Ela desafia a ontologia antropocêntrica e precisa ser objeto de estudo, também, da teologia. Di Felice apresenta uma breve análise dos efeitos dessa evolução:

Toda realidade se torna modificável, adquirindo uma pluralidade de versões que a transformam de uma forma objetiva e “real” em uma arquitetura possível e conectiva.

O mundo objetivo, realidade única e materialmente finita, tornou-se, assim, uma realidade programável, nem material nem virtual, mas informacional, isto é, um novo tipo de materialidade informatizada, matéria-pixel, emergente e em contínua transformação, adquirindo uma dimensão histórica e viva, semelhante à de um organismo vivente.

A essência informatizada do mundo, devido às suas múltiplas naturezas, material e informativa ao mesmo tempo, revela uma dimensão que não é mais ontológica, mas intermitente, mutante e acessível somente de maneira conectiva, isto é, por meio da interação com softwares, dados, algoritmos e interfaces.¹⁴¹

O processo de digitalização forma hoje um tipo de conexão planetária, composta de redes de redes, denominada *Internet of Everything* (a rede de todas as coisas), que engloba a internet social (2.0), a internet das coisas (IoT) e a internet dos dados (*big data*).¹⁴²

Não se está mais conectado somente com seres humanos, mas também com biodiversidades, objetos, superfícies, dados. Cria-se, assim, uma ecologia planetária inédita,¹⁴³ com uma condição de vida híbrida, entre o mundo físico e o ambiente digital, caracterizada por formas conectivas, preparando a vida *on-life*, como define Floridi.

¹⁴⁰ DI FELICE, M., A Cidadania Digital. A crise da ideia ocidental de democracia e a participação nas redes digitais, p. 27

¹⁴¹ DI FELICE, M., A Cidadania Digital. A crise da ideia ocidental de democracia e a participação nas redes digitais, pp. 26-27.

¹⁴² DI FELICE, M., A Cidadania Digital. A crise da ideia ocidental de democracia e a participação nas redes digitais, p. 33.

¹⁴³ DI FELICE, M., A Cidadania Digital. A crise da ideia ocidental de democracia e a participação nas redes digitais, p. 33-34.

2.5.2. Contribuição crítica

Que contribuição e crítica a Teologia trará sobre essas novas questões, para iluminar a sociedade que será fruto dessa revolução? Eis uma importante questão para ser aprofundada na academia e na pastoral. Entre os autores que trabalham esse tema na teologia, em nível mundial, está o frei Paolo Benanti,¹⁴⁴ professor da Pontifícia Universidade Gregoriana, em Roma, e acadêmico da Pontifícia Academia para a Vida. Ele legitima o estudo e o estabelecimento de um novo capítulo da ética, que chama de “algorética”.

Segundo o teólogo, o intuito é iniciar um trabalho interdisciplinar capaz de tornar realmente incisivos os valores que importam (como, por exemplo, o direito à vida, a dignidade da pessoa humana, a justiça, a equidade e a solidariedade). Isto será possível “se conseguirmos transferi-los para as máquinas por meio de algoritmos, ou seja, fornecendo diretrizes éticas às máquinas em uma linguagem que elas possam entender e utilizar”.¹⁴⁵

Preocupada com essa questão, no dia 28 de fevereiro de 2020, a Pontifícia Academia para a Vida, promoveu a assinatura do documento “Rome Call for AI Ethics”, assinado pelo arcebispo Vincenzo Paglia (presidente do Pontifício Conselho); pelo presidente da Microsoft, Brad Smith; pelo vice-presidente executivo da IBM, Dr. John Kelly; do presidente do Parlamento Europeu David Sassoli e do diretor geral da FAO (Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura), Dongyu Qu. A iniciativa, abençoada pelo Papa Francisco, tem como objetivo promover o entendimento de que é necessário que a inteligência artificial (IA) seja regulamentada e baseada nos interesses e valores humanos.

A tecnologia deve estar a serviço do ser humano integral e o seu desenvolvimento deve ser conforme o verdadeiro bem da humanidade, com respeito aos direitos individuais, à índole própria de cada povo e com um sentido de ética coletiva.

¹⁴⁴ Paolo Benanti é teólogo e frei franciscano da Terceira Ordem Regular. É autor de diversos livros e artigos, entre eles: “Postumano, troppo postumano. Neurotecnologie e human enhancement”; “Digital age. Teoria del cambio d'epoca. Persona, famiglia e società”; “The cyborg: corpo e corporeità nell'epoca del post-umano”; “La condizione tecno-umana. Domande di senso nell'era della tecnologia”; “Realtà sintetica. Dall'aspirina alla vita: come ricreare il mondo?”; e “Le macchine sapienti. Intelligenze artificiali e decisioni umane”. Em português, é autor de “Oráculos: Entre ética e governança dos algoritmos” (Ed. Unisinos, 2020).

¹⁴⁵ BENANTI, P., Por uma inteligência artificial humanística. Entrevista ao Instituto Humanitas Unisinos, 2020. Artigo digital.

Considerações finais

Este capítulo deixou evidente que as transformações sociais estão diretamente ligadas à comunicação e que no século 21 elas são movidas pela internet, com seus novos ambientes e sua nova cultura. Passa-se de uma cultura de massas, fruto de uma comunicação linear, para uma cultura de nicho, de intercomunicação individual, num processo interativo, com potencial de se comunicar de muitos para muitos, que está em plena expansão para uma comunicação com todas as coisas.

Identificadas as características da cultura digital e o seu desenvolvimento, constata-se que o humano se encontra num contexto social que vive rupturas importantes, que moldam a existência: o desenvolvimento acelerado das tecnologias da comunicação, o aumento do fluxo de informação, a globalização e a dadificação do mundo.

A revolução tecnológica em curso tende a transformar tudo em informação (dados). Precisa-se pensar o lugar do ser humano e da fé nesse contexto. É imprescindível humanizar o ambiente digital. Muitos são os desafios que são apresentados neste tempo histórico, especialmente no tocante a “anexar a técnica e o conhecimento científico à ética, capaz de dar-lhes uma dimensão teleológica, de finalidade, de razão, mais além do lucro e do progresso pelo progresso”.¹⁴⁶

A visão instrumental da comunicação é reducionista e se mostra insuficiente, pois tira dela a sua dimensão de processo e a desumaniza. É necessário romper a incomunicabilidade, passar da sociedade da informação para a sociedade da relação, e impedir que o ódio e a incompreensão cresçam no ambiente digital e transbordem seus malefícios para o ambiente físico.

A partir da arguição, promover a cultura do encontro e da solidariedade, resguardando o sentido da vida humana e sua transcendência torna-se indispensável. Ao possibilitar o encontro verdadeiro com Deus e com o próximo, desenvolve-se, na sociedade digital, o sentido verdadeiro do amor trinitário, do amor doação.

Para tanto, é fundamental acabar com a lógica das ferramentas, dos instrumentos, que levam ao fracasso inevitável da comunicação humana. Não se precisa

¹⁴⁶ BRIGHENTI, A., A Igreja perplexa. Novas perguntas, novas respostas, p. 74.

de mais informação, mais produção de conteúdo, mais velocidade na distribuição de produtos midiáticos. Precisa-se de relações, fortes e verdadeiras. A meta é construir comunidades missionárias.

É urgente passar do individualismo à individuação. O individualismo é nocivo, a individuação é a valorização do aspecto singular e único de cada ser humano. A individuação e o personalismo não significam, de forma alguma, o isolamento. Pelo contrário, são elementos que se fortalecem na sociedade em rede, que possibilita a interligação com grupos de pessoas e a formação de comunidades virtuais.

O ser humano empobreceu-se de humanidade. Fragmentado, não mais se entende como uma unidade em toda a sua estrutura, em todo o seu ser e agir. Percebe-se que foi diminuída a capacidade de uma pessoa ouvir, dar atenção ao que o outro diz ou pensa, aumentando-se consideravelmente o individualismo e o narcisismo.

Merece atenção as teorias do pós-humanismo e do transumanismo, que sob a alegação de superar os limites da humanidade, violenta a natureza humana, ameaçando tirar-lhe o direito à finitude e à imperfeição. É urgente que se estude e se estabeleça uma algorética, capaz de dar à sociedade parâmetros e limites para o desenvolvimento tecnológico, para que não seja perdido o real e incondicional valor da vida humana. E que ainda se determine o lugar da inteligência artificial nos processos sociais.

Também a algorética pode ajudar a sociedade em outra questão importante: o aumento do poder das plataformas de mídias sociais, que investem muito dinheiro no desenvolvimento de tecnologias que ferem o livre arbítrio do indivíduo, pois, utilizando-se da técnica, criam mecanismos para influenciar as escolhas das pessoas.

A criação de comunidades em rede virtuais é outra característica primordial da sociedade em que se vive. Abre-se ao ser humano a possibilidade de escolher a que comunidade pertencer e esta escolha pode se basear numa infinidade de chances, que vão desde os interesses em comum, até projetos mais amplos como a experiência religiosa. Mas, como Bauman afirma, essas probabilidades remetem a uma dicotomia social que constitui mais um desafio para a sociedade: aos que se

mantêm à parte, permitem que permaneçam em contato e aos que permanecem em contato, permitem manter-se à parte.¹⁴⁷

Todas essas realidades dialogam com expectativas e desafios ao anúncio do Evangelho. A Igreja necessita ter força e coragem neste tempo. Coragem para levar adiante um amplo projeto de conversão pastoral. O próximo capítulo apresenta caminhos e reflexões apresentadas pelo Magistério da Igreja, a partir do Concílio Vaticano II, para uma ação pastoral na cultura da comunicação.

¹⁴⁷ BAUMAN, Z., Amor Líquido. Sobre a fragilidade dos laços humanos, p. 80.

3

Reflexão teológico-pastoral da comunicação a partir do Magistério Conciliar do Vaticano II

O presente capítulo tem como objetivo fazer uma reflexão teológico-pastoral sobre a comunicação na vida e na missão da Igreja, a partir de textos do Magistério universal. Primeiramente, analisam-se documentos do Concílio Ecu-
mênico Vaticano II, que são considerados um marco para esta pesquisa, por repre-
sentar um passo importante para a abertura e o diálogo entre Igreja e sociedade. Estes textos conciliares lançam a base eclesiológica que possibilitará o desenvol-
vimento de uma teologia pastoral da comunicação. Nesta tese, serão apresentados seguindo a ordem cronológica de publicação: o Decreto *Inter Mirifica* (1963), a Constituição Dogmática *Lumen Gentium* (1964), a Constituição Pastoral *Gaudium et Spes* (1965) e o Decreto *Ad Gentes* (1965).

Num segundo momento, tomando como base os passos do *Inter Mirifica*, lança-se uma apreciação dos documentos do Pontifício Conselho para as Comuni-
cações Sociais e, por fim, a Carta Apostólica *O Rápido Desenvolvimento*.

A escolha metodológica desses textos foi a análise a partir do ponto de vista da cultura da comunicação e da ação pastoral, em diálogo com as novas tecnolo-
gias e o mundo digital. Outros documentos do Magistério universal também serão citados ao longo do capítulo, sempre que sua relação com o tema da comunicação for imprescindível para o aprofundamento e a conclusão entre o encadeamento de uma seção e outra.

Desde as primeiras comunidades cristãs até os dias atuais, o Magistério da Igreja universal procurou acompanhar, com sua reflexão e crítica, cada novo meio de comunicação que era desenvolvido e passava a ser utilizado pela sociedade. Nem sempre houve a compreensão exata da importância daquele canal e sua espe-
cificidade, bem como sua utilidade para a evangelização, havendo períodos da

história em que, pelo temor das heresias, da secularização e da banalização da fé, a postura adotada foi de total reprovação e busca de controle do poder.¹

Em todas as épocas históricas, os meios de comunicação transformaram e continuaram o processo de mudanças da sociedade. Comunicar é uma necessidade humana e o seu exercício não deixa o ser humano inerte. A comunicação coloca em xeque a relação com o outro, em sociedade, e com as coisas criadas, influenciando profundamente a forma como se vê e analisa-se a realidade; bem como o desenvolvimento do pensamento e das práticas sociais. “A nossa espécie se tornou de fato humana com a criação da palavra e da linguagem. Essa comunicação possibilitou que os seres humanos tomassem consciência da própria identidade e história”.²

Em mais de dois mil anos de história, a Igreja precisou se adaptar às diversas tecnologias desenvolvidas pelo engenho humano. Souza afirma que nas primeiras comunidades cristãs, onde ainda não existia uma organização institucional, os fiéis eram por si mesmos um instrumento de comunicação. Dessa maneira, o anúncio era feito predominantemente de forma oral, pessoa a pessoa. Nesse sentido, o testemunho dos batizados era valorizado como forma de comunicação da Boa Nova. A autora também faz a seguinte constatação:

Com o crescimento do cristianismo e o estabelecimento de uma ordem hierárquica, o modelo de comunicação eclesial predominante passou a ser o do púlpito, no qual quem fala (em sentido único) é a autoridade, para um grupo de receptores que têm pouca, ou nenhuma, possibilidade de interação e debate. Nesse modelo, que é linear e conservador (de um para muitos), os meios de comunicação que surgiam na história (jornal impresso, cinema, rádio, TV) eram recebidos com prudência e desconfiança pelo Magistério, porque representavam, de certa forma, uma ameaça à centralização do poder institucional, pois dava aos fiéis a possibilidade de receberem informações de diversas fontes, não somente da Igreja.³

A partir do exposto, Souza acredita que interessava, então, aos que detinham a autoridade eclesial, dar regras para o uso *dos media*, sob alegação de defesa da tradição e dos "bons costumes" na sociedade, que eram, enfim, costumes de uma cultura predominantemente cristã.

¹ SOUZA, A. D. G., A Igreja diante da cultura midiática digital: desafios, caminhos e perspectivas, p. 44-50.

² ZANON, D., Comunicar o Evangelho – Panorama histórico do magistério da Igreja sobre a comunicação, p. 13.

³ SOUZA, A. D. G., A Igreja diante da cultura midiática digital: desafios, caminhos e perspectivas, p. 44.

Na década de 60, com o Concílio Ecumênico Vaticano II, a relação entre Igreja e sociedade e, conseqüentemente, com os meios de comunicação social, mudou. Após um percurso histórico marcado por um período de desconfiança e medo, com certa rejeição dos media, a Igreja assume, em 1963, com a publicação do decreto *Inter Mirifica*, os meios de comunicação como um dom de Deus a serviço da evangelização.⁴

Na próxima subseção aborda-se como a Igreja, a partir do Vaticano II, através de diversos documentos magisterais, foi construindo e orientando sua reflexão teológico-pastoral para o desenvolvimento de prática comunicacional na cultura midiática digital que se vive no século XXI. Buscam-se apontar desafios e caminhos para a inculturação do evangelho, que servirão de base para o aprofundamento no capítulo quatro.

3.1.

Tudo que é verdadeiramente humano ressoa no coração da Igreja: as luzes do Concílio Vaticano II

O Concílio Vaticano II, com seu forte caráter pastoral, representou um caminho de *aggiornamento* da Igreja em sua relação com a sociedade. Convocado em dezembro de 1961 pelo Papa João XXIII, pela bula *Humanae Salutis*, teve início em outubro de 1962 e foi encerrado em dezembro 1965, no pontificado de Paulo VI. Num contexto social de mudança de época, “no seu conjunto, o Concílio Vaticano II foi uma revisão em profundidade da vida interna da Igreja e de sua relação com o mundo contemporâneo”.⁵

João XXIII sentiu a necessidade de recolocar a Igreja no trilho da história e, para tanto, abri-la para o diálogo com a sociedade moderna. Em seu coração de pastor universal da Igreja, havia não apenas uma intenção proselitista, uma preocupação com o crescimento e manutenção da Igreja, mas um amor misericordioso pela humanidade, que se afastava do projeto salvífico de Deus. Para ajudar a sociedade a se reencontrar com esse projeto, o Pontífice acreditava que era preciso

⁴ SOUZA, A. D. G., A Igreja diante da cultura midiática digital: desafios, caminhos e perspectivas, p. 50.

⁵ LIBANIO, J. B., Igreja Contemporânea – Encontro com a modernidade, p. 73.

falar a sua linguagem, caminhar junto, e não à frente, ou acima, dos homens e mulheres desse tempo histórico.

Afirmou o Papa em *Humanae Salutis*:

A Igreja assiste, hoje, à grave crise da sociedade. Enquanto para a humanidade surge uma era nova, obrigações de uma gravidade e amplitude imensas pesam sobre a Igreja, como nas épocas mais trágicas da sua história. Trata-se, na verdade, de pôr em contato com as energias vivificadoras e perenes do evangelho o mundo moderno: mundo que se exalta por suas conquistas no campo da técnica e da ciência, mas que carrega também as consequências de uma ordem temporal que alguns quiseram reorganizar prescindindo de Deus. Por isso, a sociedade moderna se caracteriza por um grande progresso material a que não corresponde igual progresso no campo moral. Daí, enfraquece-se o anseio pelos valores do espírito e cresce o impulso para a procura quase exclusiva dos gozos terrenos, que o avanço da técnica põe, com tanta facilidade, ao alcance de todos; e mais ainda – um fato inteiramente novo e desconcertante – a existência do ateísmo militante, operando em plano mundial. Estas dolorosas averiguações conclamam ao dever da vigilância e despertam o senso da responsabilidade. Almas sem confiança veem apenas trevas tomando conta da face da terra. Nós, porém, preferimos rearmar toda a nossa confiança em nosso Salvador, que não se afastou do mundo, por ele remido. Antes, mesmo, apropriando-nos da recomendação de Jesus, de saber distinguir "os sinais do tempo" (Mt 16,3), pareceu-nos vislumbrar, no meio de tanta treva, não poucos indícios que dão sólida esperança de tempos melhores para a Igreja e a humanidade. [...] Diante deste duplo espetáculo: um mundo que revela um grave estado de indigência espiritual e a Igreja de Cristo, tão vibrante de vitalidade, nós, desde quando subimos ao supremo pontificado, não obstante nossa indignidade e por um desígnio da Providência, sentimos logo o urgente dever de conclamar os nossos filhos para dar à Igreja a possibilidade de contribuir mais eficazmente na solução dos problemas da idade moderna. Por este motivo, acolhendo como vinda do alto uma voz íntima de nosso espírito, julgamos estar maduro o tempo para oferecermos à Igreja católica e ao mundo o dom de um novo concílio ecumênico, em acréscimo e continuação à série dos vinte grandes concílios, realizados ao longo dos séculos, como uma verdadeira providência celestial para incremento da graça na alma dos fiéis e para o progresso cristão.⁶

Libânio observa que com o Vaticano II houve uma mudança na concepção de Igreja, que se desenvolve especialmente após o encerramento conciliar, a partir da sua recepção nas igrejas particulares: passa-se de uma visão jurídica e organizativa, para percepção da Igreja como sinal, cuja existência está ligada ao plano salvador de Deus. Portanto, “para anunciá-lo, mostrá-lo presente, realizá-lo com os dons recebidos de Deus e pela força do Espírito Santo”.⁷ Houve uma rejeição ao espírito dominador e triunfalista que predominava na Igreja pré-conciliar, pre-

⁶ *Humanae Salutis* 3-6.

⁷ LIBÂNIO, J. B., Igreja Contemporânea – Encontro com a modernidade, p. 94-95.

ferindo-se adotar o espírito de serviço, na forma de diálogo aberto, exercido com um espírito de construção e amor.⁸

O entendimento do termo Igreja foi alargado: não mais identificada somente com a hierarquia,⁹ mas sim como povo de Deus, composto por todos os batizados, sejam clérigos, sejam religiosos ou sejam leigos; não vista apenas em sua dimensão universal como a Igreja de Roma, mas com sua universalização realizada na comunhão das Igrejas locais entre si e com o sucessor de Pedro. O rompimento desse imaginário religioso clerical e romano criou as bases para o entendimento de uma Igreja rede de comunidades.

Existe, no entanto, certa ambiguidade nessa interpretação. Sob ela, delineiam-se as duas linhas eclesiológicas que disputam a legitimidade interpretativa do Concílio. Uma interpreta a partir da Igreja universal com a qual as Igrejas particulares fazem comunhão. Uma comunhão de cima para baixo. A outra compreende a criação da comunhão a partir das Igrejas particulares entre si e com Roma.¹⁰

Independentemente dessa ambiguidade interpretativa, Libânio enumera 41 “deslocamentos fundamentais de significado produzidos pelo Concílio Vaticano II”¹¹ em sua eclesiologia, que são de extrema relevância para esta tese:

- De uma Igreja-instituição para uma Igreja-Sacramento.
- De uma Igreja-voltada-para-si para uma Igreja-voltada-para-o-mundo.
- De uma Igreja sociedade corporativa para uma Igreja comunal e colegial.
- De uma autoridade monárquica para uma autoridade participativa.
- De uma pertença por sinais visíveis para uma pertença por decisão, liberdade.
- De uma visão apologética para uma visão ecumênica, dialógica.
- De uma Igreja lugar de salvação para uma Igreja sacramento/sinal de salvação.
- Da instituição, do juridicismo para o carisma, a autenticidade.
- Da presença do Espírito Santo na autoridade para sua presença em todos os fiéis.
- Do Magistério como a cátedra da verdade para o *sensus fidelium*.
- Das tradições para a Tradição.
- Da Lei para o Evangelho, a caridade.
- Da Autoridade para a Liberdade dos filhos de Deus.
- Da Cúpula, do clero para a base, os leigos.
- Do Centro, da centralização para a periferia, a colegialidade.
- Da essência da Igreja para a pluralidade de imagens.
- Da Igreja universal para as Igrejas particulares.
- Do dogma para a pastoral.
- Da verdade objetiva para a vivência, a autenticidade, a veracidade.

⁸ TEPEDINO, A. M. A. L., *Iniciação Teológica*, p. 78.

⁹ TEPEDINO, A. M. A. L., *Iniciação Teológica*, p. 113.

¹⁰ LIBÂNIO, J. B., *Igreja Contemporânea – Encontro com a modernidade*, p.110.

¹¹ LIBÂNIO, J. B., *Igreja Contemporânea – Encontro com a modernidade*, p. 73.

¹¹ LIBÂNIO, J. B., *Igreja Contemporânea – Encontro com a modernidade*, p. 145.

Da eclesiologia feita para a eclesiogênese.
 Da ortodoxia para a ortopraxis.
 Do magistério para a Palavra de Deus.
 Da Igreja visível para o Reino de Deus.
 Da assembléia cültica para a comunidade celebrativa.
 Da Igreja-Mestra para a Igreja-mãe.
 Da Igreja-mãe para a Igreja-fraternidade dos irmãos.
 Da Igreja triunfante, santa, sem rugas para a Igreja peregrina, pecadora, arrependida.
 Do eclesiocentrismo para o reinocentrismo.
 Da Igreja sempre a mesma para Igreja sempre a reformar-se, em devir.
 Da Igreja-organização para a Igreja da Palavra, do sacramento.
 Da Igreja dogmática para a escatológica, histórica.
 Da Igreja-fuga mundi para a Igreja-inserção nas realidades terrestres.
 Da santidade dos atos para a santidade de vida, prática.
 Da Igreja que tutela para a Igreja que respeita as autonomias.
 Da Igreja pessimista diante do mundo, da matéria para a Igreja otimista, valorizadora do mundo.
 Da Igreja que decida desde princípios universais para a Igreja que perscruta os sinais do tempo.
 Da Igreja autoconfiante para a Igreja humildade.
 Da Igreja mestra para a Igreja discípula.
 Da Igreja uniforme para a Igreja pluralista.
 Da Igreja da identidade para a Igreja da diferença.
 Da Igreja distante para a Igreja solidária com o mundo.

Cada um desses pontos abre caminhos para um posicionamento e ações pastorais na cultura da comunicação. E muito embora a própria comunicação tenha sido, pela primeira vez na história, tema de reflexão num Concílio, tendo como fruto a promulgação do *Inter Mirifica (IM)*. O decreto não pode ser compreendido em sua integralidade sem o raciocínio desses deslocamentos de significado.

É a compreensão da eclesiologia do Vaticano II que possibilita romper um dos limites do decreto *Inter Mirifica*: a visão instrumentalista dos meios de comunicação. Também se leva a avançar para uma ação pastoral que permita a integração do Evangelho à cultura criada pelos novos meios tecnológicos da comunicação, o que será o enfoque do capítulo quatro.

Tendo essa perspectiva em vista, o subcapítulo seguinte apresenta uma análise do *Inter Mirifica*, que foi o segundo texto aprovado pelos padres conciliares, sendo publicado em 4 de dezembro de 1963. Admite-se, entretanto, que não se pode entender a importância do decreto sobre as comunicações sociais para a ação pastoral da Igreja pós-conciliar, sem também considerar, neste capítulo, alguns princípios significativos contidos em outros documentos do Concílio Ecumênico Vaticano II, tais como: a Constituição Dogmática *Lumen Gentium*, a Constituição

Pastoral *Gaudium et Spes*, e o Decreto *Ad Gentes*. Destacam-se neles os aspectos indispensáveis para essa investigação, que colaboram na compreensão do ambiente eclesial em que as comunicações sociais foram introduzidas como um mote de debate e o posterior desenvolvimento da cultura da comunicação, que nos tempos atuais é digital.

3.1.1.

O diálogo com a sociedade passa pela cultura da comunicação: o *Inter Mirifica* como primeiro passo do *aggiornamento*

O decreto *Inter Mirifica* foi aprovado e publicado pelos padres conciliares, logo depois da Constituição *Sacrosanctum Concilium*, que descreve os princípios fundamentais da *práxis* litúrgica na Igreja.

“Construindo uma sólida base para o desenvolvimento ulterior, ele inaugura uma nova era de relações entre a Igreja Católica e a Comunicação Social”.¹² Seu texto, embora sucinto, representa o desejo da Igreja de continuar, “sob a direção do Espírito Consolador, a obra de Cristo que veio ao mundo para dar testemunho da verdade, para salvar e não para julgar, para servir e não para ser servido”.¹³

Os padres conciliares tinham “diante dos olhos o mundo dos homens, ou seja, a inteira família humana, com todas as realidades no meio das quais vive”.¹⁴ Na sociedade se consolidava a influência *dos media* nas diversas esferas da atividade humana.

O texto do decreto reconhece o avanço tecnológico, que proporciona a possibilidade de existência de novas formas de interação social. Representou um grande marco na história da Igreja, por ser a primeira vez que um documento magisterial apresenta de forma positiva a intenção da utilização dos meios de comunicação na evangelização, para concretização da missão *ad gentes*.

Graças à Comunicação social, a Igreja encontra, pela primeira vez na história, a possibilidade de dirigir-se ao “auditório que lhe foi confiado, isto é, o mundo inteiro. Sendo católica, ela carrega consigo a única palavra que responde ao desejo de universalidade da humanidade e da história. Eis que a Comunicação Social é, fi-

¹² MORAES, A. O. M., *Inter Mirifica*. Uma tentativa de reconhecer e entender o mundo da Comunicação Social, p. 384.

¹³ GS 3.

¹⁴ GS 2.

nalmente, o “instrumento” adequado para que ela se dirija àqueles que deve atingir, isto é, todos.¹⁵

Segundo Moraes, havia duas expectativas quanto ao texto do decreto: “o grande público desejava um ensinamento sólido acerca de um problema, ainda, pouco conhecido. Aqueles que trabalhavam em diversas experiências práticas desejavam algo mais que uma simples doutrina: o aval de que a Comunicação Social é uma das mais importantes preocupações da Igreja Católica”.¹⁶

As expectativas foram frustradas, de certa forma, porque, conforme coloca Moraes, “ao tempo do Concílio, os padres conciliares não tinham à sua disposição uma Teoria da Comunicação que fundamentasse sua doutrina”. Por conta desse fato, renunciaram à possibilidade de escreverem uma constituição doutrinal. O texto final foi reduzido. Inicialmente preparado com 40 páginas e 114 parágrafos, foi finalizado com nove páginas, dois capítulos e 24 parágrafos.¹⁷

Apesar de toda a controvérsia, pode-se considerá-lo um “decreto paradoxal”, capaz de construir “uma sólida base para o desenvolvimento ulterior”, pois “inaugura uma nova era de relações entre a Igreja Católica e a Comunicação Social”.¹⁸

A seguir alguns pontos de destaque deste documento. Em evidência a afirmação feita logo no primeiro parágrafo, salientando a importância dos meios de comunicação social, colocando-os “entre as maravilhosas invenções da técnica”, que “a santa Igreja acolhe e fomenta”.¹⁹

- 1) Reconhecimento da importância dos meios de comunicação sociais (MCS) para o ser humano em sua vida particular e social;
- 2) Afirmação de que os MCS são um valioso recurso para o entretenimento e a vivência e desenvolvimento da espiritualidade;
- 3) Senso de urgência, chamando os pastores a usarem sem demora os meios de comunicação;
- 4) Necessidade de se investir em formação para a comunicação;

¹⁵ MORAES, A. O. M., *Inter Mirifica*. Uma tentativa de reconhecer e entender o mundo da Comunicação Social, p. 381.

¹⁶ MORAES, A. O. M., *Inter Mirifica*. Uma tentativa de reconhecer e entender o mundo da Comunicação Social, p. 383-384.

¹⁷ MORAES, A. O. M., *Inter Mirifica*. Uma tentativa de reconhecer e entender o mundo da Comunicação Social, p. 383.

¹⁸ MORAES, A. O. M., *Inter Mirifica*. Uma tentativa de reconhecer e entender o mundo da Comunicação Social, p. 384.

¹⁹ IM 1.

5) Reconhecimento do processo de relacionalidade que envolve o uso do *media*, chamados no texto de meios de “comunicação social”, ao invés de “comunicação de massa”. Com isso, os padres conciliares manifestaram que "a comunicação não pode se reduzir a simples instrumentos técnicos de transmissão, mas deve ser considerada como um processo entre os homens";²⁰

6) Direito humano à informação verídica;

7) Corresponsabilidade sobre a opinião pública;

8) Responsabilidade pessoal quanto à formação da reta consciência, escolha do que se consome nos meios de comunicação e escuta atenta às orientações da Igreja acerca dos produtos dos *media*;

9) Responsabilidade dos criadores de conteúdo e das autoridades quanto ao que é oferecido à sociedade, especialmente aos mais jovens e aos mais frágeis da sociedade;

10) Destaque para a necessidade de uma ação pastoral que contemple os meios de comunicação: criação do Dia Mundial das Comunicações Sociais (DMCS), para o qual o pontífice deve escrever anualmente uma mensagem, e a criação do secretariado mundial especializado nos meios de comunicação, que, posteriormente, tornou-se o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, mais recentemente (2016) incorporado à Secretaria para a Comunicação pelo Papa Francisco.

A mãe Igreja sabe que estes meios, retamente utilizados, prestam ajuda valiosa ao gênero humano, enquanto contribuem eficazmente para recrear e cultivar os espíritos e para propagar e firmar o reino de Deus; sabe também que os homens podem utilizar tais meios contra o desígnio do Criador e convertê-los em meios da sua própria ruína; mais ainda, sente uma maternal angústia pelos danos que, com o seu mau uso, se têm infligido, com demasiada frequência, à sociedade humana. Em face disto, o sagrado Concílio, acolhendo a vigilante preocupação de pontífices e bispos em matéria de tanta importância, considera seu dever ocupar-se das principais questões respeitantes aos meios de comunicação social. Confia, além disso, em que a sua doutrina e disciplina, assim apresentadas, aproveitarão não só ao bem dos cristãos, mas também ao progresso de toda a sociedade humana.²¹

Ao abrir a ação pastoral da Igreja ao uso dos meios de comunicação, o Concílio Vaticano II fomentou um importante passo para o diálogo com a sociedade. Em consonância com essa proposição, reconheceu a potencialidade dos instru-

²⁰ DARIVA, N. [org.], Comunicação social na Igreja – Documentos fundamentais, p. 68.

²¹ IM 2.

mentos e a necessidade de utilizá-los para cumprir o mandato missionário de levar a Boa Notícia a todas as criaturas (Mc 16,15). Assim, apresentou “a primeira orientação geral para o clero e para os leigos sobre o emprego dos meios de comunicação social”,²² identificando a utilização dos seus instrumentos como um direito e uma obrigação da Igreja.

Este é um ponto relevante que merece destaque. Alegando ser um direito da Igreja o uso dos meios de comunicação, o magistério conciliar promove uma imprescindível resposta à sociedade laicista e aos regimes totalitários, “que questionavam e negavam à Igreja o direito de utilizar e possuir meios tecnológicos de comunicação”.²³ Afirmam os padres conciliares:

A Igreja católica, fundada por Nosso Senhor Jesus Cristo para levar a salvação a todos os homens, e por isso mesmo obrigada a evangelizar, considera seu dever pregar a mensagem de salvação, servindo-se dos meios de comunicação social, e ensina aos homens a usar retamente estes meios. À Igreja, pois, compete o direito nativo de usar e de possuir toda a espécie destes meios, enquanto são necessários ou úteis à educação cristã e a toda a sua obra de salvação das almas [...].²⁴

A esse direito, entretanto, corresponde um dever: a educação dos fiéis para o bom uso dos mesmos, em vista da própria salvação e da edificação da sociedade.

[...] compete, porém, aos sagrados pastores o dever de instruir e de dirigir os fiéis de modo que estes, servindo-se dos ditos meios, alcancem a sua própria salvação e perfeição, assim como a de todo o gênero humano. Além disso, compete principalmente aos leigos vivificar com espírito humano e cristão estes meios, a fim de que correspondam à grande esperança do gênero humano e aos desígnios divinos.²⁵

3.1.1.1.

Preocupações sociais e chamada à responsabilidade dos fiéis

O texto do decreto *Inter Mirifica* discorre uma preocupação da Igreja que até hoje perdura e se faz mais imperativa com o desenvolvimento da cultura digital e suas consequências negativas, como a *infodemia* e as *fake news*: a necessidade de uma sólida formação para o bom uso dos *media*. Essa formação não deve se

²² SOUZA, A. D. G., A Igreja diante da cultura midiática digital: desafios, caminhos e perspectivas, p. 52.

²³ SOUZA, A. D. G., A Igreja diante da cultura midiática digital: desafios, caminhos e perspectivas, p. 53.

²⁴ IM 3.

²⁵ IM 3.

limitar às técnicas, mas ser integral, principalmente no que concerne ao aspecto ético e moral.²⁶ Assevera o documento que o uso reto dos meios leve em consideração o direito à informação verídica, que “contribui eficazmente para o bem comum e maior progresso de toda a sociedade humana”.²⁷

Existe, pois, no seio da sociedade humana, o direito à informação sobre aquelas coisas que convêm aos homens, segundo as circunstâncias de cada um, tanto particularmente como constituídos em sociedade. No entanto, o uso reto deste direito exige que a informação seja sempre objetivamente verdadeira e, salvas a justiça e a caridade, íntegra. Quanto ao modo, tem de ser, além disso, honesto e conveniente, isto é, que respeite as leis morais do homem, os seus legítimos direitos e dignidade, tanto na obtenção da notícia como na sua divulgação. Na verdade, nem toda a ciência aproveita, «mas a caridade é construtiva» (1 Cor. 8,1).²⁸

A preocupação moral também é manifestada nos parágrafos seguintes, com relação às artes e à cultura. Os padres conciliares asseguram que é urgente superar as controvérsias entre os chamados direitos da arte e as normas da lei moral, “cuja origem está em falsas doutrinas sobre ética e estética”. Desse modo, quando tal ordem moral se observa íntegra e fielmente, o ser humano é conduzido à perfeição e à bem-aventurança plena.²⁹

Outra questão significativa para a Igreja, que está visível no *Inter Mirifica* é a declaração dos deveres dos destinatários da informação, que devem abandonar uma atitude passiva e cuidar de realizar uma reta escolha do que consome dos meios de comunicação. O decreto acrescenta no texto a chamada à responsabilidade dos pais e responsáveis, para que exerçam o papel de formadores e moderadores dos mais jovens para a formação de um reto juízo.³⁰

Na realidade, uma reta escolha exige que estes favoreçam plenamente tudo o que se destaca pela perfeição, ciência e arte, e evitem, em contrapartida, tudo o que possa ser causa ou ocasião de dano espiritual para eles e para os outros, pelo mau exemplo que possam ocasionar-lhes, e o que dificulte as boas produções e favoreça as más produções e boas, o que sucede amiúde, contribuindo economicamente para empresas que somente atendem ao lucro com a utilização destes meios. Assim, pois, para que os destinatários da informação cumpram a lei moral, devem cuidar de informar-se oportunamente sobre os juízos ou critérios das autoridades competentes nesta matéria e segui-los segundo as normas da reta consciência. Todavia,

²⁶ IM 4-5.

²⁷ IM 5.

²⁸ IM 5.

²⁹ IM 6-7.

³⁰ IM 10.

para que possam, com maior facilidade, opor-se aos maus conselhos e apoiar plenamente os bons, procurem dirigir e formar a sua consciência com os recursos adequados.³¹

Acolhendo a importância social dos meios de comunicação, os padres conciliares destinaram, ainda, dois parágrafos (n. 11-12) a exortar os realizadores, autores e autoridades civis sobre as suas responsabilidades diante do uso e dos produtos oferecidos à sociedade pelos meios de comunicação, em razão do bem comum, “já que eles, informando e incitando, podem encaminhar reta ou torpemente o gênero humano”.³²

3.1.1.2.

O apostolado nos meios de comunicação

O apostolado nos meios de comunicação é o tema do segundo capítulo do IM e embora já se tenha citado anteriormente alguns dos seus pontos principais, devido à sua importância para o objeto desta tese, faz-se novamente referência ao texto, agora de forma pormenorizada e com citação do original.

A exortação para que todos os membros da Igreja utilizem, “sem demora e com o máximo empenho”, os meios de comunicação em seu apostolado encontra-se no parágrafo 13. Ressalta-se a conveniência de “adiantar-se às más iniciativas”. Os padres conciliares incentivam os pastores e leigos a estarem à frente de seu tempo, numa atitude ativa diante da nova realidade desenvolvida a partir das tecnologias da comunicação, e não se contentarem apenas a reagir às iniciativas de governos e de grupos privados.

Ainda, no número 13, são sublinhados, além do dever dos sagrados pastores de utilizarem os *media* no cumprimento de sua missão, a necessidade dos leigos darem testemunho de Cristo mediante o seu trabalho e espírito apostólico, assumindo a corresponsabilidade na evangelização.

Por sua vez, os padres conciliares enumeram algumas ações que avaliaram, à época, essenciais para o apostolado cristão, católico, nos meios de comunicação:

a) Fomentar uma imprensa “genuinamente católica”, com edição de periódicos, jornais e revistas confessionais, “editada com a intenção de formar, afirmar e promover uma opinião pública em consonância com o direito natural e com a dou-

³¹ IM 9.

³² IM 11.

trina e princípios católicos, ao mesmo tempo em que divulga e desenvolve adequadamente os acontecimentos relacionados com a vida da Igreja”;

b) Produção de filmes com temáticas religiosas, incentivo e premiações diversas a produtores que se dediquem “a iniciativas honestas” em relação à doutrina e à moral;

c) Apoio às emissoras de rádio e televisão que “sejam apropriadas para as famílias, bem como incentivo à criação e à manutenção de veículos católicos, que devem primar pela qualidade de sua programação.”³³

Com o intuito de garantir que tais iniciativas prosperassem, o IM propõe que as dioceses e organismos católicos invistam na formação de sacerdotes, religiosos e leigos nas técnicas comunicativas, para que “possuam a devida perícia nestes meios e possam dirigi-los para os fins do apostolado.”³⁴ Para isso, os padres conciliares indicam um caminho a ser seguido pela Igreja, através de seus institutos de formação, escolas e universidades, buscando, especialmente, formar a juventude:³⁵

Em primeiro lugar, devem ser instruídos os leigos na arte, doutrina e costumes, multiplicando o número das escolas, faculdades e institutos, onde os jornalistas, autores cinematográficos, radiofônicos, de televisão e demais interessados possam adquirir uma formação íntegra, penetrada de espírito cristão, sobretudo no que toca à doutrina social da Igreja. Também os atores cênicos hão de ser formados e ajudados para que sirvam convenientemente, com a sua arte, a sociedade humana. Por último, hão de preparar-se cuidadosamente críticos literários, cinematográficos, radiofônicos, da televisão e outros meios, que dominem perfeitamente a sua profissão, preparados e estimulados para emitir juízos nos quais a razão moral apareça sempre na sua verdadeira luz.³⁶

Além disso, os padres conciliares apontam caminhos para que a ação pastoral na Igreja possa crescer em direção à firme e à ampla atuação nos meios de comunicação social: a criação de um Dia Mundial, com uma mensagem escrita pelo pontífice aos comunicadores e às pessoas de boa vontade; a criação de organismos nacionais e associações internacionais e a determinação de que fosse escrita uma instrução pastoral pontifícia sobre a comunicação, “com a colaboração de peritos de várias nações”.³⁷

³³ IM 14.

³⁴ IM 15.

³⁵ IM 16.

³⁶ IM 15.

³⁷ IM 23.

Por fim, estabelece que seja “da competência dos bispos, nas suas próprias dioceses, vigiarem estas obras e iniciativas e promovê-las e, enquanto tocam ao apostolado público, ordená-las, sem excluir aquelas que se encontram submetidas à direção dos religiosos isentos”.³⁸

3.1.2.

A comunicação como essência da Igreja na *Lumen Gentium*

A Constituição Dogmática *Lumen Gentium* caracteriza a Igreja em seu mistério, sua identidade, sua origem, sua estrutura e sua missão no mundo. É, portanto, um documento primordial para se pensar a comunicação eclesial, estruturá-la e realizá-la. A intenção da pesquisa corrobora para uma leitura do documento nesta ótica, frisando os argumentos que oferecem perspectivas para esta investigação.

A Igreja que dialoga e que tem a missão de integrar a mensagem do evangelho à cultura digital é uma Igreja no mundo, sacramento universal da salvação³⁹ e, como tal, “mediação visível que anuncia e realiza a comunhão, em estreita dependência do Espírito Santo”.⁴⁰ Ela não é o Reino de Deus, mas o presentifica já, em mistério, no mundo: “anuncia-o, instaura-o. Formada por um povo congregado na unidade do Pai e do Filho e do Espírito Santo,⁴¹ ela cresce pelo poder da graça de Deus. “O Reino de Deus não se identifica com a realidade da Igreja nem se esgota nela, entretanto ela lhe é uma realização, concretização, presencialização. Torna-o visível por sua atuação, sabendo que o dinamismo do Reino vai muito além.”⁴²

Na essência da comunicação da Igreja não está ela mesma, mas o Cristo, “a luz dos povos”⁴³, que é o evento comunicativo por excelência. Sendo sinal, ela é meio, não fim. A comunicação de si e de suas atividades só tem sentido se alude a uma realidade que a transcende.

E as condições do nosso tempo tornam ainda mais urgentes este dever da Igreja, para que deste modo os homens todos, hoje mais estreitamente ligados uns aos ou-

³⁸ IM 20.

³⁹ LG 1.

⁴⁰ HACKMANN, G. L. B., *Lumen Gentium*, p. 174.

⁴¹ LG 4.

⁴² LIBÂNIO, J. B., *Igreja Contemporânea – Encontro com a modernidade*, p. 109.

⁴³ LG 1.

tros, pelos diversos laços sociais, técnicos e culturais, alcancem também a plena unidade em Cristo.⁴⁴

No capítulo 1, a *Lumen Gentium* descreve a comunicação como sendo constitutiva da essência da Igreja ao assegurar que esta, “enriquecida com os dons do seu fundador e guardando fielmente os seus preceitos de caridade, de humildade e de abnegação, recebe a missão de anunciar e instaurar o Reino de Cristo e de Deus em todos os povos”.⁴⁵

3.1.2.1.

As imagens da Igreja oferecem luzes para pensar a comunicação em sua ação evangelizadora

A imagem do redil, empregada pelos padres conciliares para definir a Igreja, lança pistas para se conceber a prática da comunicação eclesial: o redil é onde o rebanho encontra proteção, o espaço em que seus membros se reúnem para serem alimentados pelo pastor e sua única porta: o próprio Cristo. O redil não tem a posse do rebanho, nem se serve dele. Antes, é o seu servidor.⁴⁶

Identificada como o “corpo místico de Cristo”⁴⁷, a Igreja tem em sua configuração a unidade na diversidade, sob o domínio de Jesus, cabeça. Na diversidade de funções e ministérios, há uma certa igualdade de participação e responsabilidade quanto à vida e à missão desse corpo. Assim, se um membro se eleva, todo o corpo se eleva, mas se um membro sofre ou decai, todo o corpo sofre e decai com ele, conforme atesta o texto, em seu número 7:

E assim como todos os membros do corpo humano, apesar de serem muitos, formam, no entanto, um só corpo, assim também os fiéis em Cristo (cf. 1 Cor. 12,12). Também na edificação do Corpo de Cristo existe diversidade de membros e de funções. É um mesmo Espírito que distribui os seus vários dons segundo a sua riqueza e as necessidades dos ministérios para utilidade da Igreja (cf. 1 Cor. 12, 1-11). Entre estes dons, sobressai a graça dos Apóstolos, a cuja autoridade o mesmo Espírito submeteu também os carismáticos (cf. 1 Cor. 14). O mesmo Espírito, unificando o corpo por si e pela sua força e pela coesão interna dos membros, produz e promove a caridade entre os fiéis. Daí que, se algum membro padece, todos os membros sofrem juntamente; e se algum membro recebe honras, todos se, alegram (cf. 1 Cor. 12,26).

⁴⁴ LG 1.

⁴⁵ LG 5.

⁴⁶ LG 6.

⁴⁷ LG 7.

Como batizados, logo, membros do corpo místico de Cristo, estão vinculados à Igreja de forma espiritual e institucional. A comunicação feita por um cristão católico, automaticamente liga a Igreja e, por isso, nunca será apenas relativo à sua vida pessoal. A missão da Igreja de comunicar a Boa Nova e instaurar o Reino de Deus no mundo será favorecida ou prejudicada tanto quanto seja positivo ou negativo o testemunho dos fiéis, sejam eles leigos, sejam religiosos ou sejam clérigos.

3.1.2.2.

O povo de Deus é um povo comunicador

Em continuidade com sua reflexão eclesiológica, a LG também utiliza a imagem “povo de Deus” para definir a Igreja. No capítulo 2, através de um percurso histórico, demonstra que o novo povo de Deus é formado por todos os que creem em Jesus Cristo e a ele aderem pelo Batismo. “Na nova aliança, todos são chamados a ir e batizar, segundo a ordem de Cristo em Mt 28, 18-20, constituindo, assim, uma Igreja missionária”⁴⁸ e, por isso mesmo, comunicadora.

Este povo foi “resgatado por Cristo, convocado para unir toda a humanidade, enraizado na vocação e missão seladas pelo Batismo e pelo sacerdócio comum de todos os fiéis”.⁴⁹

Valentini sustenta que ao utilizar essa imagem, os padres conciliares deram um passo decisivo, que tornou essa constituição dogmática um ponto de referência para se entender todos os outros documentos do Vaticano II.⁵⁰

[...] a Igreja é povo de Deus em virtude do corpo de Cristo, e é precisamente isto que a distingue como novo povo. [...] A Igreja é de fato corpo de Cristo, porque na ceia do Senhor ela recebe o próprio Corpo de Cristo e continua viva graças a ele. [...] Como Corpo de Cristo, a Igreja é entendida como a comunidade daqueles que celebram comunitariamente a ceia do Senhor.⁵¹

A autodefinição da Igreja como Povo de Deus é salutar para o estudo da comunicação na dimensão pastoral da Igreja. “Uma Igreja centrada na hierarquia não responde aos apelos e às exigências de uma sociedade pluralista, democrática,

⁴⁸ ZONON, D., Para ler o Concílio Vaticano II, p. 16.

⁴⁹ VALENTINI, D. D., Revisitar o Concílio Vaticano II, p. 28.

⁵⁰ VALENTINI, D. D., Revisitar o Concílio Vaticano II, p. 28.

⁵¹ RATZINGER, J., O novo Povo de Deus, p. 95s, apud LIBÂNIO, 2005, p. 110.

autônoma, cidadã”.⁵² Do “mistério de comunhão de todos com Cristo, pela força do Batismo”⁵³, nasce a “necessária participação ativa do leigo em contexto ministerial e vocacionalmente variado”. Todos os batizados participam do tríplice ministério de Cristo, profético, sacerdotal e régio (pastoral). Ao avaliar que a Igreja é, primeiramente, Povo de Deus, os padres conciliares reiteraram sua base laical.⁵⁴

Estando todos os fiéis batizados sob a mesma base (povo de Deus), não há oposição nas diversas categorias da hierarquia, fortalecendo a unidade na diversidade, já assinalada na imagem do Corpo de Cristo. Assim, os capítulos 3, 4, 5 e 6 da *Lumen Gentium* abordam, respectivamente, a constituição hierárquica da Igreja, os leigos, a vocação universal à santidade e os religiosos. A todos, portanto, cabe a missão da comunicação do Evangelho, em vista de uma mesma missão: a instauração do Reino de Deus e a santificação do ser humano e do mundo.

Aspecto importante que aparece no texto é o fato deste povo estar sempre em movimento, “em marcha”, vivendo as transformações da história, respondendo cada qual o seu chamado da forma mais adequada ao seu estado de vida e categoria. Neste contexto, o único ponto imutável é Jesus Cristo: Ele é a verdadeira luz dos povos, que cede à Igreja este título mediante sua fidelidade ao mandato missionário que dele recebeu.

3.1.3.

***Gaudium et Spes*: fundamento para uma comunicação pastoral**

A Igreja que dialoga com a cultura da comunicação é uma Igreja divino-humana. Presente no mundo e na história da humanidade, sofre suas dores, celebra suas conquistas, fala a sua linguagem, “não para dominá-lo, mas para anunciar-lhes a boa nova de Jesus Cristo, evangelizando-o”.⁵⁵

A Constituição Pastoral *Gaudium et Spes* traz luzes decisivas para o estudo da integração do evangelho ao mundo digital. Já no início do texto conciliar, ao mencionar a íntima relação da Igreja com toda a família humana, agracia-se o leitor com a afirmação que fundamenta o estudo da cultura da comunicação e sua relação com a evangelização:

⁵² LIBÂNIO, J. B., Igreja Contemporânea – Encontro com a modernidade, p. 120.

⁵³ LIBÂNIO, J. B., Igreja Contemporânea – Encontro com a modernidade, p. 114.

⁵⁴ LIBÂNIO, J. B., Igreja Contemporânea – Encontro com a modernidade, p. 114-115.

⁵⁵ MANZATTO, A., Fundamentos Teológicos da *Gaudium et Spes*, p. 78.

As alegrias e as esperanças, as tristezas e as angústias dos homens de hoje, sobretudo dos pobres e de todos aqueles que sofrem, são também as alegrias e as esperanças, as tristezas e as angústias dos discípulos de Cristo; e não há realidade alguma verdadeiramente humana que não encontre eco no seu coração. Porque a sua comunidade é formada por homens, que, reunidos em Cristo, são guiados pelo Espírito Santo na sua peregrinação em demanda do reino do Pai, e receberam a mensagem da salvação para a comunicar a todos. Por este motivo, a Igreja sente-se real e intimamente ligada ao gênero humano e à sua história.⁵⁶

É, portanto, um documento através do qual os padres conciliares apresentam uma teologia dos “sinais dos tempos”. Nesta demonstram que é necessário conhecer e reconhecer o mundo (a sociedade) em que se está inserida, no tempo histórico efetivamente vivido. Só assim se poderá exercer o mandato missionário e se promover uma verdadeira evangelização.

Essa Igreja “no mundo”, que não deve estar mais fechada em si mesma, aproxima-se da realidade humana, percebendo as rápidas e profundas transformações pelas quais passam os indivíduos e a sociedade; identificando suas dores e oferecendo sua contribuição solidária, como companheira de caminho, testemunhando uma realidade que a ultrapassa: a salvação de Deus, em Jesus Cristo.⁵⁷ Os padres conciliares acrescentam que

O próprio movimento da história torna-se tão rápido, que os indivíduos dificilmente o podem seguir. O destino da comunidade humana torna-se um só, e não já dividido entre histórias independentes. A humanidade passa, assim, duma concepção predominantemente estática da ordem das coisas para outra, preferentemente dinâmica e evolutiva; daqui nasce uma nova e imensa problemática, a qual está a exigir novas análises e novas sínteses.⁵⁸

O texto da *Gaudium et Spes* é fundamental para se definir qual pessoa humana é destinatária do anúncio da salvação e, portanto, alvo da comunicação da Igreja: é a pessoa humana integral, em sua dimensão espiritual e corporal. A visão integral do ser humano se expressa no entendimento de que “a salvação, dom de Deus, é histórica. Realiza-se no tempo humano”,⁵⁹ numa comunidade, na qual os indivíduos vivem e trabalham. Como um ser de relação, o ser humano só se entende como gente na presença de outros seres. “A salvação passa, portanto, pela

⁵⁶ GS 1.

⁵⁷ TEPEDINO, A. M. A. L., *Iniciação Teológica*, p. 85.

⁵⁸ GS 5.

⁵⁹ TEPEDINO, A. M. A. L., *Iniciação Teológica*, p. 88.

relação de comunhão com Deus e Cristo, no Espírito, e pela comunhão com os demais seres humanos e com o mundo.”⁶⁰

Tepedino explica que as dimensões: pessoa, comunidade e trabalho estão enfatizadas no documento conciliar:

Para criar uma comunidade nova, onde vigorem novas relações, é preciso que a pessoa humana seja respeitada em sua dignidade, que possa se relacionar bem dentro de uma comunidade humana renovada, e que consiga um trabalho que seja reconhecido e valorizado. Pois a pessoa só se realiza dentro de uma comunidade, que a acolha, a respeite, ajude no seu crescimento, e também que possua meios de se sustentar através do trabalho.⁶¹

Tendo “diante dos olhos o mundo dos homens, ou seja, a inteira família humana, com todas as realidades no meio das quais vive”,⁶² os padres conciliares destacam que a Igreja existe para iluminar a problemática humana e salvar as pessoas e por isso,

nenhuma ambição terrena move a Igreja, mas unicamente este objetivo: continuar, sob a direção do Espírito Consolador, a obra de Cristo que veio ao mundo para dar testemunho da verdade, para salvar e não para julgar, para servir e não para ser servido.⁶³

A Igreja se retira do centro de sua ação pastoral (proselitista) e coloca a pessoa humana e sua salvação neste lugar. “Ela deve ser compreendida a partir do Reino e em função do mundo”,⁶⁴ estabelecendo com ele uma relação adequada: não está contra ele, mas também não está limitada ou condicionada por ele. Antes, deve influenciar a história com seus valores e sua prática, expressas nas suas opções institucionais em favor dos pobres e oprimidos, bem como no testemunho pessoal de seus membros, nas diversas realidades em que se encontrem na sociedade.

⁶⁰ TEPEDINO, A. M. A. L., *Iniciação Teológica*, p. 88.

⁶¹ TEPEDINO, A. M. A. L., *Iniciação Teológica*, p. 85.

⁶² GS 1.

⁶³ GS 1.

⁶⁴ TEPEDINO, A. M. A. L., *Iniciação Teológica*, p. 89.

3.1.3.1. Uma Igreja solidária e com rosto humano

Investigar os sinais dos tempos, é, segundo a GS, dever da Igreja, que precisa “interpretá-los à luz do evangelho; para que assim possa responder, de modo adaptado em cada geração, às eternas perguntas dos homens acerca do sentido da vida presente e da futura, e da relação entre ambas”.⁶⁵

Para cumprir esse dever, a Igreja não pode ignorar as novas tecnologias da comunicação, pois se vive hoje num mundo marcado pela tecnociência. Neste sentido, além do decreto *Inter Mirifica*, os padres conciliares dedicaram o número 4 da *Gaudium et Spes* às transformações provocadas pelo desenvolvimento das novas tecnologias e o desenvolvimento da cultura da comunicação. Afirma o documento que

A humanidade vive hoje uma fase nova da sua história, na qual profundas e rápidas transformações se estendem progressivamente a toda a terra. Provocadas pela inteligência e atividade criadora do homem, elas re incidem sobre o mesmo homem, sobre os seus juízos e desejos individuais e coletivos, sobre os seus modos de pensar e agir, tanto em relação às coisas como às pessoas. De tal modo que podemos já falar duma verdadeira transformação social e cultural, que se reflete também na vida religiosa.⁶⁶

O futuro da Igreja dependerá, em muito, de sua capacidade de dialogar com a tecnociência, pois as transformações que elas trazem criam um novo *bios* e um novo *ethos*. As mudanças rápidas que elas provocam desorientam muitas pessoas, pois modificam profundamente as condições de vida dos indivíduos, tanto do ponto de vista social como cultural, “de tal modo que é lícito falar de uma idade nova da história humana”.⁶⁷

Nela, faz-se necessário descobrir o espaço vital para a fé, que, num mundo marcado pela técnica e o desenvolvimento das ciências, deve ser uma “fé esclarecida” e livre.⁶⁸ A ela se impõem problemas novos que desafiam a novas respostas. Novas nem tanto no conteúdo, pois esse é imutável, tendo como fonte a Revelação; mas na forma, na linguagem e na abordagem. Isso se faz de suma importância porque os “novos e mais perfeitos meios de comunicação social permitem o

⁶⁵ GS 4.

⁶⁶ GS 4.

⁶⁷ GS 54.

⁶⁸ ZILLES, U., *A Gaudium et Spes e as ciências*, p. 700.

conhecimento dos acontecimentos e a rápida e vasta difusão dos modos de pensar e de sentir; o que, por sua vez, dá origem a numerosas repercussões”.⁶⁹

Numa época da cristandade não havia questionamentos quanto à existência ou não de Deus. Isso fez com que o discurso da Revelação estivesse calcado no fato de que a pessoa era capaz de conhecer Deus com certeza pela luz natural e pela razão humana, partindo das coisas criadas. Sendo consenso que tudo fora criado por Deus e que n’Ele tivesse seu fim último, era senso comum que esse Deus regesse o mundo e que também o comportamento humano fosse direcionado e julgado por suas leis.

Com o desenvolvimento das teorias de Charles Darwin e posteriormente o materialismo, o humanismo, o cientificismo e o secularismo, a imagem de Deus criador e regente da natureza sofreu um abalo, foi desmistificada e até negada. Com a emancipação do ser humano, o domínio de Deus sobre a humanidade foi rejeitado e sua existência posta em dúvida, até que se decreta a morte de Deus, deixando de ser um pressuposto válido na sociedade.

Sem saber como dialogar com essa nova realidade social e até como uma forma de resistência a ela, foram criados redutos cristãos na sociedade. Nestes espaços fechados se continuou a adotar um discurso meramente dogmático e moralista acerca de Deus, apresentando-o a partir de seus atributos de onisciência e onipotência, verdade e perfeição absolutas, inquestionáveis, que ditou uma lei ao ser humano à qual ele deve se configurar para alcançar a salvação.

A *Gaudium et Spes* traz como novidade a revisão dessa dinâmica pastoral. Os padres conciliares afirmam que “as vitórias do gênero humano são um sinal da magnitude de Deus”.⁷⁰

No número 58 do texto conciliar, ratifica-se a autonomia da cultura e das ciências e afirma-se que Deus se utilizou das culturas próprias de cada época para se manifestar ao ser humano. Reconhecendo a autonomia e a importância das culturas para o desenvolvimento de sua missão de comunicar o evangelho a toda criatura, a GS, entretanto, ressalta que a nenhuma cultura a Igreja está ligada exclusivamente, porque sua missão é universal, conferida por Cristo. Por isso, é chamada a fecundar todas as culturas, em todos os tempos e lugares, inclusive o digital.

⁶⁹ GS 6.

⁷⁰ ZILLES, U., *A Gaudium et Spes e as ciências*, p. 701.

Assim define a GS:

Múltiplos laços existem entre a mensagem da salvação e a cultura humana. Deus, com efeito, revelando-se ao seu povo até à plena manifestação de si no Filho encarnado, falou segundo a cultura própria de cada época.

Do mesmo modo, a Igreja, vivendo no decurso dos tempos em diversos condicionalismos, empregou os recursos das diversas culturas para fazer chegar a todas as gentes a mensagem de Cristo, para a explicar, investigar e penetrar mais profundamente e para lhe dar melhor expressão na celebração da liturgia e na vida da multi-forme comunidade dos fiéis.

Mas, por outro lado, tendo sido enviada aos homens de todos os tempos e lugares, a Igreja não está exclusiva e indissolúvelmente ligada a nenhuma raça ou nação, a nenhum gênero de vida particular, a nenhuma tradição, antiga ou moderna. Aderindo à própria tradição e, ao mesmo tempo, consciente da sua missão universal, é capaz de entrar em comunicação com as diversas formas de cultura, com o que se enriquecem tanto a própria Igreja como essas várias culturas.⁷¹

Em continuidade, a GS, faz-se essa assertiva:

O Evangelho de Cristo renova continuamente a vida e cultura do homem decaído e combate e elimina os erros e males nascidos da permanente sedução e ameaça do pecado. Purifica sem cessar e eleva os costumes dos povos. Fecunda como que por dentro, com os tesouros do alto, as qualidades de espírito e os dotes de todos os povos e tempos; fortifica-os, aperfeiçoa-os e restaura-os em Cristo. Deste modo, a Igreja, só com realizar a própria missão, já com isso mesmo estimula e ajuda a civilização, e com a sua atividade, incluindo a litúrgica, educa a interior liberdade do homem.⁷²

Assim, a Igreja assume uma postura positiva e não de condenação das culturas e das ciências. Atestando a limitação delas, não deixa de dialogar com as mesmas e de buscar formas de inculturação do Evangelho. Respalda, também, a justa liberdade dos fiéis (sejam leigos ou sejam clérigos) de investigação e de pensamento, bem como a expressão de seu conhecimento e opinião naquilo que seja de sua competência.⁷³

3.1.3.2.

Preocupação ética e social

Outro assunto tratado na GS é a questão ética que envolve o desenvolvimento tecnológico. Endossam os padres conciliares que ter a possibilidade de produzir

⁷¹ GS 58.

⁷² GS 58.

⁷³ GS 62.

mais alimentos, proporcionar mais conforto, salvaguardar vidas pelo progresso da medicina e promover uma comunicação global não significa, obrigatoriamente, fazer isso acontecer. Para tanto, é necessário querer fazer, ter como horizonte a dignidade do ser humano integral e o serviço à vida.

Pensar eticamente essas questões é uma missão não só dos filósofos, mas dos teólogos, também. As normas éticas tradicionais não dão conta das novidades deste tempo em que a tecnociência propicia ao ser humano condições de vida antes inimagináveis.

Zilles acredita que a reflexão ética deva ser permanentemente reavaliada, porque as tecnologias são constantemente atualizadas, tornando obsoleta, de um dia para a noite, uma prática social mediada por um dispositivo; ou um procedimento médico ou uma teoria científica. Sustenta o autor:

Exige-se uma nova ética, baseada, por um lado, na objetividade e, por outro, no serviço à vida. Tais critérios devem ser procurados e, em geral, só podem ser afirmados com certa probabilidade, porque quase sempre ignoramos, nesse campo, as consequências de nosso agir a longo prazo. Por isso, tais critérios devem ser permanentemente reavaliados, tanto à luz da fé quanto à luz da razão.⁷⁴

Os padres conciliares convidam os fiéis a unirem os conhecimentos novos que adquiriram, pelo estudo e reflexão crítica, à moral e à ética, vivendo “em estreita união com os demais homens do seu tempo” e procurando “compreender perfeitamente o seu modo de pensar e sentir, qual se exprime pela cultura”. E, assim,

Saibam conciliar os conhecimentos das novas ciências e doutrinas e últimas descobertas com os costumes e doutrina cristã, a fim de que a prática religiosa e a retidão moral acompanhem neles o conhecimento científico e o progresso técnico e sejam capazes de apreciar e interpretar todas as coisas com autêntico sentido cristão.⁷⁵

E qual o princípio ético que deve direcionar a atitude dos fiéis no diálogo com o mundo e a tecnociência: o ser humano integral em sua dignidade, no qual a tecnologia deve estar a serviço. Segundo o plano e a vontade de Deus, deve-se buscar que o uso e o desenvolvimento das novas tecnologias sejam “conforme com o verdadeiro bem da humanidade”, tornando “possível ao homem, individu-

⁷⁴ ZILLES, U., *A Gaudium et Spes* e as ciências, p. 704.

⁷⁵ GS 62.

almente considerado ou em sociedade, cultivar e realizar a sua vocação integral”.⁷⁶

Por isso, pontua o número 66:

Para satisfazer às exigências da justiça e da equidade, é necessário esforçar-se energicamente para que, respeitando os direitos das pessoas e a índole própria de cada povo, se eliminem o mais depressa possível as grandes e por vezes crescentes desigualdades econômicas atualmente existentes, acompanhadas da discriminação individual e social.⁷⁷

Esta ponderação se torna oportuna tendo em conta o crescente individualismo e indiferentismo que afeta os indivíduos na sociedade, ao mesmo tempo em que se aspira a uma vida plena e livre.

O mundo atual apresenta-se, assim, simultaneamente poderoso e débil, capaz do melhor e do pior, tendo patente diante de si o caminho da liberdade ou da servidão, do progresso ou da regressão, da fraternidade ou do ódio. E o homem torna-se consciente de que a ele compete dirigir as forças que suscitou, e que tanto o podem esmagar como servir. Por isso se interroga a si mesmo.⁷⁸

Dentre os diversos temas que merecem atenção, a exclusão dos mais pobres do ambiente digital deve estar na pauta das ações pastorais. Ao se refletir sobre os sinais dos tempos, cresce de maneira exacerbada essa nova modalidade de exclusão: os sem internet, fato gerado muitas vezes pela falta de recursos financeiros do indivíduo (que o impede de poder adquirir um pacote de dados, computador ou um dispositivo móvel), como já citado no capítulo dois. Outro motivo seria a falta de interesse de governos e da iniciativa privada em disponibilizar a tecnologia necessária para determinadas regiões geográficas.

A união de forças pela inclusão digital é vontade divina, pois como afirma os padres conciliares, “longe de pensar que as obras do engenho e poder humano se opõem ao poder de Deus, [...] os cristãos devem, pelo contrário, estar convencidos de que as vitórias do gênero humano manifestam a grandeza de Deus e são fruto do seu desígnio infável”.⁷⁹

⁷⁶ GS 35.

⁷⁷ GS 66.

⁷⁸ GS 9.

⁷⁹ GS 34.

Como se pode realizar uma evangelização digital inclusiva diante desse desafio? Esta pergunta ecoou na Igreja durante a pandemia de Covid-19, quando muitas ações migraram para o ambiente digital: celebrações eucarísticas, reuniões, encontros catequéticos, quermesses, entre outros. A resposta a essas indagações, entretanto, ainda está em aberto.

3.1.3.3.

O amor salvífico de Deus e a justa autonomia das realidades terrestres

Um passo decisivo do texto da *Gaudium et Spes* está no reconhecimento da autonomia das realidades terrestres (autonomia dos homens, das sociedades ou das ciências), que os padres conciliares consideraram justa e necessária e tem seu fundamento mesmo na Trindade. A partir dessa premissa, admite-se o valor da realidade humana, uma vez que Deus criou o ser humano com livre-arbítrio e capaz de criar e evoluir, dando-lhe o domínio sobre o mundo criado.

Os padres conciliares ensinam que Deus está presente na história humana não como um dominador, mas como um Deus que ama e que, por amor, quer a salvação de suas criaturas. Porém, adverte o texto, esta justa autonomia não deve ser confundida com independência total de Deus, porque “sem o Criador, a criatura não subsiste” e “se se esquece Deus, a própria criatura se obscurece”.⁸⁰

Afirma a GS 36:

Se por autonomia das realidades terrenas se entende que as coisas criadas e as próprias sociedades têm leis e valores próprios, que o homem irá gradualmente descobrindo, utilizando e organizando, é perfeitamente legítimo exigir tal autonomia. Para além de ser uma exigência dos homens do nosso tempo, trata-se de algo inteiramente de acordo com a vontade do Criador. Pois, em virtude do próprio fato da criação, todas as coisas possuem consistência, verdade, bondade e leis próprias, que o homem deve respeitar, reconhecendo os métodos peculiares de cada ciência e arte. Por esta razão, a investigação metódica em todos os campos do saber, quando levada a cabo de um modo verdadeiramente científico e segundo as normas morais, nunca será realmente oposta à fé, já que as realidades profanas e as da fé têm origem no mesmo Deus.⁸¹

No mesmo número, a GS destaca que o reconhecimento da autonomia da ciência não contradiz a ação do Espírito na Igreja:

⁸⁰ GS 36.

⁸¹ GS 36.

Antes, quem se esforça com humildade e constância por perscrutar os segredos da natureza, é, mesmo quando disso não tem consciência, como que conduzido pela mão de Deus, o qual sustenta as coisas e as faz ser o que são. Seja permitido, por isso, deplorar certas atitudes de espírito que não faltaram entre os mesmos cristãos, por não reconhecerem suficientemente a legítima autonomia da ciência e que, pelas disputas e controvérsias a que deram origem, levaram muitos espíritos a pensar que a fé e a ciência eram incompatíveis.

A atividade humana é aperfeiçoada na encarnação e no mistério pascal. Vê-se nos relatos bíblicos e da história natural que, não poucas vezes, o pecado marcou a relação dos homens com as invenções e descobertas científicas, quando, ao invés de servirem ao bem comum e à paz, foram utilizadas apenas em favor de uma pequena minoria ou para garantia de poder político. Tendo em conta essa realidade, a Igreja tem a missão de testemunhar que em Cristo “o caminho do amor está aberto para todos e que o esforço por estabelecer a universal fraternidade não é vão”⁸², um amor que não deve ser vivido “apenas nas coisas grandes, mas, antes de mais, nas circunstâncias ordinárias da vida”.⁸³

Manzatto acentua que, ciente de sua missão no mundo, a Igreja entende-se discípula de Cristo e, como tal, quer aprender com o Mestre como viver e se relacionar com o mundo. A forma de fazer isso não é através de teorias, porque “os Evangelhos não nos narram teorias sobre o ser do Filho de Deus, mas o mostram em ação, indicando como foi sua vida”.⁸⁴ Assim, garante o teólogo,

As razões do comportamento e da ação da Igreja no mundo não são, por isso, de natureza sociológica e ideológica ou meramente ética, mas sim teológica. A fonte da ação da Igreja se encontra em Deus mesmo, no seu comportamento, na sua maneira de ser. [...] a escuta da Palavra de Deus e a experiência da vivência de seu mistério dentro da história exige um olhar atento sobre a realidade, sobre o ser humano, sua criatura e seu parceiro na Aliança. É a dialética, exigida pela experiência cristã, entre revelação e mistério, transcendência e história, comunicação e inefabilidade.⁸⁵

3.1.3.4.

A missão entendida como ser da Igreja

A GS apresenta a missão como constitutiva do ser da Igreja e não apenas como uma tarefa, uma atividade, porque esse mandato foi recebido por ela dire-

⁸² GS 38.

⁸³ GS 38.

⁸⁴ MANZATTO, A., Fundamentos Teológicos da *Gaudium et Spes*, p. 86.

⁸⁵ MANZATTO, A., Fundamentos Teológicos da *Gaudium et Spes*, p. 87.

tamente de Cristo. É para isso que ela existe: para que o mundo creia e o projeto de Deus se realize. E este é o motivo pelo qual ela precisa encarnar-se na história da humanidade, “trabalhando para que as pessoas experimentem condições de vida que as aproximem mais do desígnio salvífico de Deus”.⁸⁶

Para Manzatto, “encarnar-se significa assumir as condições histórico-sociais nas quais o ser humano vive”.⁸⁷ O autor defende que as realidades terrestres não são estranhas à Igreja, porque ela vive no mundo, estando sujeita aos mesmos condicionamentos históricos da humanidade.

A este mandato respondem todos os fiéis batizados, todo o povo de Deus, na diversidade de dons, vocações, carismas e ministérios. “Todos são chamados a ser sujeito no grande sujeito, que é a Igreja, Povo de Deus a caminho do Reino”⁸⁸.

O próximo tópico refere-se à dimensão missionária da Igreja, a partir de outro documento conciliar: o decreto *Ad Gentes*.

3.1.4.

Decreto *Ad Gentes*: a missão é essência, não é somente ação

Uma nova era de missão inicia para a Igreja com a publicação do decreto *Ad Gentes*: houve uma mudança de paradigma e de entendimento acerca do objetivo e da forma de fazer missão que diz respeito diretamente ao objeto desta pesquisa.

Dirigida aos povos, a ação missionária da Igreja não está direcionada apenas a um seguimento social, nem mesmo a um ambiente específico, como aconteceu em outras épocas históricas, quando os destinatários da missão eram os povos bárbaros, por exemplo.

Outro ponto salutar é a mudança do entendimento de que a Igreja não deve estar preocupada em “ter missões” (abordagem territorial) mas, sim, e prioritariamente, em “ser missionária” (abordagem existencial).

O documento, em seu número 1, chama a atenção para o fato de que:

A Igreja, enviada por Deus a todas as gentes para ser «sacramento universal de salvação», por íntima exigência da própria catolicidade, obedecendo a um mandato do seu fundador, procura incansavelmente anunciar o Evangelho a todos os homens. Já os próprios Apóstolos em que a Igreja se alicerça, seguindo o exemplo de Cristo, «pregaram a palavra da verdade e geraram as igrejas». Aos seus sucessores compe-

⁸⁶ MANZATTO, A., Fundamentos Teológicos da *Gaudium et Spes*, p. 91.

⁸⁷ MANZATTO, A., Fundamentos Teológicos da *Gaudium et Spes*, p. 91.

⁸⁸ MANZATTO, A., Fundamentos Teológicos da *Gaudium et Spes*, p. 88.

te perpetuar esta obra, para que «a palavra de Deus se propague rapidamente e seja glorificada (2 Tess. 3,1), e o reino de Deus seja pregado e estabelecido em toda a terra».⁸⁹

Em *Ad Gentes*, os padres conciliares expressam que a essência da Igreja é ser testemunha da Boa Notícia aos homens de todos os tempos e lugares. Um testemunho a ser dado na história, indo ao encontro do ser humano, onde ele está, e em suas mais diversas condições sociais:

Aquilo que uma vez foi pregado pelo Senhor ou aquilo que n'Ele se operou para salvação do gênero humano, deve ser proclamado e espalhado até aos confins da terra, começando por Jerusalém, de modo que tudo quanto foi feito uma vez por todas, pela salvação dos homens, alcance o seu efeito em todos, no decurso dos tempos.⁹⁰

O documento delinea os princípios da atividade missionária em seis capítulos, além do proêmio e da conclusão: princípios doutrinários, números de 2 a 9; a obra missionária, números de 10 a 18; as Igrejas particulares, números de 19 a 22; os missionários, números de 23 a 27; a organização da atividade missionária, números 28 a 34; e a cooperação, números 35 a 41.

Em seu texto magistral, os padres conciliares recolocaram a missão no coração da Igreja, reanimando a prática pastoral nas igrejas particulares. Sua aprovação recebeu 2.394 votos favoráveis e apenas cinco desfavoráveis, sendo o documento com a maior aprovação do Vaticano II.

3.1.4.1.

Para que o mundo creia: a missão é questão de amor universal

A passagem de uma compreensão acerca da missão de uma dimensão territorial e operativa, tarefa de um grupo específico, para uma dimensão existencial, estendida a todo povo de Deus, além de conferir novo dinamismo à ação pastoral na Igreja Católica, abriu caminho para que se pudesse pensar em integração do Evangelho no ambiente digital.

Sendo essência da Igreja e não simplesmente uma ação, a missão chama todo povo de Deus à atualização de uma mentalidade colonialista e proselitista, para

⁸⁹ AG 1.

⁹⁰ AG 3.

assumir o ser “sal da terra e luz do mundo” (Mt 5,13-16), em diálogo com a sociedade pluralista, onde o cristão deve fazer-se presente e atuante.

A visão *ad gentes* abre o entendimento a respeito da evangelização de todos os povos. Antes a missão tinha um público direcionado: “os selvagens”, povos considerados não evoluídos, cujas culturas não eram valorizadas, porque eram ditas inferiores, não desenvolvidas, necessitadas de tutela.

Raschiatti lembra que o ponto de vista no tocante à missão cristã “foi, muitas vezes, marcada por um trágico senso de superioridade, pela negação do outro e pela sangrenta expansão colonial, pois os destinatários da missão não eram ‘todos’ os povos, mas apenas os povos considerados selvagens”.⁹¹

A missão aos povos, num tempo de mudança de época, vislumbra, de acordo com a GS, para uma compreensão de que não cabe à Igreja “conquistar”, mas ser sinal de salvação para o mundo: “com profunda compreensão, com sincera admiração e com franco propósito de não o conquistar, mas de valorizá-lo; não de condená-lo, mas de confortá-lo e de salvá-lo”.⁹²

Pedem os padres conciliares que

Assim como o próprio Cristo perscrutou o coração dos homens e por meio da sua conversação verdadeiramente humana os conduziu à luz divina, assim os seus discípulos, profundamente imbuídos do Espírito de Cristo, tomem conhecimento dos homens no meio dos quais vivem, e conversem com eles, para que, através dum diálogo sincero e paciente, eles aprendam as riquezas que Deus liberalmente outorgou aos povos; mas esforcem-se também por iluminar estas riquezas com a luz evangélica, por libertá-las e restituí-las ao domínio de Deus Salvador.⁹³

A missão é apresentada em uma visão global, mais própria para o tempo histórico em que se vive, marcado pela sociedade em rede e o avanço da tecnologia: uma atitude de escuta, de abertura, que propicia o diálogo, entendendo “os povos” não somente como determinados povos, mas realmente como todos os povos, incluindo nesse caso, os do mundo digital.

Como essência da Igreja, o “ide” pronunciado por Jesus como um mandato, ganha com o decreto *Ad Gentes* uma interessante dimensão, que se soma à missão *ad extra* (para fora dos muros das paróquias) e à missão *ad intra* (para dentro do corpo comunitário eclesial), ampliando, assim, a dimensão da ação pastoral. A

⁹¹ RASCHIETTI, E., *Ad Gentes*. Texto e comentário, p. 7.

⁹² RASCHIETTI, E., *Ad Gentes*. Texto e comentário, p. 7.

⁹³ AG 11.

“tensão” missionária foi alargada, ou seja, todo plano de pastoral precisa, basicamente, contemplar ações em nível local, restrito, e em nível amplo “fora dos muros”.

Como essência da Igreja, a dimensão missionária é um “eixo vital e quantitativo e indenitário de toda a vida discipular”.⁹⁴ Sendo assim, é um patrimônio e um compromisso de todos os batizados e de todas as pastorais, chamados a deixar um pensamento e uma prática individualista, fechada, para lançar-se, com confiança e ousadia no mundo: “deverá alargar continuamente o seu olhar em sua compaixão e sua ação na tensão entre local e mundial”.⁹⁵

A Igreja tem de estar presente a estes agrupamentos humanos por meio dos seus filhos que entre eles vivem ou a eles são enviados. Com efeito, todos os fiéis cristãos, onde quer que vivam, têm obrigação de manifestar, pelo exemplo da vida e pelo testemunho da palavra, o homem novo de que se revestiram pelo Batismo, e a virtude do Espírito Santo por quem, na Confirmação, foram robustecidos, de tal modo que os demais homens, ao verem as suas boas obras, glorifiquem o Pai e compreendam, mais plenamente o sentido genuíno da vida humana e o vínculo universal da comunidade humana.⁹⁶

Nesse contexto, sobressai-se a corresponsabilidade dos leigos para com a missão da Igreja: “os leigos colaboram na obra de evangelização da Igreja e participam da sua missão salvífica, ao mesmo tempo como testemunhas e como instrumentos vivos sobretudo se, depois de chamados por Deus, são incorporados pelos bispos nesta empresa”.⁹⁷

A dimensão escatológica da missão, que prevalece no texto conciliar, difunde a atividade missionária como própria do movimento de amor da Trindade para com o ser humano, “manifestação ou epifania dos desígnios de Deus e a sua realização no mundo e na sua história, na qual Deus, pela missão, manifestamente vai tecendo a história da salvação”.⁹⁸

⁹⁴ RASCHIETTI, E. *Ad Gentes*. Texto e comentário, p. 33.

⁹⁵ RASCHIETTI, E. *Ad Gentes*. Texto e comentário, p. 33.

⁹⁶ AG 11.

⁹⁷ AG 41.

⁹⁸ AG 9.

3.2.

Pensando a ação pastoral pós-Concílio Vaticano II

A ação pastoral da Igreja no campo das comunicações teve impulso a partir do Concílio Vaticano II, com a determinação pelo decreto *Inter Mirifica* para a criação do secretariado mundial especializado nos meios de comunicação (cf. IM, 19). Essa foi concretizada em 1964, com o nome de Comissão para as Comunicações Sociais (CCS). Posteriormente (em 1988) transformada em Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais (PCCS) e que, em junho de 2016, recebeu nova configuração, através de uma Carta Apostólica em forma de “*Motu proprio*”, do Papa Francisco, tornando-se Dicastério da Cúria Romana, sendo denominada Secretaria para a Comunicação.⁹⁹

Outra determinação dos padres conciliares foi a publicação de uma Instrução Pastoral sobre os meios de comunicação.¹⁰⁰ Ela foi promulgada em 1971, intitulada *Communio et Progressio* (CP), oferecendo uma decisiva orientação doutrinária e um aprofundamento teológico fundamental para o uso dos meios de comunicação na pastoral.

A seguir, propõe-se uma análise desse documento, considerado como Magna Carta da comunicação cristã.¹⁰¹ Depois, o estudo versa sobre outro valioso texto: o *Aetatis Novae* (AN), instrução pastoral escrita para comemorar os 20 anos da CP, que atualizou algumas de suas reflexões e reafirmou outras.¹⁰²

⁹⁹ Foram reunidos nesse novo Dicastério os organismos: Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais; Sala de Imprensa da Santa Sé; Serviço de Internet do Vaticano; Rádio Vaticano; Centro Televisivo do Vaticano; L'Osservatore Romano; Tipografia do Vaticano; Serviço Fotográfico; e Libreria Editrice Vaticana.

¹⁰⁰ IM 23.

¹⁰¹ DARIVA. N. [org.], Comunicação social na Igreja – Documentos fundamentais, p. 82.

¹⁰² No período que separa as duas instruções pastorais (*Communio et Progressio* e *Aetatis Novae*), um documento de São Paulo VI ofereceu um importante contributo para a reflexão sobre a importância da comunicação para a Igreja: a Exortação Apostólica *Evangelii Nuntiandi*, publicada em 1975. Nela, afirma-se, no n. 45, que: “No nosso século tão marcado pelos ‘*mass media*’ ou meios de comunicação social, o primeiro anúncio, a catequese ou o aprofundamento ulterior da fé não podem deixar de se servir destes meios conforme já acentuado. Postos ao serviço do Evangelho, tais meios são susceptíveis de ampliar, quase até ao infinito, o campo para poder ser ouvida a Palavra de Deus e fazem com que a Boa Nova chegue a milhões de pessoas. A Igreja viria a sentir-se culpável diante do seu Senhor, se ela não lançasse mão destes meios potentes que a inteligência humana torna cada dia mais aperfeiçoados. É servindo-se deles que ela ‘proclama sobre os telhados’, a mensagem de que é depositária. Neles, encontra uma versão moderna e eficaz do púlpito. Graças a eles consegue falar às multidões”.

3.2.1.

***Communio et Progressio*: mais um passo de aproximação positiva entre a comunicação e a Igreja**

Em continuidade com o IM, a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* reafirma como positiva a relação da Igreja com os meios de comunicação. Em seu texto, define esses meios como dons de Deus, “na medida em que, segundo intenção providencial, criam laços de solidariedade entre os homens, pondo-se, assim, a serviço da Sua vontade salvífica”.¹⁰³

Esse serviço apresenta-se de forma tríplice, possibilitando a manifestação da Igreja ao mundo, promovendo no seio da mesma o diálogo e atualizando-a sobre a mentalidade das pessoas deste tempo, “às quais ela deve anunciar o Evangelho, mas usando uma linguagem compreensível ao mundo e partindo da problemática que agita o gênero humano”.¹⁰⁴ Dessa maneira, a comunicação passa a ser assim alternada: “a Igreja se comunica ao mundo; os vários componentes da Igreja se comunicam entre si; o mundo comunica à Igreja”.¹⁰⁵

As bases da Teologia da Comunicação são lançadas nesta Instrução, que estimula a Igreja a utilizar as novas tecnologias para a evangelização, admitindo que elas influenciam e afetam o ser humano.

A *Communio et Progressio* enfatiza que a Igreja deve seguir os passos de Cristo, o perfeito comunicador,¹⁰⁶ que durante sua vida terrestre usou os meios de comunicação que estavam ao seu dispor para anunciar o Reino de Deus. Atitude que foi repetida pelos apóstolos na tarefa evangelizadora e que precisa ser continuada pela Igreja nos tempos modernos, pois ela “é o instrumento histórico da comunicação salvífica para todos os homens e mulheres”.¹⁰⁷ Esclarece o documento:

[...] também o nosso trabalho apostólico atual deve usar as mais recentes descobertas da técnica. De fato seria impossível, hoje em dia, cumprir o mandato de Cristo,

¹⁰³ CP 2.

¹⁰⁴ CP 125.

¹⁰⁵ SASSI, S., Aprofundando a relação entre pastoral e comunicação, p. 5-6.

¹⁰⁶ CP 11 e 22.

¹⁰⁷ ZANON, D., Comunicar o Evangelho – Panorama histórico do magistério da Igreja sobre a comunicação, p.73.

sem utilizar as vantagens oferecidas por esses meios que permitem levar a mensagem a um número muito superior de homens.¹⁰⁸

A ênfase da Instrução Pastoral, entretanto, ainda é ao uso instrumental da mídia, uma visão que vigorava na década de 70 e perdurou na Igreja até a década de 90, quando foi publicada a Carta Encíclica *Redemptoris Missio* (dezembro de 1990), do Papa João Paulo II, primeiro documento no qual o Magistério universal deixa de se referir à comunicação apenas a partir dos meios, mas fala de um "ambiente", de uma cultura.¹⁰⁹

Alguns princípios apontados pela *Communio et Progressio*, que teve relevância na dissertação de mestrado,¹¹⁰ defendida em 2017, e que se reproduz por entender pertinente ao tema desta pesquisa:

A visão dos meios de comunicação como instrumento do progresso humano – O documento afirma que os meios de comunicação social são importantes para o progresso humano e estão em conformidade com os planos de Deus para a salvação da humanidade, pois possibilitam a comunhão e o progresso das relações humanas. Por isso mesmo é dever de todos os homens utilizá-los com responsabilidade, para que promovam a procura da verdade e a unidade entre pessoas e povos, em vista do bem comum (CP, n. 13-16, 18-21 e 73).

O direito à liberdade de expressão e à informação – O Pontifício Conselho valorizou a opinião pública e a liberdade de expressão como características da natureza social do homem, e reconheceu que elas contribuem para o enriquecimento e o progresso da vida social (CP, n. 24-28, 32-35 e 44-47).

Nesta temática, o documento faz uma afirmação muito importante para a comunicação católica, especialmente em tempos em que o secularismo avança na sociedade e muitos contestam a concessão de emissoras de rádio e canais de TV para a Igreja: todos os indivíduos têm direito de ter acesso à informação, bem como têm o direito de informar (comunicar) livremente. "Na prática da vida social, este direito de comunicação implica possibilidade, para indivíduos e grupos, de obter e difundir notícias – o que requer livre acesso aos meios de comunicação" (CP, n. 47).

Em relação à sua prática pastoral, ao reafirmar o Concílio Vaticano II dizendo que a Igreja deve buscar ter diálogo e se relacionar com os homens de seu tempo, o texto especifica que ela "cumpre esta obrigação informando e ouvindo atentamente a

¹⁰⁸ CP126. Assim, o uso dos meios de comunicação na Igreja deixa de ser proibido, ou restritivo, para ser obrigatório, confirmando e concretizando as indicações do Concílio Vaticano II.

¹⁰⁹ Afirma a *Redemptoris Missio*: "O uso dos *mass-media*, no entanto, não tem somente a finalidade de multiplicar o anúncio do Evangelho: trata-se de um fato muito mais profundo porque a própria evangelização da cultura moderna depende, em grande parte, da sua influência. Não é suficiente, portanto, usá-los para difundir a mensagem cristã e o Magistério da Igreja, mas é necessário integrar a mensagem nesta 'nova cultura', criada pelas modernas comunicações. É um problema complexo, pois esta cultura nasce, menos dos conteúdos do que do próprio fato de existirem novos modos de comunicar com novas linguagens, novas técnicas, novas atitudes psicológicas. O meu predecessor Paulo VI dizia que 'a ruptura entre o Evangelho e a cultura é, sem dúvida, o drama da nossa época'; e o campo da comunicação moderna confirma plenamente este juízo" (n. 37c).

¹¹⁰ SOUZA, A. D. G., A Igreja diante da cultura midiática digital: desafios, caminhos e perspectivas, p. 59-61.

opinião pública, dentro e fora da Igreja", pois faz parte da sociedade humana do seu tempo (CP, n. 114-115). Além disso, a *Communio et Progressio* ressalta que a comunicação social é um elemento que articula qualquer atividade da Igreja.

Prudência e discernimento também são palavras destacadas pelo Pontifício Conselho, que afirma que os direitos à informação e à liberdade de expressão não se sobrepõem ao direito à verdade, à proteção do bom nome dos indivíduos, ao respeito à vida privada das pessoas e ao direito ao segredo se as necessidades, o dever profissional ou o bem comum o exigem (CP, 42).

A busca da verdade e do bem comum – Prerrogativas de toda a atividade comunicativa, a busca da verdade exige a rejeição de toda propaganda "que deturpe a realidade ou difunda preconceitos; que espalhe meias verdades, instrumentalize a informação ou omita elementos importantes" (CP, n. 29-30). Esta condição também é apresentada ao exercício do jornalismo, que "não deve ceder à tentação do sensacionalismo" e em nome da audiência tirar a notícia do seu contexto ou exagerar os fatos acontecidos.

A educação para a comunicação – Para que haja um bom uso dos meios de comunicação, os profissionais e os receptores da mensagem devem instruir-se e saber utilizar todos os recursos dos meios de comunicação.

Tanto as autoridades civis como os dirigentes eclesiais e os educadores devem desempenhar o seu papel, de modo que o bem comum, para o qual tais instrumentos podem contribuir, realize-se plenamente (CP, n. 63).

Assim, é missão da Igreja educar crianças, jovens e adultos para o bom uso e consumo dos meios de comunicação, para escolherem entre as diversas comunicações e exercerem um senso crítico perante as produções midiáticas (CP, n. 65-70, 81-83 e 107).

Importante passo também foi dado pelo documento no que diz respeito a preparação do clero para o uso dos meios de comunicação. O texto afirma que o estudo da Teologia e a formação de novos sacerdotes e religiosos deve ter presente em seu conteúdo as problemáticas da comunicação, bem como sua técnica e fundamentos (CP, n.108 e 111).

Profissionalização – A *Communio et Progressio* demonstrou grande preocupação com a qualidade dos programas da Igreja. Enfatiza a necessidade de que a linguagem nos programas produzidos, seja no rádio, seja na televisão, não pareça um decalque da linguagem dos púlpitos (CP, n. 128). Por isso, ressaltou a necessidade do trabalho nos meios de comunicação eclesiais serem realizados de forma profissional, por agentes com uma especialização teórica e prática, bem como uma boa formação humana (CP, n. 71-72). Para tanto, afirmou, "os produtores católicos têm direito de receber apoio moral da parte da Igreja", porque seria lamentável se o nível dos programas de índole religiosa fosse inferior ao dos programas seculares (CP, n. 104, 128-131, 150-153, 162-164).

3.2.2.

***Aetatis Novae*: um olhar sobre as novas tecnologias e sua importância para a evangelização**

A Instrução Pastoral *Aetatis Novae* foi escrita em comemoração aos 20 anos da publicação da *Communio et Progressio*. Passadas duas décadas do primeiro texto, o documento buscou atualizar o discurso da Igreja em relação à comunicação, confirmando aquilo que já tinha sido registrado, mas incluindo nele as novas

tecnologias da comunicação e da informação. Enfatiza-se a necessidade de se refletir em nível pastoral sobre as consequências das novas tecnologias, porque já “não existe lugar onde não seja sentido o impacto dos *mass media* no comportamento religioso e moral, nos sistemas políticos e sociais e na educação”¹¹¹.

A reflexão pastoral difundida por este documento baseia-se na constatação de que a Igreja não pode virar as costas ou renegar a mídia, porque o advento das novas tecnologias condiciona a experiência humana e o que o ser humano contemporâneo entende por vida e sociedade.

Tendo sido publicada em 1992, dois anos após a Carta Encíclica *Redemptoris Missio*, quando, como dito anteriormente, a Igreja pela primeira vez faz referência a uma cultura, criada pelas novas tecnologias, a AN busca superar a visão instrumentalista *dos media*, admitindo sua influência sobre a sociedade, mas ainda não desenvolve, propriamente, uma reflexão acerca da cultura midiática.

Informa o documento, em seu número 2, que

No decurso dos anos que se seguiram à promulgação de *Inter Mirifica* e *Communio et Progressio*, habituamo-nos a expressões tais como ‘sociedade de informação’, ‘cultura dos *mass media*’ e ‘geração dos *mass media*’. Este tipo de expressões é relevante: sublinha que o que a humanidade do nosso tempo sabe e pensa da vida está, em parte, condicionado pelos meios de comunicação; a experiência humana como tal tornou-se uma experiência vivida através dos *mass media*.

Os últimos decênios foram, igualmente, teatro de novidades sensacionais em matéria de tecnologias das comunicações. Isto implicou tanto uma evolução rápida das velhas tecnologias, como o surgir de novas tecnologias das comunicações [...]. O uso dos novos *mass media* deu origem ao que se pôde chamar ‘novas linguagens’, e suscitou ulteriores possibilidades para a missão da Igreja, assim como novos problemas pastorais.

Para a reflexão pastoral, duas afirmações da Instrução são preponderantes no decorrer do texto: que é apropriado investir numa pastoral que seja “da” e “na” comunicação; e a necessária atenção que deve ser dada à pastoral com os profissionais dos meios de comunicação, frequentemente “expostos a pressões psicológicas e particulares dilemas éticos”.¹¹²

Outro tema que recebe atenção em AN é o planejamento pastoral, que ganhou um anexo denominado *Elementos para um plano pastoral de comunicação*.

¹¹¹ AN 1.

¹¹² AN 19, 29, 33.

A Igreja é comunicação, por isso, a comunicação precisa fazer parte de todos os planos pastorais.

Não basta, por conseguinte, ter nas igrejas particulares um projeto de pastoral da comunicação, como algo separado ou complementar à missão comum, que seja executado apenas por um grupo específico de agentes pastorais. Reafirma-se a necessidade do profissionalismo nos departamentos de comunicação da Igreja e do investimento na formação doutrinal e espiritual do comunicador católico.¹¹³

Empreender na comunicação é apresentado, no texto da Instrução *Aetatis Novae*, como um dever dos bispos. Neste tópico, também é incentivado que os responsáveis pela decisão da distribuição dos recursos da Igreja não vejam o dinheiro gasto com a comunicação como uma despesa, mas, sim, como um investimento necessário e prioritário.

Além disso, declara que "o trabalho dos meios de comunicação não é só uma atividade complementar que vem a se juntar às outras atividades da Igreja"¹¹⁴ e credencia que a comunicação tem uma importância própria, diferenciada, para todos os aspectos da missão da Igreja.

Esta assertiva é fundamental para a prática pastoral da Igreja, em seus apóstolos e ministérios,¹¹⁵ porque todos têm a missão de evangelizar e, por consequência, de comunicar. Por esse motivo, o texto reforça que

Os meios de comunicação social podem e devem ser instrumentos a serviço do programa de reevangelização e de nova evangelização da Igreja no mundo contemporâneo. [...] A evangelização atual deveria encontrar apoio na presença ativa e aberta da Igreja no mundo das comunicações.¹¹⁶

É prudente, pois, que os pastores e o povo de Deus aprofundem o sentido de tudo o que diz respeito aos meios de comunicação e os traduza em projetos "concretos e realizáveis".¹¹⁷

¹¹³ AN 18.

¹¹⁴ AN 17.

¹¹⁵ AN 17 e 23.

¹¹⁶ AN 11.

¹¹⁷ AN 3, 21 e 23-33.

3.2.3. O PCCS e sua preocupação com a pessoa humana, a ética e o bem comum nos “novos areópagos”

Ao longo de sua existência, o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais publicou outros documentos, além da *Communio et Progressio* e a *Aetatis Novae*, que ajudaram a Igreja a acompanhar a mudança de época que a sociedade estava passando, com o desenvolvimento das novas tecnologias.

O reconhecimento de que evangelizar é um ato de comunicação, e que os novos *media* são os areópagos dos tempos modernos e pós-modernos,¹¹⁸ fez amadurecer a consciência de que o processo comunicacional precisava ser bem refletido e compreendido pela Igreja universal e no interior das igrejas particulares.

Esta foi e continua sendo uma tarefa complexa, que avança lentamente e foi sendo absorvida à medida que os documentos foram sendo publicados, estudados e aplicados, embora ainda existam muitas lacunas na ação pastoral nas igrejas particulares, tema para o capítulo quatro desta tese. Os seguintes documentos integram o PCCS:

1989 – Pornografia e violência nos meios de comunicação;

1989 – Critérios de colaboração ecumênica e inter-religiosa no campo das comunicações sociais;

1997 – Ética na publicidade;

2000 – Ética nas comunicações sociais;

2002 – Igreja e Internet;

2002 – Ética na Internet.

Com estes textos, o PCCS reafirma que os modernos meios de comunicação possuem um papel a desempenhar na história da humanidade. A preocupação ética e o correto uso das novas tecnologias, para que seja promovido o bem co-

¹¹⁸ Termo usado pelo Papa João Paulo II na Encíclica *Redemptoris Missio* para definir os modernos meios de comunicação. Maria Clara Bingemer explica o significado desta expressão utilizada pelo pontífice: "Paulo, depois de ter pregado em numerosos lugares, chega a Atenas e vai ao areópago, onde anuncia o Evangelho, usando uma linguagem adaptada e compreensível para aquele ambiente (Cf. At 17, 22-31). O areópago representava, então, o centro da cultura do douto povo ateniense, e hoje pode ser tomado como símbolo dos novos ambientes onde o Evangelho deve ser proclamado" (In "Os Desafios que os Modernos Areópagos apresentam para a Evangelização segundo a Encíclica *Redemptoris Missio* do Papa João Paulo II". *Revista Atualidade Teológica*, n. 38, p. 357).

num,¹¹⁹ assim como o resguardo da dignidade humana, são as principais preocupações.

Os documentos também refletem sobre a necessidade de interpretar os sinais do tempo com prudência e responsabilidade, e formar um espírito crítico, tanto no receptor quanto no emissor, evitando-se, assim, a manipulação do Evangelho em benefício de interesses particulares, sejam pessoais ou institucionais. Somente desse modo a Igreja poderá realizar sua missão profética na internet, integrando a mensagem do Evangelho ao novo ambiente criado pelas mídias digitais.

Além da formação para o uso das novas tecnologias, o PCCS, através de seus textos, adverte para necessidade de se promover o protagonismo da sociedade na participação de um movimento que se ocupe com as políticas de comunicação:

[...] esta participação deveria ser organizada, sistemática e genuinamente representativa, não inclinada ao favorecimento de grupos particulares. Este princípio aplica-se até mesmo, e talvez de modo especial, onde os *mass media* são privadamente possuídos e operados em vista do lucro.¹²⁰

Outra preocupação recorrente é para com os pobres e excluídos da sociedade. Em *Igreja e Internet* e em *Ética na Internet*, o Pontifício Conselho chama a atenção para o surgimento de uma nova forma de exclusão: os sem informação (ou sem conexão), que o documento classifica como “pobres de informação”, apontando a necessidade de serem criadas condições para que todas as pessoas tenham a possibilidade de ter acesso, gratuitamente, às novas tecnologias, para usufruir de seus benefícios.¹²¹

Reafirma o texto de *Ética na Internet*:

A expressão ‘divisão digital’ salienta o fato de que os indivíduos, os grupos e as nações devem ter acesso às novas tecnologias em ordem a participar nos prometidos benefícios da globalização e do desenvolvimento, e não ser privados dos mesmos. É imperativo ‘que a brecha entre os beneficiários dos novos meios de informação e expressão, e os que ainda não tiveram acesso aos mesmos, não se converta noutra obstinada fonte de desigualdade e discriminação’ (João Paulo II, Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações, 1997). Devem-se encontrar formas de tornar a internet acessível aos grupos menos avantajados, ou diretamente ou pelo menos vinculando-a aos meios de comunicação tradicionais, cujo custo seja inferior.

¹¹⁹ Igreja e Internet 5.

¹²⁰ Ética nas Comunicações Sociais 23-24.

¹²¹ Ética na Internet 10.

O espaço cibernético deve constituir um recurso de informações e serviços abrangentes, disponíveis gratuitamente para todos, e numa vasta gama de línguas. As instituições públicas têm a particular responsabilidade de criar e de manter sites deste gênero.¹²²

A Igreja acredita que as novas tecnologias precisam ser utilizadas para a construção do bem comum. Tal prática só poderá acontecer se o seu uso for orientado por um compromisso social e pessoal em prol da prática da solidariedade, que inclua a todos. Afinal, a comunicação precisa visar ao desenvolvimento integral das pessoas, porque “todos merecem a oportunidade de crescer e florescer em relação à íntegra variedade de bens físicos, intelectuais, emocionais, morais e espirituais”.¹²³

Também, por esse motivo, a presença da Igreja na internet não é uma escolha estratégica, simplesmente, mas sim uma ação constitutiva de seu mandato missionário, pois, diante dos dilemas éticos e sociais que a cultura digital faz emergir, a Igreja pode e deve contribuir “com dois elementos de enorme importância: o seu compromisso em benefício da dignidade da pessoa humana e a sua longa tradição de sabedoria moral”.¹²⁴

É por isso que ela deve estar visível e presente de forma ativa nas redes sociais e nos meios de comunicação tradicionais. Não é para ter visibilidade somente, nem para aumentar seus quadros (proselitismo) ou defender sua cosmovisão. É pelo fato de que somente dessa forma poderá participar do debate público e contribuir para o desenvolvimento das comunicações, influenciando positivamente seus padrões técnicos e sociais¹²⁵ em vista do serviço amoroso ao ser humano e de sua salvação.

Neste panorama, o PCCS faz uma exortação aos que exercem a liderança na Igreja:

Os líderes da Igreja têm o dever de lançar mão do [pleno] potencial da 'era do computador' para servir a vocação humana e transcendente do homem e para dar assim glória ao Pai, de quem vêm todas as coisas boas'. Eles devem empregar esta tecnologia surpreendente em muitos aspectos diferentes da missão da Igreja explorando, ao mesmo tempo, as oportunidades para a cooperação ecumênica e inter-religiosa no seu uso, '[...] de tal maneira que todos os homens e mulheres possam ouvir falar

¹²² Igreja e Internet 10.

¹²³ Ética nas Comunicações Sociais 21.

¹²⁴ Ética nas Comunicações Sociais 5.

¹²⁵ Ética na Internet 18.

do amor que está na autocomunicação de Deus em Jesus Cristo, o mesmo ontem, hoje e para toda a eternidade'.¹²⁶

3.2.3.1.

Serviço à vocação transcendente do ser humano

A finalidade e a medida do uso dos meios de comunicação social para a Igreja, como foi dito anteriormente, é a pessoa, a comunidade humana e o bem comum,¹²⁷ nos quais deve se guiar todo empreendimento evangelizador na cultura da comunicação. Só faz sentido “estar presente na rede” se for para “servir a vocação humana e transcendente do homem”.

Esta preocupação foi a gênese dos documentos *Pornografia e violência nos meios de comunicação*; *Critérios de colaboração ecumênica e inter-religiosa no campo das comunicações sociais*, e *Ética na publicidade*. Nestes textos, o Pontifício Conselho ressalta a importância de se cultivar uma comunicação que propague informações verdadeiras, que promova a pessoa em sua dignidade e eleve o espírito humano em prol de uma sociedade igualitária, justa e solidária.

Em contrapartida, condena toda forma de comunicação que promova a divisão e a guerra de classes e credos, promova a exclusão e o preconceito contra mulheres, grupos raciais ou étnicos, e estimule a violência.

Outra questão recorrente no PCCS diz respeito à propagação de ideologias e à construção de valores na sociedade. Consciente de que *os media* influenciam a formação intelectual, afetiva e social dos indivíduos, o texto de *Ética na Publicidade* ressalva que se deve evitar a produção de conteúdo que propague uma ideia errada de que é a abundância de bens de consumo que garante a felicidade, o bem-estar e a completa realização de si.¹²⁸

Esta falsa imagem, desenvolvida na sociedade de consumo, tem, justamente, como problema ético de fundo o consumismo, orientando a vida das pessoas para o possuir e não para o ser. Um possuir a existência no prazer, que fere a dignidade humana e o bem comum, e contribui para que haja ainda mais excluídos na sociedade. Sobretudo em países em desenvolvimento, a sociedade de consumo contribui para que a ferida social da pobreza não se cure. As pessoas passam a ser valorizadas pelo poder de consumo que possuem e não por si mesmas, e acabam por

¹²⁶ Igreja e Internet 10, 11 e 12.

¹²⁷ Ética na Internet 3.

¹²⁸ Ética na Publicidade 3.

buscar o progresso na satisfação de necessidades que foram criadas artificialmente pelo uso da publicidade.¹²⁹

Salvaguardando o entendimento positivo sobre os meios de comunicação, apresentado pelo Magistério universal desde do Concílio Vaticano II, o PCCS enfatiza, entretanto, que o uso *dos media* poderá tornar uma ação comunicativa má, comprometendo com isso, inclusive, a liberdade humana.¹³⁰ Este fato ocorre a partir de escolhas equivocadas de comunicadores, produtores, detentores de cargos decisórios (hierarquia) e, igualmente, de pessoas que recebem as mensagens e utilizam os meios de comunicação, quando recorrem a “métodos de manipulação e de exploração, pervertidos ou corruptos, com o propósito de persuadir ou motivar”.¹³¹

Para evitar esse problema, o Pontifício Conselho assinala alguns caminhos, como a formação para comunicação e o compromisso com a verdade. É ilícito, afirma o PCCS, deturpar a verdade insinuando elementos ilusórios ou omitindo dados pertinentes.¹³²

Com a finalidade de fundamentar esse pensamento, o Pontifício Conselho registra um trecho do discurso de João Paulo II aos representantes do mundo das comunicações sociais em Los Angeles (em dezembro de 1987), que se transcreve, pois oferece um importante elemento para este estudo:

O correto exercício do direito à informação exige que o conteúdo daquilo que é comunicado seja verídico – dentro dos limites impostos pela justiça e pela caridade – completo [...] compreendida a obrigação de evitar qualquer forma de manipulação da verdade, seja por que motivos for.

O PCCS defende que apenas uma reta formação das consciências pode garantir o bom uso das ferramentas tecnológicas de comunicação e informação que estão ao dispor na sociedade hodierna.¹³³ É de responsabilidade também da Igreja esta formação, em seus quadros internos (leigos, religiosos, sacerdotes) e nas ins-

¹²⁹ Ética na Publicidade 10.

¹³⁰ Afirma o texto da Carta Encíclica *Veritatis Splendor*, de João Paulo II, que a verdade e a liberdade são inseparáveis: “Sem a verdade como fundamento, como ponto de partida, como critério de discernimento, de julgamento, de escolha e de ação, não pode existir um exercício autêntico da liberdade (n. 31).

¹³¹ Ética na Publicidade 14.

¹³² Ética na Publicidade 15.

¹³³ CP 107 e AN 28.

tituições educativas que mantém.¹³⁴ A formação para a comunicação não é menos importante que o investimento em aquisição de meios tecnológicos e cursos técnicos.

Hoje, todos precisam de algumas formas de educação mediática permanente, mediante o estudo pessoal ou a participação num programa organizado, ou ambos. Mais do que meramente ensinar técnicas, a educação mediática ajuda as pessoas a formarem padrões de bom gosto e verdadeiro juízo moral, um aspecto da formação da consciência.¹³⁵

A preocupação com essa formação não tem outro objetivo a não ser propiciar um serviço à comunidade humana, tendo em vista o amor salvífico de Deus, que a Igreja é chamada a ser testemunha. “Sua especial contribuição nas questões humanas, inclusive no mundo das comunicações sociais, é ‘precisamente aquela visão da dignidade da pessoa, que se revela em toda a sua plenitude no mistério do Verbo encarnado’ (*Centésimus Annus*, n. 47)”.¹³⁶

3.2.3.2.

Cristo, o comunicador perfeito, vence as tentações da cultura da comunicação

Os meios de comunicação possuem um grande potencial para o bem e para o mal. Ao contrário do que possam pensar algumas pessoas que têm menos conhecimento acerca da tecnociência e da cultura digital, os produtos *dos media* não são frutos de “forças cegas” da natureza, que estejam fora do controle do ser humano. É certo que existem muitos estudos e experimentos sobre a inteligência artificial, mas, no geral, especialmente no que tange à internet e, nela, as redes sociais, está se falando de aplicativos que respondem ao comando de pessoas.

É de consenso entre pesquisadores de tecnologia, filosofia, sociologia e comunicação, que as tecnologias digitais inauguram na história humana uma mudança de época, criando um novo *bios* e um novo *ethos*, como define o sociólogo Muniz Sodré e foi apresentado no capítulo dois.¹³⁷

Por outro lado, a cultura que provém desse novo ambiente ao mesmo tempo que molda as relações sociais, é também moldável pelo ser humano. Embora te-

¹³⁴ Ética na Publicidade 22.

¹³⁵ Ética nas Comunicações Sociais 25.

¹³⁶ Ética nas Comunicações Sociais 5.

¹³⁷ SODRÉ, M., *Antropológica do Espelho*, p. 21-27.

na sido escrito ainda com um olhar instrumentalista acerca dos meios de comunicação, o documento *Ética nas Comunicações Sociais* reforçava uma inspiração do Magistério da Igreja a esse respeito, afirmando que “são as pessoas que escolhem usar os *mass media* para finalidades positivas ou negativas, de modo reto ou incorreto”.¹³⁸

Esta constatação eleva ainda mais a responsabilidade da Igreja com relação ao uso dos meios de comunicação em sua ação evangelizadora. A comunicação eclesial precisa ser reflexo da “vida íntima da Trindade, que é comunicação contínua e circular de amor perfeito e infinito entre o Pai, o Filho e o Espírito Santo”,¹³⁹ porque “a comunicação na e pela Igreja encontra o seu ponto de partida na comunhão de amor entre as pessoas divinas e sua comunicação conosco”.¹⁴⁰

Dessa forma, as escolhas feitas pela comunicação institucional da Igreja, bem como de seus membros, os batizados (sejam leigos, sejam religiosos ou sejam clérigos) precisam, também, ser imagem do amor e da comunicação trinitária, tendo o grave dever de elevar a cultura da comunicação e não de degradá-la. “Impõem-se algumas escolhas que são reconduzíveis a três opções fundamentais: formação, participação e diálogo”.¹⁴¹

Formação para o uso da mídia, não apenas técnico, mas também, e em particular, com relação aos valores éticos e morais, para que estejam a serviço das pessoas e não sejam reduzidas a estratégias de publicidade, numa mentalidade de mercado. No tocante às linguagens das novas mídias, é conveniente formar um corpo pastoral capaz de reconhecê-las e utilizá-las nos processos de aprendizado em vista do desenvolvimento integral da pessoa humana. Há indicação de participação corresponsável na gestão da comunicação, para que todos possam se envolver nos processos sociais de desenvolvimento das tecnologias e de sua normatização. Tem-se o diálogo como fruto de um processo comunicativo que promove a paz, valoriza as histórias humanas e possibilita um conhecimento recíproco de solidariedade.¹⁴²

Essas escolhas nem sempre são óbvias e por esse motivo, o PCCS discorre sobre elas nas mensagens: *Ética na Publicidade*, *Ética nos Meios de Comunica-*

¹³⁸ *Ética nas Comunicações Sociais* 1.

¹³⁹ RD 6.

¹⁴⁰ *Ética nas Comunicações Sociais* 3.

¹⁴¹ RD 11.

¹⁴² RD 11.

ção Social e Ética na Internet. Dos textos desses documentos, sobressaem sete tentações que podem desvirtuar a Igreja de sua missão evangelizadora na cultura da comunicação:¹⁴³

1. A tentação da doutrinação, que fere a finalidade educativa dos *media* e, muitas vezes, conduz as pessoas às ideologias, à falta de diálogo com a sociedade e com outros credos, roubando-lhes a capacidade de discernimento e liberdade, pois objetivam tão somente o controle e a dominação das consciências;

2. Promoção de “modas” religiosas, em detrimento da fé tradicional¹⁴⁴ e do serviço ao próximo;

3. Tentativa de encerrar a transcendência nos limites do racionalismo;

4. Espiritualismos, que promovem uma fé intimista, fechada em si, fazendo uma comunicação emocional e manipuladora, oferecendo “produtos” para serem consumidos, num modelo de mercado;

5. Ofender a verdade: cultivando um desnecessário sigilo em torno de questões de ordem institucional ou doutrinária, ou divulgando inverdades e deturpações da verdade;

6. Subestimar a exigência evangélica da conversão, substituindo-a por uma religiosidade branda, de poucas exigências;

7. Ou o contrário, encorajar fundamentalismos, fanatismo e o exclusivismo religioso, que fomente a intolerância, o desprezo e a hostilidade (ao ponto do ódio) em relação aos outros que pensam diferente, criando, assim, cisões no interior da Igreja.

Para superar essas tentações, o Pontifício Conselho mostra um caminho baseado no seguimento de Jesus Cristo, que é o modelo e o paradigma, do comunicador:

Durante a sua permanência na terra, Cristo manifestou-se como perfeito comunicador. Pela ‘Encarnação’, fez-se semelhante àqueles que haviam de receber a sua mensagem; mensagem que comunicava com a palavra e com a vida. Não falava como que “de fora”, mas “de dentro”, a partir do seu povo; anunciava-lhe a palavra de Deus, com coragem e sem compromissos; e, no entanto, adaptava-se à sua lin-

¹⁴³ Ética nas Comunicações Sociais 17-19.

¹⁴⁴ Não confundir com tradicionalismo, que é uma deturpação do tradicional e constitui, também, numa fonte de ideologias.

guagem e mentalidade, encarnado como estava na situação a partir da qual falava (*Communio et Progressio* 11).¹⁴⁵

Mais adiante, o próprio PCCS sinaliza para a Igreja o exemplo de Jesus que

[...] Não perdeu tempo em discursos inúteis ou em defender-se, nem sequer quando foi acusado e condenado (cf. *Mt* 26,63; 27,12-14; cf. *Mc* 15,5; 15,61). Pois o seu ‘alimento’ consistia em fazer a vontade do Pai que o enviou (cf. *Jo* 4,34) e tudo o que Ele fazia e falava era pronunciado e feito com referência a isso. [...] Não só as suas palavras, mas também as suas obras, especialmente os seus milagres, eram atos de comunicação, que indicavam a sua identidade e manifestavam o poder de Deus (cf. *Evangelii Nuntiandi*, 12). Nas suas comunicações, demonstrava respeito pelos seus ouvintes, simpatia pela sua condição e necessidades, compaixão pelos seus sofrimentos (cf., por exemplo, *Lc* 7,13), e determinação decidida em dizer-lhes o que eles precisavam de ouvir, de maneira a chamar a sua atenção e a ajudá-los a receber a sua mensagem, sem coerção nem compromisso, sem decepção nem manipulação. Ele convidava os outros a abrirem-lhe a própria mente e coração, consciente de que este era o modo de os atrair a Ele e ao seu Pai (cf., por exemplo, *Jo* 3,1-15; 4,7-26).¹⁴⁶

Como modelo e paradigma da comunicação,¹⁴⁷ Jesus ensina que a comunicação é um ato moral. Em *Mt* 12,34-37, fica evidente essa afirmação:

A boca fala aquilo de que o coração está cheio. O homem bom tira coisas boas do seu bom tesouro, e o homem mau tira coisas más do seu mau tesouro. Eu digo-vos: no dia do julgamento, todos devem prestar contas de cada palavra inútil que tiverem falado. Porque tu serás justificado pelas tuas próprias palavras, e serás condenado pelas tuas próprias palavras.

Em suas atitudes e pregações, Jesus condenou a hipocrisia e a desonestidade em qualquer tipo de comunicação que fosse cruel, perversa ou tendenciosa. Era coerente em seu testemunho e exigia coerência de seus seguidores, como reportado no evangelho de São Mateus, capítulo 5, versículo 37: “Seja o vosso sim, sim, e o vosso não, não. O que passa disso, vem do Maligno”.

Por isso, não há outro caminho para a comunicação *na* e *da* Igreja:

A prática eclesial da comunicação deve ser exemplar, refletindo os padrões mais elevados de verdade, credibilidade e sensibilidade aos direitos humanos e a outros importantes princípios e normas. Além disso, os *mass media* da própria Igreja devem comprometer-se em comunicar a plenitude da verdade acerca do significado

¹⁴⁵ Ética nas Comunicações Sociais 32.

¹⁴⁶ Ética nas Comunicações Sociais 32.

¹⁴⁷ Ética nas Comunicações Sociais 33.

da vida e história humanas, especialmente enquanto contida na palavra de Deus, revelada e expressa pelo ensinamento do Magistério. Os pastores devem encorajar o uso dos *mass media* para propagar o Evangelho (cf. cânone 822 § 1).¹⁴⁸

Usando bem as novas tecnologias, fazendo opções pautadas no compromisso decidido em favor da prática da solidariedade, a serviço do bem comum, a comunicação institucional da Igreja poderá dar sua contribuição à sociedade e promover uma reflexão ética sobre o uso das novas tecnologias. Neste cenário, o Pontifício Conselho também frisa que o comunicador cristão tem uma tarefa profética, uma vocação:

Falar contra os falsos deuses e ídolos do nosso tempo – materialismo, hedonismo, consumismo, nacionalismo exasperado, etc. – anunciando a todos o compêndio da verdade moral assente na dignidade e nos direitos humanos, na opção preferencial pelos pobres, no destino universal dos bens, no amor pelos inimigos e no respeito incondicional por toda a vida humana desde a concepção até a morte natural; e procurando a realização mais perfeita do Reino neste mundo, enquanto permanece consciente de que, no fim dos tempos, Jesus recapitulará todas as coisas e as restituirá ao Pai (cf. *I Cor* 15,24).¹⁴⁹

Um problema, entretanto, preocupa o PCCS neste cenário: a proliferação na web de sites que se definem como católicos, mas que não estão ligados a nenhuma instância institucional ou hierárquica da Igreja, dificultando a orientação de seus comunicadores quanto à escolha ética e moral de suas postagens e o acompanhamento de suas atividades.¹⁵⁰ “É pelo menos desconcertante não distinguir as interpretações doutrinárias excêntricas, as práticas devocionais idiossincrásicas e as colocações ideológicas que se identificam como ‘católicas’, das posições autênticas da Igreja”.¹⁵¹

3.2.4. “Não tenhais medo das novas tecnologias”!

Atenta aos sinais dos tempos, a Igreja, através do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, publicou conjuntamente, no ano de 2000, os documentos *Igreja e Internet e Ética na Internet*. Foi um avanço no reconhecimento da cultura digital. Neles, o PCCS reafirma os ensinamentos e orientações no tocante

¹⁴⁸ Ética nas Comunicações Sociais 26.

¹⁴⁹ Ética nas Comunicações Sociais 31.

¹⁵⁰ Igreja e Internet 8.

¹⁵¹ Igreja e Internet 8.

à comunicação, conferidas pelo Magistério desde o Concílio Vaticano II, e faz uma boa reflexão sobre a missão da Igreja nesse novo ambiente comunicacional.

Diz o texto de *Igreja e Internet*:

Uma vez que o anúncio da Boa Nova às pessoas formadas por uma cultura dos *mass media* exige uma cuidadosa atenção às características singulares dos próprios meios de comunicação, atualmente a Igreja precisa de compreender a Internet. Isto é necessário a fim de que ela possa comunicar-se eficazmente com os indivíduos – de modo especial com os jovens – que se encontram mergulhados na experiência desta nova tecnologia, e também em ordem a fazer bom uso da mesma.¹⁵²

Se os meios de comunicação tradicionais já ofereciam importantes benefícios e vantagens para as religiões de forma geral, mais ainda a internet presta recursos indispensáveis à missão *ad gentes*, por ter a impressionante capacidade de ultrapassar a distância e o isolamento, levando os indivíduos a entrarem em contato com diversas partes do mundo.

A Internet é relevante para muitas atividades e programas da Igreja – a evangelização, incluindo a reevangelização e a nova evangelização, e a obra missionária tradicional *ad gentes*, a catequese e outros tipos de educação, notícias e informações, apologética, governo e administração, assim como algumas formas de conselho pastoral e de direção espiritual. Não obstante a realidade virtual do espaço cibernético não possa substituir a comunidade interpessoal concreta, a realidade da encarnação dos sacramentos e a liturgia, ou a proclamação imediata e direta do Evangelho, contudo pode completá-las, atraindo as pessoas para uma experiência mais integral da vida de fé e enriquecendo a vida religiosa dos utentes. Ela também oferece à Igreja formas de comunicação com grupos específicos – adolescentes e jovens, idosos e pessoas cujas necessidades as obrigam a permanecer em casa, indivíduos que vivem em regiões remotas e membros de outros organismos religiosos — que, de outra forma, podem ser difíceis de alcançar.¹⁵³

Não só as realidades externas da missão da Igreja podem se beneficiar da internet, mas também as realidades intraeclesiais. Para tanto, será necessário entender não só a sua linguagem, sobretudo o seu caráter direto, imediato, interativo e participativo, conforme cita o texto de *Igreja e Internet*:

O caráter interativo e bilateral da Internet já está a ofuscar a antiga distinção entre aqueles que comunicam e os destinatários da comunicação, e a dar forma a uma situação em que, pelo menos potencialmente, cada um pode desempenhar ambas as funções. Já não se trata da comunicação unilateral e vertical do passado. Dado que

¹⁵² Igreja e Internet 5.

¹⁵³ Igreja e Internet 5

um número cada vez maior de pessoas adquire familiaridade com esta característica da internet noutros setores da sua vida, é provável que recorram à mesma também para aquilo que diz respeito à religião e à Igreja.¹⁵⁴

Por fim, eliminada a distinção entre emissor e receptor, numa cultura em que todos são ao mesmo tempo receptores e produtores de conteúdo, a Internet exige da Igreja uma atenção ainda maior para a formação de seus membros para o uso adequado e ético de seus recursos, como já ressaltado. A Igreja, através do PCCS chama a atenção, mais uma vez, para este fato ao evidenciar que os jovens precisam ser ensinados a se comportarem como verdadeiros cristãos, sabendo utilizar as potencialidades das mídias digitais,¹⁵⁵ pautando suas ações nos princípios éticos do cristianismo:

No que diz respeito à Internet, a educação e o treinamento devem constituir uma parte dos programas compreensivos de formação a respeito dos meios de comunicação, disponíveis para os membros da Igreja. Na medida do possível, os programas pastorais para as comunicações sociais deveriam prever esta preparação no contexto da formação dos seminaristas, sacerdotes, religiosos e pessoal leigo comprometido na pastoral, assim como dos professores, dos pais e dos estudantes (cf. *Aetatis Novae*, n. 28).¹⁵⁶

3.2.4.1. Orientações para uma efetiva ação pastoral na internet

Dentre os encaminhamentos apresentados pelo Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais para o desenvolvimento pastoral na cultura da comunicação, um chama particularmente a atenção: a orientação de que sejam encorajados estudos e investigações contínuas sobre o tema.

“Que incluam a elaboração de uma antropologia e uma verdadeira teologia da comunicação” (*Aetatis Novae*, n. 8), com referência específica à internet. Naturalmente, além do estudo e da pesquisa, pode-se e deve-se fomentar um programa pastoral específico para a utilização da Internet (cf. *Novo Millennio Ineunte*, n. 39).¹⁵⁷

¹⁵⁴ Igreja e Internet 6.

¹⁵⁵ CP 107; Igreja e Internet 7.

¹⁵⁶ Igreja e Internet 7.

¹⁵⁷ Igreja e Internet 9.

Outras indicações que ganham força e que estão listadas no documento *Igreja e Internet*:¹⁵⁸

1. Que em todos os âmbitos da Igreja as pessoas “lancem mão da internet de forma criativa, para assumirem as responsabilidades que lhes cabem e para ajudarem a Igreja a cumprir a sua missão”.

2. Que os líderes da Igreja busquem “compreender os meios de comunicação social e apliquem essa compreensão na elaboração de planos pastorais para as comunicações sociais”;

3. O dever dos líderes da Igreja de “lançar mão do pleno potencial da era do computador para servir à vocação humana e transcendente da pessoa e para dar, assim, glória ao Pai, de quem vem todas as coisas boas”;

4. Deve-se empregar as novas tecnologias da comunicação e da informação para a missão da Igreja em diferentes aspectos;

5. Buscar-se criar um sistema de certificação de sites e veículos de comunicação de inspiração católica, em âmbito local e nacional, “sob a vigilância dos representantes do Magistério”, não como uma instância de censura, mas como um recurso de orientação, para uma postura fidedigna dos mesmos no que se refere à posição autêntica da Igreja sobre diversos assuntos e acontecimentos.

6. Formação de agentes de pastoral: sacerdotes, diáconos, religiosos e leigos para uma ação na comunicação, que os possibilite reconhecer e compreender o impacto da comunicação na vida das pessoas e no âmbito social, “e para ajudá-los a adquirir uma forma de comunicar que transmita uma mensagem às sensibilidades e aos interesses das pessoas na cultura dos meios de comunicação social”;

7. Que esta formação, além de técnica, seja também composta de um conteúdo doutrinal e espiritual, de forma a capacitar as pessoas diretamente comprometidas nos meios de comunicação a darem testemunho de Cristo. É preciso “cultivar uma relação pessoal com Ele através da oração, da eucaristia e do sacramento da reconciliação, da leitura e reflexão da Palavra de Deus, do estudo da doutrina cristã e mediante o serviço prestado ao próximo”;

8. Que as escolas católicas formem seu corpo docente e discente nos princípios cristãos para o uso dos meios de comunicação, especialmente a internet. Que instituições de ensino e “os programas educativos católicos, em todos os âmbitos,

¹⁵⁸ Igreja e Internet 10-12.

ofereçam cursos para os vários grupos eclesiais: seminaristas, sacerdotes, religiosos ou animadores leigos, professores, pais e estudantes”;

9. Que os pais sejam vigilantes em seus lares e orientem seus filhos para o consumo e a produção de produtos dos meios de comunicação e da internet; e os filhos sejam dóceis a serem educados para o bom uso dos recursos tecnológicos;

10. A todas as pessoas de boa vontade, um pedido de compromisso com a ética, a moral e a solidariedade, em vista do bem comum. Que se defenda “a verdade diante do relativismo religioso e moral, o altruísmo e a generosidade perante o consumismo individualista, e o decoro em face da sensualidade e do pecado”.

Na compreensão de Puntel, esses apontamentos são sinais de que a Igreja está decidida a desenvolver um diálogo com a nova cultura midiática:

[...] a Igreja avança empreendendo novos caminhos para a evangelização, traçando diretrizes renovadas que orientam suas pastorais [...], iniciando pela escuta aos “sinais dos tempos”, pela valorização da continuidade da obra da criação através das invenções da inteligência humana e atenta à mudança de paradigmas, especialmente no que concerne ao caráter relacional das novas tecnologias.¹⁵⁹

3.2.4.2.

A internet reconhecida como um ambiente comunicacional

Para celebrar os 40 anos do decreto *Inter Mirifica*, em 2005, o Papa João Paulo II¹⁶⁰ publicou a carta apostólica *O Rápido Desenvolvimento* (RD), direcionada aos responsáveis pela comunicação social. O texto demonstra o desenvolvimento do pensamento da Igreja a respeito da comunicação social e pode ser con-

¹⁵⁹ PUNTEL, J., *Comunicação – Diálogo dos saberes na cultura midiática*, p. 58.

¹⁶⁰ Os documentos do Magistério Pontifício de João Paulo II foram importantes para o entendimento da comunicação como cultura, bem como a necessidade de inculturar o evangelho nesse ambiente. Um olhar atento para a afirmação feita na Carta Encíclica *Redemptoris Missio*, n. 37c, já anteriormente citada, repetida aqui devido a sua importância: “O primeiro arcótipo dos tempos modernos é o mundo das comunicações, que está a unificar a humanidade, transformando-a – como se costuma dizer – na ‘aldeia global’. Os meios de comunicação social alcançaram tamanha importância que são para muitos o principal instrumento de informação e formação, de guia e inspiração dos comportamentos individuais, familiares e sociais. Principalmente as novas gerações crescem num mundo condicionado pelos *mass media*. Talvez se tenha descuidado um pouco este arcótipo: deu-se preferência a outros instrumentos para o anúncio evangélico e para a formação, enquanto os *mass media* foram deixados à iniciativa de particulares ou de pequenos grupos, entrando apenas secundariamente na programação pastoral. O uso dos *mass media*, no entanto, não tem somente a finalidade de multiplicar o anúncio do Evangelho: trata-se de um fato muito mais profundo porque a própria evangelização da cultura moderna depende, em grande parte, da sua influência. Não é suficiente, portanto, usá-los para difundir a mensagem cristã e o Magistério da Igreja, mas é necessário integrar a mensagem nesta « nova cultura », criada pelas modernas comunicações”.

siderado uma continuidade aos documentos do PCCS *Igreja e Internet e Ética na Internet*.

O *Rápido Desenvolvimento* aceita a potencialidade da internet e o fato de que ela não se limita a ser um instrumento de comunicação, mas configura um ambiente comunicacional, com uma nova cultura, que nasce das "novas linguagens" da técnica e dos meios digitais. Estes ganharam grande importância na sociedade, ao ponto de tornarem-se a principal guia e inspiração na formação e desenvolvimento dos comportamentos individuais, familiares e sociais.

Definido esta época como uma “época de comunicação global”, o texto recorda que muitos momentos da existência humana acontecem através dos processos midiáticos: “a formação da personalidade e da consciência, a interpretação e a estruturação dos vínculos afetivos, o desenvolvimento das fases educativas e formativas, a elaboração e a difusão de fenômenos culturais, o desenvolvimento da vida social, política e econômica”.¹⁶¹

Essa realidade pode provocar receio em muitos responsáveis pelos trabalhos pastorais da Igreja. Diante dessa possibilidade, João Paulo II recapitula que o decreto *Inter Mirifica* (n. 1), em 1963, já havia declarado que os meios de comunicação eram “maravilhosos inventos da técnica” que “o engenho humano extraiu, com a ajuda de Deus, das coisas criadas”, e que, por isso, eram acolhidos pela Santa Igreja. O texto encerra com uma provocação aos trabalhadores da comunicação, aos crentes comprometidos com essa área e a toda a Igreja:

Não tenhais medo das novas tecnologias! Elas incluem-se "entre as coisas maravilhosas", "*Inter Mirifica*", que Deus pôs à nossa disposição para as descobriremos, usarmos, fazer conhecer a verdade, também a verdade acerca do nosso destino de filhos seus, e herdeiros do seu Reino eterno. [...] Comunicai a mensagem de esperança, de graça e de amor de Cristo, mantendo sempre viva, neste mundo passageiro, a eterna perspectiva do Céu, perspectiva que nenhum meio de comunicação jamais poderá alcançar diretamente: "*O que os olhos não viram, os ouvidos não ouviram, o coração do homem não pressentiu, isso Deus preparou para aqueles que o amam*" (1 Cor 2, 9).¹⁶²

O texto do RD afirma que a comunicação permeia as dimensões essenciais da Igreja, por isso ela não deve apenas se preocupar em usar os meios de comunicação, mas deve “integrar a mensagem salvífica na “nova cultura” que os podero-

¹⁶¹ RD 3.

¹⁶² RD 14.

... instrumentos da comunicação criam e amplificam”.¹⁶³ Segundo o documento, ela compreende que “o uso das técnicas e das tecnologias da comunicação contemporânea é parte integrante da sua missão no terceiro milênio”.¹⁶⁴ “Chamada a anunciar a todos a Boa Nova da salvação [...] ela assume as oportunidades oferecidas pelos instrumentos de comunicação social como percursos dados providencialmente por Deus nos dias de hoje”.¹⁶⁵

Os *mass media* permitem manifestar o caráter universal do Povo de Deus, favorecendo um intercâmbio mais intenso e imediato entre as Igrejas locais, alimentando o conhecimento recíproco e a colaboração. Damos graças a Deus pela presença destes poderosos meios que, se forem usados pelos crentes com o gênio da fé e na docilidade à luz do Espírito Santo, podem contribuir para facilitar a difusão do Evangelho e para tornar mais eficazes os vínculos de comunhão entre as comunidades eclesiais.¹⁶⁶

Ainda, o *Rápido Desenvolvimento*, nomeia a comunicação a partir de uma chave de leitura antropológica, apresentando os *media* como "como agentes ativos na construção de horizontes culturais e de valores dentro dos quais cada homem e mulher se inclui a si mesmo, os outros e o mundo"¹⁶⁷. Diante disso, é preciso ter uma ampla preocupação com a ética e a formação de mentalidades para o bom uso dos meios de comunicação, uma vez que estes estão relacionados com o ser humano e com a sua visão do mundo e da vida.

Em primeiro lugar, a mídia vai construindo modelos de percepção da realidade que muitas vezes obedecem a visões antropológicas já não cristãmente determinadas. Sem pretender ser apocalípticos, mas também sem cair em visões ingênuas demasiado otimistas, não podemos deixar de nos manifestar em relação à representação do sentido da vida que eles hoje lançam na arena do debate público, porque ela está quase totalmente fora de qualquer compreensão cristã da própria vida. De fato, a indústria cultural deu início àquele processo de uma perspectiva cristã imperfeita sobre a vida e a dignidade da pessoa humana da qual o cinema, os *talk show* ou algumas *fiction* são dramáticos testemunhos.¹⁶⁸

Na interpretação de Souza, “se pensarmos que na época do lançamento da Carta Apostólica ainda não tínhamos internet móvel, tv digital e as redes sociais

¹⁶³ RD 2.

¹⁶⁴ RD 2.

¹⁶⁵ RD 6.

¹⁶⁶ RD 6.

¹⁶⁷ RD 6.

¹⁶⁸ RD 6.

estavam em seus primórdios, é possível perceber o quanto este documento foi intuitivo”.¹⁶⁹

O Papa João Paulo II disserta sobre uma comunicação inclusiva, contínua e circular e conclama os fiéis a uma revisão pastoral, na qual a mídia não seja vista como uma ameaça, mas como oportunidade de fazer uma comunicação interativa.¹⁷⁰ O pontífice discorre em seu texto que

[...] os *mass media* revelam-se uma oportunidade providencial para alcançar os homens em todas as latitudes, superando barreiras de tempo, de espaço e de língua, formulando nas modalidades mais diversas os conteúdos da fé e oferecendo, a todos os que as procuram, metas seguras que permitam entrar em diálogo com o mistério de Deus plenamente revelado em Jesus Cristo. [...] Se, como já foi revelado, as comunicações sociais dizem respeito a diversos âmbitos da expressão da fé, os cristãos devem ter em consideração a cultura midiática na qual vivem: da liturgia, máxima e fundamental expressão da comunicação com Deus e com os irmãos, à catequese que não pode prescindir do fato que se destina a sujeitos que são influenciados pela linguagem e pela cultura contemporânea. O atual fenômeno das comunicações sociais impulsiona a Igreja a fazer uma espécie de revisão pastoral e cultural, a fim de ser capaz de enfrentar de maneira apropriada a passagem de época que estamos a viver.¹⁷¹

Frente à mudança cultural que se perpetra pelas tecnologias da comunicação e da informação, em *O Rápido Desenvolvimento*, o Papa João Paulo II dialoga sobre uma dupla responsabilidade da Igreja: utilizar os *media* para o anúncio da Boa Nova, reconhecer os seus contornos positivos e úteis para a ação pastoral e contribuir para o debate social junto às políticas da comunicação, para que o avanço tecnológico seja um bem para toda a humanidade.

João Paulo II contribuiu com a evolução do pensamento e da política comunicacional da Igreja e na educação para a comunicação dos fiéis através de suas mensagens para o Dia Mundial das Comunicações Sociais, celebrado anualmente no Domingo da Ascensão. Seu sucessor, Bento XVI e, atualmente, Francisco, continuaram e aprofundaram essas reflexões e adotaram, também, diversas ações midiáticas, como a criação de canais no YouTube, conta no Twitter e Instagram e reforma dos meios de comunicação do Vaticano.¹⁷²

¹⁶⁹ SOUZA, A. D. G., *A Igreja diante da cultura midiática digital: desafios, caminhos e perspectivas*, p. 68.

¹⁷⁰ RD 9.

¹⁷¹ RD 5 e 8.

¹⁷² SOUZA, A. D. G., *A Igreja diante da cultura midiática digital: desafios, caminhos e perspectivas*, p. 69.

Em *O Rápido Desenvolvimento*, João Paulo II reafirma os pilares éticos da Igreja da comunicação na e pela Igreja e que constitui um grande desafio para os agentes pastorais: “manter uma comunicação verídica e livre, que contribua para consolidar o progresso integral do mundo”.¹⁷³ Obstante, a Igreja pode contar com a ajuda do Espírito Santo.

Ajuda que se torna ainda mais necessária se considerarmos como podem ser grandes as dificuldades intrínsecas da comunicação devido às ideologias, à sede de lucro e de poder, às rivalidades e aos conflitos entre indivíduos e grupos, assim como devido às fragilidades humanas e aos males sociais. As modernas tecnologias aumentam de maneira impressionante a velocidade, a quantidade e o alcance da comunicação, mas não favorecem de igual modo aquele intercâmbio frágil entre uma mente e outra, entre um coração e outro, que deve caracterizar qualquer forma de comunicação ao serviço da solidariedade e do amor.¹⁷⁴

Considerações finais

A comunicação não é para a Igreja apenas uma escolha estratégica. Ela é constitutiva de sua essência e do seu agir. A Igreja é comunicação, porque é através dela que Deus continua a se comunicar com os seres humanos em sua história.¹⁷⁵ Portadora e guardiã da Revelação, é continuadora da obra de Cristo no mundo e sua obra é comunicação: sendo Sacramento Universal da Salvação, ela comunica a Boa Nova (a Boa Notícia) a todas as pessoas, até os confins da terra.

Para exercer o mandato missionário de Cristo (*Mc* 16,15; *At* 1,8), é preciso falar a linguagem do ser humano. Esta linguagem, em grande parte, é condicionada pelos meios de comunicação.

Ao longo da história, o relacionamento com as tecnologias da comunicação nem sempre foi fácil. Existiu por parte da hierarquia da Igreja muito temor pelos males que o mau uso *dos media* poderia causar na formação do caráter e na vivência espiritual e religiosa dos indivíduos, especialmente quando não são usados para a construção do bem comum, mas, sim, para difundir ideologias e comportamentos contrários à fé e ao plano salvífico de Deus para a humanidade.

¹⁷³ RD 13.

¹⁷⁴ RD 13.

¹⁷⁵ Igreja e Internet 3.

Um importante passo em direção ao diálogo com a sociedade foi dado pelo Concílio Vaticano II, que através de seus documentos colocou as bases para o desenvolvimento de uma reflexão teológica-pastoral da comunicação.

Embora tenha sido um documento breve, o decreto *Inter Mirifica* foi um marco neste caminho, apresentando os meios de comunicação como dons de Deus e enfatizou que a Igreja deveria usá-los na ação evangelizadora. Sua recepção e o desenvolvimento da prática pastoral na e pela comunicação, entretanto, não poderia se desenvolver sem as constituições *Lumen Gentium*, *Gaudium et Spes* e o decreto *Ad Gentes*.

Ao final do Concílio Ecumênico Vaticano II, o conjunto de textos ofereceu à comunidade eclesial um caminho seguro para o desenvolvimento de importantes iniciativas realizadas no decorrer dos anos posteriores.

A Igreja que iniciava um diálogo com a cultura da comunicação entendia-se como uma Igreja no mundo, solidária ao ser humano, corpo místico de Cristo, Sacramento Universal da Salvação e povo de Deus. Cada uma dessas imagens proporcionou um contributo fundamental para o desenvolvimento da sua ação comunicativa.

Trata-se de uma Igreja servidora da humanidade, que se esforça para compreender os sinais dos tempos e coloca toda a sua tradição espiritual e moral a serviço do bem comum. Muito embora a recepção do Concílio Vaticano II tenha encontrado resistências no corpo eclesial, esse processo se consolidou e tem gerado frutos, mesmo que não seja na velocidade que os especialistas em comunicação e pastoral esperavam.

Sendo Cristo o modelo e paradigma da comunicação da Igreja, ela tem uma dupla finalidade em relação aos meios de comunicação: em primeiro lugar, o encorajamento do correto desenvolvimento das tecnologias e sua utilização em prol do desenvolvimento integral do ser humano, tendo como princípios éticos a dignidade da pessoa humana, sua relação com a comunidade, em vista da solidariedade e da paz, e a realização do plano amoroso de salvação de Deus para a humanidade. De outra forma, em segundo lugar, a obra de evangelização do mundo e a conversão dos membros da Igreja, que encontra nos *media* um poderoso instrumento para propagação de suas ações pastorais.

Ainda que reconheça a potencialidade e o valor positivo dos meios de comunicação, que podem criar laços providenciais de solidariedade entre os homens

e difundir a informação de forma igualitária, o Magistério universal da Igreja não deixou de chamar a atenção de seus membros e dos homens de boa vontade que não professam a fé cristã, para os males que o mau uso das tecnologias da comunicação podem gerar para os indivíduos, para a família e para a educação e formação do caráter das novas gerações.

Nesse sentido, a Igreja conclama todos a assumirem um posicionamento junto aos governos e organismos de desenvolvimento de tecnologias e de políticas para a comunicação. Inclui, neste item, a necessidade de uma regulamentação que garanta ao mesmo tempo a liberdade de expressão e a salvaguarda dos direitos dos indivíduos.

No *Inter Mirifica* e, a partir dele, nos documentos que se seguiram condicionantes à comunicação, o Magistério universal afirmou o dever da Igreja em ensinar o reto uso dos media, tanto através de cursos específicos para a formação de comunicadores, como com a inclusão do tema na grade curricular de escolas e universidades católicas, além da própria catequese.¹⁷⁶

A mudança na concepção da Igreja, de uma visão jurídica e organizativa, para a percepção de uma Igreja que é sinal para o mundo e assume com ousadia sua missão de anunciar e comunicar a mensagem do Evangelho, o plano amoroso e salvífico de Deus para a humanidade, possibilitou as condições para que fossem desenvolvidos uma teologia pastoral da comunicação, que hoje se configura como uma pastoral no digital.

No primeiro momento do acolhimento da comunicação como um dom de Deus, o Magistério universal da Igreja via os meios de comunicação como instrumentos somente. Não havia o entendimento de que as novas tecnologias estavam moldando um ambiente, que geraria uma cultura, que passaria a condicionar o ser humano e a sociedade, criando novos padrões de comportamento, uma nova consciência de si e do mundo.

A compreensão acerca de uma cultura da comunicação e, posteriormente, de uma cultura digital, que designa um novo ambiente de existência para a humanidade e, portanto, um novo ambiente de experiência religiosa, só começou a ser expresso pelo Magistério décadas depois, em 1992, com a publicação da Carta Encíclica *Redemptoris Missio*. Num primeiro momento, fez-se a abordagem a

¹⁷⁶ Um exemplo desta orientação encontra-se em *Igreja e Internet* 11.

partir do conceito de *mass media*. Somente no pontificado do Papa Bento XVI, a internet passou a ser entendida como ambiente, fato registrado nos documentos *Igreja e Internet* (2002) e *Ética na Internet* (2002), do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais.

Diante do exposto neste capítulo, depreende-se que a Igreja caminha através dos textos magisteriais para a compreensão da nova cultura gerada pelos modernos meios de comunicação e para a consolidação de uma pastoral no âmbito digital, com uma visão mais ética e missionária, do que moralista e tecnicista.

A Igreja compreende que os modernos meios de comunicação tem um papel a desempenhar na história humana, “ainda que se deva distinguir cuidadosamente o professo terreno e o crescimento do Reino de Cristo”¹⁷⁷ no mundo. Este percurso enfrenta como desafio o constante desenvolvimento das tecnologias, que transformam os processos rapidamente, dificultando a reflexão teológica.

Na sequência, no capítulo quatro, aborda-se a complexidade dessa realidade. Veremos alguns caminhos possíveis para a superação de uma ação pastoral instrumentalista e aprofundaremos a reflexão acerca de uma comunicação verdadeiramente evangelizadora, capaz de influenciar os padrões culturais e cultivar nesta nova cultura um ambiente propício ao desenvolvimento integral do ser humano, respeitando-se a dignidade e a liberdade dos indivíduos.

¹⁷⁷ GS 39.

4

A pastoral como resposta à cultura digital

“A pastoral é mais do que uma ação, é também presença, conteúdo, atitudes e gestos.”¹

Papa Francisco

O presente capítulo tem por objetivo apontar caminhos para o anúncio do Evangelho na cultura digital. Nasce da consciência de que o “ministério interpretativo e diaconia comunicativa deveriam ser o típico contributo do ministério pastoral da Igreja Católica ao mundo e à cultura da Comunicação Social de hoje”.² É resultado da análise que teve início no capítulo dois, com um olhar sobre a realidade em que o mundo foi introduzido com a Terceira Revolução Industrial. É também fruto e foi iluminado pelo capítulo três, no qual foram apresentados elementos que permitem um julgamento da mesma realidade, a partir de documentos do Magistério pós-Concílio Ecumênico Vaticano II, que vê os sinais dos tempos como oportunidades de revitalizar a ação pastoral a partir do Espírito que se revela na história.³ Por isso, reapresenta e confirma muitas das afirmações feitas.

A sugestão para um agir da Igreja no contexto de uma cultura midiática digital, que será descrita neste quarto capítulo, é balizada pela Teologia Pastoral, tendo o entendimento do Papa Francisco como inspiração: para ele, a pastoral não pode ser reduzida a uma ação, porque compreende que ela envolve, também, a produção de conteúdo, o encontro (que se realiza na presença, seja de forma física, seja *on-line*) e o testemunho (expresso nas atitudes e nos gestos).⁴

A ótica com que essas questões serão analisadas e propostas é a do discípulo-missionário, conforme ensina o Documento de Aparecida: aquele que está imerso na história deste tempo, passa pelas estradas digitais, habita no novo *bios*,

¹ FRANCISCO., Discurso do Papa Francisco aos participantes no Congresso Internacional de Pastoral das Grandes Cidades, 2014.

² MORAES, A. O., João Paulo II e a "nova cultura" da comunicação social, p. 683.

³ GS 4.

⁴ FRANCISCO., Discurso do Papa Francisco aos participantes no Congresso Internacional de Pastoral das Grandes Cidades, 2014.

sem ser confundido, pois tem vivo na memória o seu encontro pessoal com o Cristo.⁵

O olhar do discípulo-missionário é o olhar do servidor do Evangelho, que em espírito de serviço à humanidade quer contribuir para que se encontre o caminho, possibilitando a construção de uma história de superação da fragmentação e divisão, nas questões sociais, culturais, educacionais, morais e ambientais.⁶ “O discípulo de Jesus Cristo percebe que a urgência da missão supõe desinstalar-se e ir ao encontro dos irmãos”.⁷ Busca-se, assim, oferecer elementos para o discernimento acerca da desafiante missão de transmitir a fé às novas gerações, num mundo marcado pelas tecnologias digitais e que está em constante mutação. E, dessa forma, permitir a abertura a um diálogo que venha em face de questões que desafiam a humanidade e a Igreja no atual contexto social, dentre elas, a busca do sentido da vida humana, numa sociedade técnico-científica.

Será possível utilizar as novas tecnologias sem desumanizar os indivíduos; sem transformá-los em seres automatizados, manipulados e desprovidos de alteridade e livre-arbítrio? Essas são perguntas cruciais, cujas respostas não são óbvias, nem tampouco objetivas.

A sociedade ainda não dispõe de elementos suficientes para defini-las, porque a transformação cultural ainda não está consolidada, está em curso e em franco desenvolvimento. Além disso, a efemeridade das novas tecnologias, em constante atualização e mudança, dificulta a conclusão de pesquisas aprofundadas, pois o necessário labor científico é instigado cotidianamente e, de certa forma, é prejudicado pela aceleração do tempo e pelo conflito de visões e entendimentos de realidades.

Por esse motivo, não há a pretensão, nesta tese, de delinear soluções prontas e definitivas para todos os problemas oriundos da cultura digital. Como afirma a GS 33, faz-se necessário “juntar a luz da revelação à competência de todos os homens, para que assim receba luz o caminho recentemente empreendido pela humanidade”. É preciso exercitar a escuta e observarem-se os sinais dos tempos. Será imperativo, ainda, investir em estudos e ações que viabilizem o reconhecimento e a compreensão das potencialidades e dos desafios que as novas tecnolo-

⁵ DAp 21.

⁶ AMADOP, J. P., Aspectos antropológicos para a evangelização das juventudes, p. 41.

⁷ Comunidade de Comunidades, n. 8.

gias oferecem à evangelização. Portanto, o que se apresentará e se proporá, a seguir, são caminhos para a construção de respostas pastorais.

Para percorrê-los, segue-se o seguinte esquema: inicialmente se discorrerá sobre um conceito importante para a Igreja no Brasil: o “comunidade de comunidades”, tema do Documento 100 da CNBB.⁸ Procura-se fazê-lo na perspectiva da cultura digital, que é uma cultura de comunidades em redes. Posteriormente, serão expostos elementos para uma pastoral em ambiente digital. Na quarta seção, será apresentada uma pesquisa de campo sobre a atuação da Pascom na pandemia, que servirá de elemento para a reflexão que se segue, acerca da necessidade de uma mudança de ótica da Pastoral da Comunicação (Pascom), cujo enfoque precisa deixar de ser instrumentalista. Num quarto tópico, será visto o perfil do *infoagente*, que tem a missão de transformar a realidade social, como discípulo-missionário engajado na cultura digital, que assume o protagonismo no processo de integração do Evangelho no ambiente criado pelas novas tecnologias.

4.1. Igreja comunidade de comunidades em rede

Como abordado no capítulo dois, vive-se hoje um tempo desafiador da história e, por isso mesmo, repleto de possibilidades. A Igreja do século XXI tem ao seu dispor tecnologias potentes que possibilitam que ela exerça a sua vocação de ser uma rede de comunidades e a capacitam a falar, num mesmo instante, com milhares de pessoas, seja de uma região específica, seja de todo o mundo (a escolher). Em contrapartida, em muitas paróquias ainda se vive uma “pastoral de manutenção”, na qual presbíteros, diáconos e leigos esgotam suas energias em ações que já não comunicam o Evangelho às pessoas, porque foram desenvolvidas para serem aplicadas em um outro contexto cultural e social.

Como realidade humano-divina, a Igreja existe por iniciativa do próprio Deus e está encarnada na história, em contextos socioculturais e existenciais. Como seres no mundo, os fiéis vivem em sociedade, onde utilizam de uma linguagem própria para se comunicarem e obedecem aos parâmetros de comportamento que permitam a convivência humana.

⁸ CNBB. Comunidades de Comunidades: uma nova paróquia. A conversão pastoral da paróquia – Documentos da CNBB 100. Brasília: Edições CNBB, 2014.

Para ser compreendida em sua complexidade e poder exercer sua missão de proclamar a salvação de Jesus Cristo para o mundo, a Igreja precisa, através de seus membros, estar inserida nessa realidade, configurando sua identidade teológica ao contexto no qual se encontra. Segundo Miranda, se isso não acontece, a Igreja não assume a sua missão de ser Sacramento da Salvação e sua presença no mundo é vista como uma realidade arcaica, com poucas possibilidades de comunicação com os indivíduos numa sociedade.

E a história nos comprova que as sociedades, as mentalidades, as instituições sociais, as linguagens, os parâmetros de comportamento *se transformam e se sucedem* no curso dos anos. E a Igreja deve poder ser captada, entendida, experimentada pela sociedade como sinal, sacramento da salvação de Jesus Cristo para o mundo. Caso contrário, ela será considerada realidade do passado, que nada tem a dizer para a vida atual. Portanto, ela deve mudar sua *configuração institucional* para manter sua identidade de mediação salvífica, que é afinal o sentido de sua existência. Daí se explicam as mudanças históricas ocorridas no culto, nas expressões doutrinárias, na organização comunitária, nas linhas pastorais, no serviço da caridade. Daí a afirmação de que a Igreja vive um *processo histórico contínuo* de institucionalizar a si própria. Se temos dificuldade em aceitar as mudanças que urgem, é porque uma determinada configuração institucional histórica *condiciona* nossa compreensão da própria Igreja, incapacitando-nos imaginá-la diferente. Época de mudanças é igualmente época de resistências a mudanças.⁹

As mudanças institucionais, logo, são indispensáveis para que a Igreja não se torne como que um “gueto”, com dialeto próprio. A esse respeito, o Papa Francisco define a ação missionária como paradigma de toda a obra da Igreja.¹⁰ Como instrumento, sinal e sacramento da salvação, a Igreja precisa visibilizar que o Reino de Deus “não é uma utopia, mas uma realidade no interior da história da humanidade pelo testemunho de vida dos cristãos”.¹¹ Por essa razão, a Igreja de Cristo é uma Igreja em saída, devendo estar mais preocupada com a evangelização do que com a sua autopreservação.¹²

Nos tempos hodiernos, de acordo com Castells, a sociedade é formada por redes digitais, em que cada indivíduo é um ponto de conexão (fig. 7), unindo-se a outros indivíduos, que por sua vez, conectam outros, num grande “*tear invisível*” (fig. 8 e 9), formado não apenas de fios interligados, mas de pessoas humanas.¹³

⁹MIRANDA, M. F., A alegria do Evangelho e sua incidência em nossa Igreja, p. 402.

¹⁰ EG 15.

¹¹MIRANDA, M. F., A alegria do Evangelho e sua incidência em nossa Igreja, p. 406.

¹² EG 27.

¹³ FRANCISCO., Mensagem para o 48º Dia Mundial das Comunicações Sociais, 2014.



Figura 7 – Indivíduos formam rede de comunicação

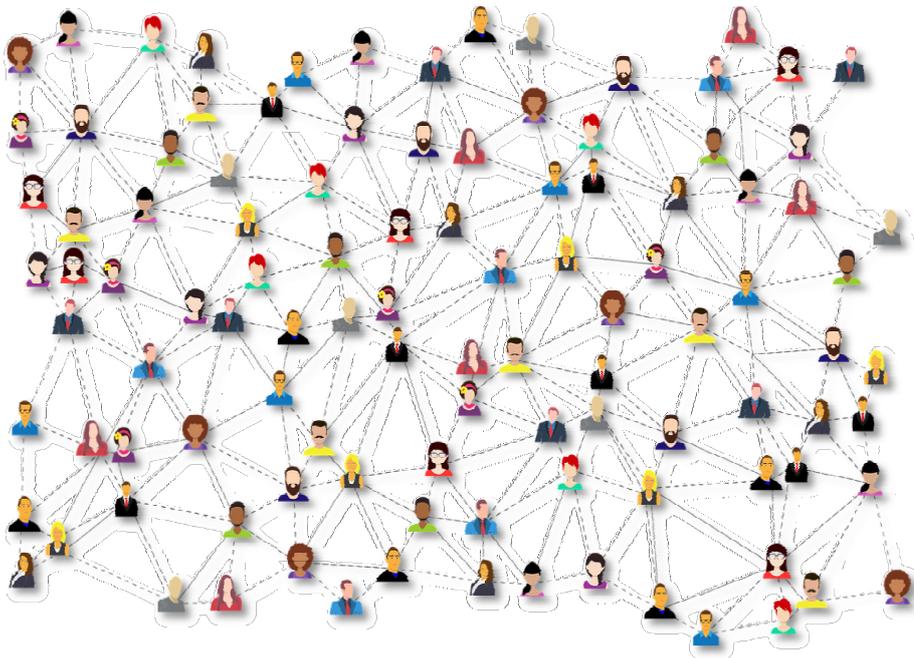


Figura 8 – Tear da rede humana no ambiente digital

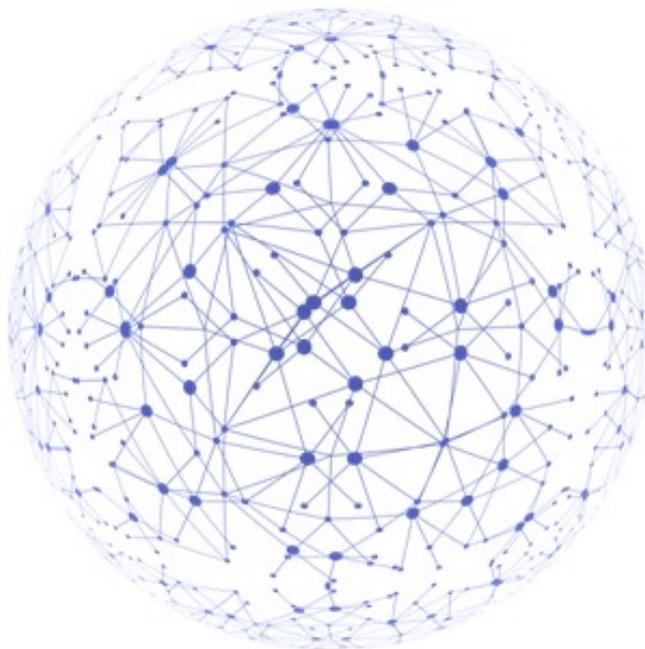


Figura 9 – Tear formado pela rede de computadores

A virada da ação pastoral proposta pelo Concílio Vaticano II, no séc. XX, introduzindo o entendimento de que é preciso aproximar o coração da Igreja ao coração do mundo, estabeleceu uma corajosa atitude de diálogo, profecia e *parresia*¹⁴ missionária. Isto porque é na história e na sociedade em que vivem os seres humanos contemporâneos que se deve anunciar o Evangelho. Para tanto, busca-se viver um modelo de Igreja não mais voltada para si, mas sim aberta ao mundo. A comunidade paroquial está incluída neste contexto, uma vez que é a representação e a presença da Igreja no mundo, fundamentada na presença do próprio Cristo que nela age.¹⁵ A eclesialidade da paróquia é determinada por ser parte de uma Igreja particular¹⁶ e manifesta-se na abertura a essa Igreja e na responsabilidade diante das necessidades da Igreja Universal¹⁷ e do mundo.

Para interpretar o atual momento das comunidades eclesiais e o *aggiornamento* que representou o Concílio Vaticano II para o trabalho pastoral, é determi-

¹⁴ No Catecismo da Igreja Católica (n. 2778), *parresia* é definida como “simplicidade sem desvio, confiança filial, segurança alegre, ousadia humilde, certeza de ser amado”.

¹⁵ LG 26.

¹⁶ CD 30-32.

¹⁷ PO 6.

nante visitar a Igreja do séc. XIX. É o que se pretende a seguir de forma resumida. Por não ser objeto de estudo desta tese, não serão aprofundados os aspectos históricos da paróquia. Serão apenas elencados aqueles que foram considerados importantes para a compreensão deste tópico.

4.1.1.

Da estagnação e distanciamento à Igreja rede de comunidades

A Igreja no século XIX viveu um período de estagnação. Era uma instituição sem os debates teológicos que marcaram séculos anteriores, porque não havia mais dogmas a serem definidos, e o centro da ação pastoral girou em torno da conservação do estado tradicional da posse. A ruptura ideológica que aconteceu na história, a partir do iluminismo e com o crescimento do secularismo, não foi vista como uma oportunidade de renovação interna, mas com desconfiança e recusa das autoridades eclesiais, que demonstravam certo temor dos “novos tempos”.¹⁸

Foi um século sublinhado, também, pelo Concílio Vaticano I, realizado de 8 de dezembro de 1869 a 18 de dezembro de 1870, no qual foi estabelecido o Primado Universal do Papa, que pode exercer sua autoridade em qualquer lugar do mundo, e a infabilidade papal em matéria de fé e moral. “A Igreja viveu um movimento oposto ao mundo, que respirava liberdade de pensamento e desejo de democracia”.¹⁹ Houve um crescimento do poder dos papas e um maior distanciamento da relação entre o centro e a periferia e entre a Igreja e o Estado.

Graças aos meios de comunicação social da época, os católicos sabiam o nome do papa e reconheciam-lhe o rosto. Os pontífices se tornaram mestres, ao começarem a escrever cartas sobre assuntos polêmicos, em resposta ao iluminismo, sendo Pio XII uma das maiores expressões dessa realidade.²⁰ Os textos tinham um tom de reprovação. Embora ainda se mantivesse forte institucionalmente, com um bom número de vocações, florescimento de novos carismas e missões, a Igreja subsistia em guerra cultural contra o iluminismo, o modernismo, o racionalismo, o ateísmo, entre outros.²¹

¹⁸ PAULY, W. (Org.), História da Teologia Cristã, p. 185.

¹⁹ O'Malley, J. W., O que aconteceu no Vaticano II, p. 66.

²⁰ O'Malley, J. W., O que aconteceu no Vaticano II, p. 55-106.

²¹ ALMEIDA, J. A., Paróquia, Comunidades e Pastoral Urbana, p. 68.

A modernidade questionou a Igreja com relação à sua posição na sociedade, subtraindo dela muitos privilégios quanto aos diversos setores, especialmente os da educação e da assistência social.

Em reação ao mundo em mudanças, as paróquias no séc. XIX se enrijeceram. Buscavam viver o rigor da fé e, por insegurança, reagiam com certa agressividade aos novos pensamentos e costumes da sociedade. Viviam fechadas em si mesmas em sua ação pastoral, não dialogando com a sociedade. Eram como ilhas nas grandes cidades. Para Almeida, tornaram-se como que uma espécie de “novo feudalismo eclesiástico”, caracterizadas pelo pietismo, devocionismo, religiosidade popular, sacramentalismo e individualismo religioso, que levava os fiéis a se preocuparem mais em cumprir preceitos para “salvar a alma”, do que evangelizar.²²

Havia então um clima de hostilidade com relação à modernidade, vista como inimiga da Igreja. Esta concentrava sua ação em se defender da sociedade hostil, em se perpetuar em sua configuração tradicional, em enfatizar o doutrinal e o jurídico, em controlar o espaço de liberdade e de reflexão em seu interior.²³

A continuidade desse posicionamento só consolidava ainda mais a ruptura com a sociedade. Intuindo esse processo de aniquilamento, João XXIII conclamou o Concílio Ecumênico Vaticano II. Os padres conciliares aceitaram o desafio de “dialogar com a sociedade civil, avaliar a cultura da modernidade assumindo alguns de seus elementos, atualizar sua pastoral levando a sério o contexto vital dos católicos, promover a inculturação da fé e as Igrejas locais”.²⁴

Entendendo-se como peregrina, em direção à pátria definitiva, a Igreja no século XX procurou consolidar um modelo de “paróquia renovada”.²⁵ Apesar disso, como pontua Ruiz, não há um documento específico do Magistério conciliar sobre a paróquia. O que se pode encontrar é a citação da palavra “paróquia” em trinta e três ocasiões nos textos conciliares.²⁶

²² ALMEIDA, J. A., Paróquia, Comunidades e Pastoral Urbana, p. 57.

²³ MIRANDA, M. F., A alegria do Evangelho e sua incidência em nossa Igreja, p. 403-404.

²⁴ MIRANDA, M. F., A alegria do Evangelho e sua incidência em nossa Igreja, p. 404.

²⁵ RUIZ, E. M., A paróquia na mudança de época: uma rede de comunidades na era da informação, p. 68.

²⁶ RUIZ, E. M., A paróquia na mudança de época: uma rede de comunidades na era da informação, p. 82.

Interessa para o objetivo desta pesquisa, destacar uma referência contida no texto de *Ad Gentes* 37:

Como o Povo de Deus vive em comunidades, sobretudo diocesanas e paroquiais, e é nelas que, de certo modo, se torna visível, pertence a estas dar também testemunho de Cristo perante as nações. (...). É muito útil que, contanto que não crie desinteresse pela obra missionária universal, manter relações com os missionários oriundos da própria comunidade ou com determinada paróquia ou diocese das missões, para tornar visível a comunhão entre as comunidades e contribuir para mútua edificação.²⁷

Ruiz vê nesta citação o principal elemento da caracterização teológica da paróquia: o fato de que nela está “visível” a Igreja como um todo, porque, segundo nomeia a *Lumen Gentium* 26, “nessas comunidades, embora, muitas vezes, pequenas e pobres, ou dispersas, está presente Cristo, por cujo poder se unifica a Igreja”.²⁸ Ao citar Rocha, o autor oferece um outro conceito importante para este tópico: a eclesialidade da paróquia está ligada ao fato dela estar vinculada a uma Igreja particular e ser solícita às necessidades dessa Igreja e da Igreja universal.²⁹

Numa leitura contextualizada com Castells, uma paróquia pode ser entendida como um ponto da rede de uma Igreja particular, que, por sua vez, é um ponto da rede da Igreja universal. É possível, assim, acentuar que a concepção de uma sociedade em redes não é estranha à Igreja. Ela já existe em seu interior e é atuante.

Como uma rede de comunidades, discernindo os sinais dos tempos, a Igreja ambicionou no século XX aproximar-se do coração do mundo, rompendo, não sem esforços, a estagnação. Investiu-se adotar uma atitude profética, com renovada *parresia* missionária. Houve avanços, mas também retrocessos, como o crescimento do tradicionalismo e do sacramentalismo, que alimentam, de certa forma, a resistente pastoral de manutenção.

²⁷ AG 37.

²⁸ LG 26.

²⁹ RUIZ, E. M., A paróquia na mudança de época: uma rede de comunidades na era da informação, p. 82.

4.1.2. Uma rede de comunidades numa cultura plural

Realizar o Reino de Deus na humanidade é uma tarefa que nos tempos atuais implica uma disposição a dialogar com uma multiplicidade de realidades, com grande oferta de sentidos e orientações. Segundo Hoonaert, “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”.³⁰ Babin e McLuhan completam essa ideia com a seguinte afirmação:

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.³¹

Como comunidade de comunidades em rede, a paróquia precisa romper o paradigma autoritário e assumir uma postura de dialogicidade, reconstruindo conceitos tradicionais como Revelação, milagre, cura, pecado, paraíso, céu, inferno, amor, amizade, fraternidade, autoridade, obediência, pobreza, sacrifício, felicidade, liberdade, solidariedade, entre tantos outros.³²

A questão que emerge é a inculturação do Evangelho, uma necessidade pastoral em toda a história da Igreja, tanto em seu nível mundial, como local. “A não inculturação é prejudicial à própria Igreja, porque, segundo a *Gaudium et Spes* n. 40, a Igreja se enriquece, também, em sua dimensão institucional, com a evolução da sociedade”.³³

³⁰ HOONAERT, E., Teologia que vem das catacumbas: desafios atuais. In: www.deus.com – Desafios da Teologia num mundo virtual, p. 72.

³¹ BABIN, P.; MCLUHAN, M., Era Eletrônica: um novo homem, um cristão diferente, 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 modifica algumas estruturas de pensamento e sociabilidade, que fazem com que certas polaridades diminuam, enquanto outras se acentuem.

³² HOONAERT, E. Teologia que vem das catacumbas: desafios atuais. In: www.deus.com – Desafios da Teologia num mundo virtual, 2003, p. 72.

³³ GRIPP, A., O desafio de transmitir a mensagem cristã numa sociedade midiaticizada, p. 151.

4.1.2.1. Linguagem e pluralismo

Um dos primeiros desafios para a inculturação do Evangelho na cultura midiática digital é a linguagem teológica. Os enunciados foram constituídos na lógica da Cristandade, caracterizada por uma forma de pensar Deus e o ser humano bem diferente dos tempos atuais. Nessa época, definida como Cristandade, a fé (cristã) era uma herança familiar, cujo vocabulário se aprendia na infância, sem questionamentos.

O processo de secularização e o pluralismo cultural desfez essa lógica.³⁴ Com o afastamento da vida comum das normas teológicas, hoje, muitos duvidam da existência do transcendente ou o definem de forma diferente.

O cristianismo histórico, antigo de mais de 2 mil anos, terá que repensar-se em meio a este estado de coisas e perceber qual é o ponto central que deverá comunicar aos homens e mulheres de hoje, de modo a motivá-los a pautar sua vida pelo caminho chamado Boa Nova, que foi capaz de virar uma página decisiva da história e plasmar a vida e a cultura de toda uma parte do mundo.³⁵

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 (*eclesiam semper reformanda*). Rahner deixa claro, no livro *Curso fundamental da fé*, que todo discurso sobre Deus só pode acontecer através de exemplificações, comparações, metáforas, símiles, alegorias e parábolas. A alteridade de Deus não pode ser captada e explicada pelo campo cognitivo do ser humano, que por isso não tem como provar sua existência a partir de critérios da razão materialista, nem fazer nenhum tipo de afirmação categórica sobre sua essência.³⁶

O cristianismo apresenta Deus como um mistério que só se pode conhecer porque Ele teve a iniciativa de se autorrevelar na história humana. Essa verdade do cristianismo, numa sociedade pluralista como a contemporânea, depara-se com

³⁴ Bingemer explica que “a secularização é o produto de uma compreensão do mundo que repousa não mais sobre o mito (*mythos*), mas sobre o discurso racional (*logos*)”. In: BINGEMER, M. C. L., O mistério e o mundo. Paixão por Deus em tempos de descrença, p. 99.

³⁵ BINGEMER, M. C. L., O mistério e o mundo. Paixão por Deus em tempos de descrença, p. 98.

³⁶ RAHNER, K., Curso fundamental da fé, p. 91-113.

"uma situação social na qual pessoas de diferentes etnias, cosmovisões e moralidades vivem juntas pacificamente e interagem amigavelmente".³⁷

Para conviverem pacificamente com cosmovisões diferentes, é impreterível que se desencadeie na sociedade uma dinâmica de conversação constante. Essa convivência, entretanto, não ocorre sem consequências: os indivíduos se influenciam mutuamente, gerando um relativismo prático. É ele quem autoriza o diálogo. Sem ele, haveria apenas a via do confronto. Com ele, as pessoas continuam a falar uma com as outras, a interagir, a se respeitar, independente de pensarem diferente sobre assuntos diversos em seu cotidiano. Sofrem o que Berger chama de "contaminação cognitiva"³⁸ como uma condição/experiência permanente.³⁹

Viver a fé cristã numa sociedade em que o pluralismo não é somente uma realidade, mas é concebido como um valor, exige do indivíduo uma maturidade de fé; e da Igreja, um maior empenho na formação dos fiéis. No tempo atual, nada é totalmente certo e imutável. À procura de uma "nova libertação" constitui uma busca por extinguir as "velhas coerções institucionais", com a "reconstrução de instituições, sejam elas antigas, sejam elas novas".⁴⁰ Berger acredita que: "o pluralismo relativiza e com isso enfraquece muitas das certezas com as quais os seres humanos costumavam viver. Posto de maneira diferente: a certeza se torna uma mercadoria escassa".⁴¹

4.1.2.1.1. Imagens de Deus

Diante do exposto na subseção anterior, a limitação da linguagem humana para falar sobre a Revelação traz grandes dificuldades para sua comunicação ao ser humano contemporâneo. Há uma tendência a transmitir uma imagem de Deus que é uma projeção do humano, e por isso abusiva e propícia à idolatria.

³⁷ BERGER, P. L., Os múltiplos altares da Modernidade. Rumo a um paradigma da religião numa época pluralista, p. 21.

³⁸ Berger define assim o termo: "A expressão [contaminação cognitiva] se refere a um fato comumente observado: se as pessoas continuam a falar uma com as outras, elas se influenciarão umas às outras. [...] elas chegam a um compromisso cognitivo" (BERGUER, 2017, p. 21).

³⁹ BERGER, P. L., Os múltiplos altares da Modernidade. Rumo a um paradigma da religião numa época pluralista, p. 21.

⁴⁰ BERGER, P. L., Os múltiplos altares da Modernidade. Rumo a um paradigma da religião numa época pluralista, p. 33.

⁴¹ BERGER, P. L., Os múltiplos altares da Modernidade. Rumo a um paradigma da religião numa época pluralista, p. 33.

Como afirmou-se anteriormente, em redutos cristãos, há uma tendência de adotar uma linguagem dogmática, até mesmo como resistência ao cientificismo e modernismo. A questão é que os indivíduos formados nesses redutos quando interagem na sociedade comunicam às pessoas a imagem de uma divindade que está distante do mundo e da realidade humana; autoritária, limitadora da liberdade humana e inimiga de sua autonomia. Um Deus acusador, do “não pode”, que salva a quem lhe obedece e condena os desobedientes, para os quais reserva o inferno, a perdição eterna.

Encontrando-se fora do mundo, esse Deus governa o destino dos homens, que só podem se aproximar d’Ele através da oração, especialmente a de súplica. Pela oração, as pessoas dirigem seus pedidos a Deus e através de promessas, obras de caridade e/ou mortificação são atendidas e recebem graças divinas. É, portanto, um Deus que intervém de fora na vida das pessoas e no destino do mundo, permitindo o bem e o mal segundo a sua vontade e sabedoria, que é infinitamente superior à dos homens.

Em face desse argumento, a humanidade estaria dividida entre os que creem e os que não creem, respectivamente, entre os “salvos” e os “não salvos”. O Deus exibido a partir desses pressupostos foi rejeitado pela sociedade, o que limita o seu reinado apenas ao interior das igrejas. E mesmo lá não é soberano. Resta a pergunta ao cristão: de que Deus é crente e de que Deus é ateu? Este confronto, por certo, facilitará o diálogo com a sociedade pluralista e mostrará, possivelmente, que também o fiel não acredita na imagem de Deus que é rejeitada pelas pessoas não religiosas.

Estrada reflete que essa imagem de Deus não é comunicável ao ser humano de hoje, pois além de transmitir uma ideia errada de Deus, a linguagem utilizada é obsoleta e não corresponde mais à mentalidade e às perguntas atuais.⁴² A busca por Deus já não é universal como no tempo da cristandade. Aliás, as grandes instituições perderam empoderamento para o homem, que ganhou importância e autonomia.

⁴² ESTRADA, J. A., Qué decimos cuando hablamos de Dios? La fe en una cultura escéptica, p. 21-43.

4.1.2.2. Deus mistério absoluto na rede

O que ou quem é Deus? Ele é mistério. Mediante essa constatação, Estrada reitera que um dos problemas no discurso sobre a Revelação está no fato de que esse Deus que se revela transcende o mundo. Só se consegue falar de Deus e de sua Revelação usando uma linguagem antropomórfica, e desta forma não se pode responder aos questionamentos da razão pura. “Estamos marcados por uma racionalidade intramundana, que nos permite teorizar sobre o universo físico do qual somos parte”.⁴³ Porém, se Deus transcende o universo, então, como teorizá-lo corretamente? “Há que se assumir a finitude da razão e sua incapacidade para a transcendência e para o sobrenatural”.⁴⁴

Bingemer acrescenta ao exposto por Estrada:

Toda teologia não é a revelação, mas uma figura contingente e limitada da mesma. Só o Kyrios (o Senhor) glorificado tem a visão totalizante e global da revelação. Portanto, toda revelação deve ser criticada e julgada pela figura de Jesus Cristo, na revelação, na contemplação, no seguimento. Assim, também como pela obra do Sopro divino do Espírito que procede do Pai e do Filho na criação, na história, na Igreja, e em cada ser humano. O discurso humano sobre Deus, portanto, é chamado a ser constantemente julgado pela Palavra de Deus e só a partir da revelação dessa palavra, o ser humano, finito e contingente, pode pretender aproximar-se do rosto inefável e resplandecente do Deus totalmente Outro, que se revela em meio à história e constrói relações amorosas com a humanidade.⁴⁵

Qualquer palavra, conceito ou imagem que sejam empregados para responder à pergunta sobre Deus será meramente aproximativa. Pode-se conhecê-lo por aquilo que ele mesmo quis revelar aos seres, na história humana. A partir disso, Estrada assegura que a forma de apresentar o Deus da Revelação passa necessariamente mais por falar do que ele não é – Teologia negativa –, do que falar o que ele é. Afinal, todo discurso elaborado pelo ser humano está limitado ao que lhe é possível conhecer e experimentar, e sofre influências da cultura em que está inserido. Toda interpretação religiosa está sujeita à historicidade do conhecimento humano.⁴⁶

⁴³ ESTRADA, J. A., Qué décimos cuando hablamos de Dios? La fe en una cultura escéptica, p. 69.

⁴⁴ ESTRADA, J. A., Qué décimos cuando hablamos de Dios? La fe en una cultura escéptica, 2015, p. 69.

⁴⁵ BINGEMER, M. C., Um rosto para Deus, 2005, p. 218.

⁴⁶ ESTRADA, J. A., Qué décimos cuando hablamos de Dios? La fe en una cultura escéptica, 2015, p. 69.

É primordial, sobretudo, um movimento de abertura para a revisão da linguagem com que se transmite o conteúdo da fé cristã. E essa revisão é essencial para que não sejam desperdiçadas energias em questões que não comunicam a Boa Notícia ao ser humano contemporâneo, nem sejam utilizadas linguagens antiquadas que seja para ele incompreensível. Sobre esse assunto, o Papa Francisco, na Exortação apostólica *Evangelii Gaudium*, afirma que o anúncio deve concentrar-se “no essencial, no que é mais belo, mais importante, mais atraente e, ao mesmo tempo, mais necessário”.⁴⁷ Simplifica-se a proposta, sem perder a profundidade ou trair a verdade. Assim, torna-se fundamental colocar tudo em “chave missionária”, especialmente a comunicação do Evangelho, para que a mensagem comunicada não seja “mutilada e reduzida a alguns dos seus aspectos secundários”, que mesmo sendo relevante, por si só, “não manifestam o coração da mensagem de Jesus Cristo”.⁴⁸

Deus se revela ao ser humano na história e sendo-lhe solidário realiza o verdadeiro humanismo a partir da encarnação de seu filho, segunda pessoa da Santíssima Trindade. Deus se humaniza e faz do ser humano o lugar por excelência da sua Revelação. O cristão será uma testemunha da Revelação ao mundo na medida em que, através da sua fé, por livre adesão a esse Deus que se revela, assumir o projeto de Cristo e anunciar mediante suas escolhas diárias o amor de Deus pela humanidade.

A linguagem adequada para comunicar a Revelação na rede, portanto, como dito antes, não é o “teologuês”, mas àquela que puder, de fato, levar o ser humano contemporâneo a ter um encontro pessoal com o Deus de Jesus Cristo, que ama o homem e a mulher 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 a ele vence a morte. Uma dialética harmônica, entre experiência, *práxis* e conhecimento de Deus, porque “o rosto de Deus [...] só se deixa perceber e vislumbrar quando esses três pólos se integram em sua busca, seu conhecimento e seu anúncio”.⁴⁹

⁴⁷ EG 35.

⁴⁸ EG 34.

⁴⁹ BINGEMER, M. C., Um rosto para Deus, p. 217.

4.1.2.3.

A evangelização diante da crise de sentido e a fragmentação

A transformação que está em curso na sociedade desde o advento da modernidade coloca a fé na esfera do privado e parece consolidar o secularismo na sociedade. O ser humano vive uma dinâmica social materialista na qual o valor do indivíduo está condicionado ao que é capaz de produzir e consumir, num utilitarismo reducionista.

Como um ser de transcendência, o ser humano restrito à sua condição imanente se vê vazio de sentido e parte em busca de uma experiência religiosa que o preencha, porque a sua humanidade não pode ser reduzida à condição racional. Como explica Amado, “o ser humano experimenta-se, ao mesmo tempo, como razão e afeto, historicidade e transcendência, autopossessão e relacionamento, socioambientalidade e religião”.⁵⁰

A evangelização não pode prescindir da pessoa real à qual se dirige, nem tampouco “pode aceitar cisão no ser humano, com a primazia excludente de uma dimensão sobre as demais”.⁵¹ Nesta perspectiva deve dar atenção, também, às questões de sentido, como fator antropológicamente abrangente e unificador.

Seguindo esse pensamento, Amado defende que assim como não há seres humanos fatiados, vivendo aos pedaços, entre as distintas dimensões da única pessoa, tampouco podem ser considerados humanos se não se defrontam explicitamente com a questão do sentido ou significado da existência.⁵² Segundo a visão do autor, a maturidade de uma pessoa, a sua humanização, dependerá de sua capacidade de articulação das dimensões pessoais e sociais, racionais e afetivas, transcendentais e imanentes.

É fato que o ser humano “em geral” não existe. O que existe é a pessoa, o indivíduo. Ele é o destinatário da mensagem cristã, que é uma mensagem salvífica. Como tal, deve se confrontar com os anseios e as dificuldades bem concretas presentes na contemporaneidade. O projeto de Jesus implicava uma outra modalidade de religiosidade que não separava sagrado e profano, que assumia plenamente a vida humana com toda a sua riqueza e complexidade.

⁵⁰ AMADO, J. P., Aspectos antropológicos para a evangelização junto às Juventudes: reflexões a partir do Sínodo dos Bispos de 2018, p. 50.

⁵¹ AMADO, J. P., Aspectos antropológicos para a evangelização junto às Juventudes: reflexões a partir do Sínodo dos Bispos de 2018, p. 50.

⁵² AMADO, J. P., Aspectos antropológicos para a evangelização junto às Juventudes: reflexões a partir do Sínodo dos Bispos de 2018, p. 50.

Por isso, evangelizar é humanizar. O ser humano é, por certo, plenamente humano quando em relação: com o transcendente, com o próximo e com a natureza. Porém, não se está falando de um transcendente despersonalizado, identificado com uma energia, uma força, ou o deus dos filósofos; ou o deus dos tempos modernos, que satisfaz as necessidades das pessoas de afeto, de tranquilidade, de *status*. Mas, sim, do Deus de Jesus Cristo, revelado como pessoal, criador de tudo o que existe. Deus trindade, bíblico, que se autocomunica ao ser humano e a quem esse ser humano deve responder livremente,⁵³ um Deus que ama incondicionalmente e se relaciona com o ser humano de forma pessoal.

Se o estado leigo e a sociedade secularizada não implicaram o desaparecimento da religião, isso significa que há, na atualidade, um grande número de pessoas “religiosas”, ou desejosas de transcendência. Há indivíduos que desejam viver a dimensão transcendente de sua humanidade e a comunidade eclesial precisa estar pronta e aberta a acolhê-los, para lhes possibilitar uma experiência de fé. É preciso escutar as perguntas e os anseios humanos de hoje e levar essa necessidade da escuta a sério.

A teologia cristã ensina que o ser humano como sujeito e pessoa, livre e responsável, está fundado no Absoluto que é Deus, e que pela graça se oferece ao indivíduo e o abre à transcendência. O ser pessoal de Deus é o fundamento da pessoa que o ser humano é chamado a ser. Por exemplo: o homem e a mulher contemporâneos buscam um sentimento de plenitude, de “paz interior”.

Em função dessa problemática, não se pode negar que a subjetividade é um elemento importante, para que se faça uma experiência pessoal com Deus. Então, não se deve ficar preso a antigos esquemas catequéticos ou a fórmulas de um racionalismo frio e distante. É essencial descobrir como falar de Deus de forma a tocar a subjetividade sem, contudo, reduzir a experiência de fé a um espiritualismo fragmentado, infértil e centrado em si.

Será necessário favorecer uma experiência pessoal do indivíduo com o Evangelho de Cristo, que é Boa Nova do Reino de Deus. Por sua vez, o testemunho daqueles que já vivem a fé é um caminho seguro. O conhecimento de Deus como pessoa acontece, como explicita Karl Rahner, quando o ser humano o experimenta em sua história.⁵⁴ E é justamente na história que o Deus de Jesus Cristo pode ser

⁵³ CaIC 26.

⁵⁴ RAHNER, K., Curso fundamental da fé, p. 55-57.

encontrado. Porque Ele quer encontrar-se com o ser humano e tem feito isso nas histórias individuais, na profundidade das consciências e na totalidade da história humana.

Chamamos de experiência transcendental a consciência subjetiva, atemática, necessária e insuprimível do sujeito que conhece, que se faz presente conjuntamente a todo ato de conhecimento, e o seu caráter ilimitado de abertura para a amplidão sem fim de toda realidade possível.⁵⁵

Essa experiência de proximidade imediata de Deus é, contudo, sempre mediada pela relação com o mundo e com os outros, uma vez que Deus está em toda a parte, pois é quem tudo fundamenta. Tudo o que, na experiência histórica do indivíduo se abre ao Mistério, que, desde sempre, é oferecido para que se possa realizar como ser de liberdade e responsabilidade é experiência de Deus. A palavra humana, o sacramento, o templo, a Sagrada Escritura, tudo se converte em indicação categorial da presença transcendental de Deus que se autocomunica ao mundo.⁵⁶

Vive-se num mundo globalizado, tecnológico, de intensas e profundas mudanças sociais, no qual o ser humano dispõe de novos recursos que alimenta a sua autossuficiência. Cresce o individualismo, o secularismo atinge níveis nunca imaginados. O indivíduo hodierno redescobre a espiritualidade, mas não a religião enquanto conjunto de normas de vida e conduta; não a instituição hierarquizada, porque “o que morre não é o sentido do sagrado, mas um certo sentido do sagrado.”⁵⁷

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.⁵⁸

Diante desse panorama, a Igreja é chamada a responder ao mandato missionário de Cristo: “Ide por todo o mundo e fazei discípulos. Batizai em nome do

⁵⁵ RAHNER, K., Curso fundamental da fé, 1989, p. 33

⁵⁶ RAHNER, K., Curso fundamental da fé, p. 69-70.

⁵⁷ BABIN. P; MCLUHAN, M., Era electrónica um novo homem um cristão diferente, p. 21.

⁵⁸ BABIN. P; MCLUHAN, M., Era electrónica um novo homem um cristão diferente, p. 30.

Pai, do Filho e do Espírito Santo” (cf. Mc 16,15). E aqui a ação efetiva de uma Igreja que se converte pastoralmente é essencial.

Converte-se pastoralmente não para acrescentar ou retirar algum dado da Revelação, para mudar a doutrina ou modificar a mensagem cristã; mas, sim, para transformar sua configuração histórica em vista da missão evangelizadora e abandonar estruturas que hoje são estéreis, porque já não são compreensíveis para seus contemporâneos.

4.1.2.3.1.

A missão dos leigos

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 e na Igreja.

Na dinâmica eclesial, o Concílio Vaticano II cunhou a expressão *Povo de Deus* para definir a Igreja, afirmando que o sujeito da evangelização são todos os batizados. Ou seja, o laicato não é apenas destinatário da evangelização. Ele é, pelo seu batismo, corresponsável pela evangelização. O discipulado do laicato se insere na dimensão eclesial e secular, e é nessas duas dimensões que ele deve ser visto como sujeito, dotado de autonomia e responsabilidade.

Sobre a missão dos leigos na evangelização na cultura digital será abordada mais adiante.

4.1.2.3.2.

A Encarnação como caminho para comunicar Deus ao ser humano

Como mediar o encontro do ser humano contemporâneo com o Deus da Revelação? Estrada aponta a Encarnação como um caminho seguro para essa missão, pois “no cristianismo a concepção de Deus está condicionada ao significado de Cristo”.⁵⁹ Segundo o autor, a vida, morte e ressurreição de Cristo é a chave her-

⁵⁹ ESTRADA, J. A., *Qué décimos cuando hablamos de Dios? La fe en una cultura escéptica*, 2015, p. 157.

menêutica para se falar de Deus. Em Jesus Cristo, o Deus transcendente pode ser alcançado.

O pensamento de Estrada é compartilhado por outros autores. Castillo considera que “o ponto de amarração e de encontro entre o divino e o humano não foi o divino, mas o humano”. Nesse sentido, completa que: “deste modo, é no humano que se encontra o divino”.⁶⁰ Assim, é possível compreender que Deus age na história humana não “de fora”, mas no seu interior, fazendo-se presente nela.

Garcia Rúbio, citando André T. Queiruga, sustenta que é salutar compreender a verdade revelada pela Encarnação: que “Deus criador-salvador está presente e age incessantemente no interior de cada criatura e do processo evolutivo”.⁶¹ A evolução da criação acontece na história, portanto, é categórico aceitar a criação como imperfeita. Se tudo fosse perfeito, não haveria necessidade de salvação, nem de Deus.

Esse Deus que está presente no interior de cada criatura e no processo evolutivo, também se incorporou na história: ele se humanizou, se encarnou. Jesus Cristo, segunda pessoa da Santíssima Trindade, nasceu entre os humanos, do ventre de uma mulher, num tempo histórico. Em Jesus, ocorre uma humanização de Deus e uma divinização do ser humano.

Tal compreensão muda o foco do discurso sobre Deus e toda História da Salvação ganha uma nova leitura. A salvação não é puro dom, que se recebe de forma passiva, nem resultado de uma mera atividade humana. Como observado, a salvação é dom de Deus que se realiza na história, e isso aconteceu de forma plena a partir do Cristo que nasceu, cresceu, viveu entre os homens, morreu e ressuscitou, vinculando a ação humana à intervenção divina.⁶²

Em Jesus, apresenta-se o verdadeiro humanismo: o humanismo com transcendência, que promove o ser humano em sua integralidade e não de forma dualista, opondo a razão à emoção, o imanente ao transcendente. Esse dualismo foi um dos motivos que levou ao fracasso os projetos de emancipação humanos inspirados na filosofia materialista.

⁶⁰ CASTILLO, J. M., *Jesus – A humanização de Deus*, 2015, p. 288.

⁶¹ RUBIO, A. G., *A teologia da criação desafiada pela visão evolucionista da vida e do cosmo*. In: RUBIO, A. G.; AMADO, J. P. (orgs.), *Fé cristã e pensamento evolucionista*, 2012, p. 34.

⁶² ESTRADA, J. A., *Qué décimos cuando hablamos de Dios? La fe en una cultura escéptica*, 2015, p. 160.

Jesus Cristo, Deus que se humanizou, revela o sentido da humanidade. Por sua vida e pregação, gestos e opções, Jesus mostrou que para ele o sagrado era o próprio ser humano. E fez isso nas diversas ocasiões em que não titubeou em re-legar a segundo plano as normas religiosas em favor de um indivíduo que sofria, que necessitava ver elevada sua condição humana. Neste movimento, deslocou, muitas vezes, o lugar do sagrado da lógica religiosa (externa) para a vida cotidiana, real, humana (interna), vide parábola do bom samaritano (Lc 10,25-37). Mostrou que o próximo é um lugar privilegiado de encontro com Deus, porque “comunicar não é apenas exprimir ideias ou manifestar sentimentos; no seu mais profundo significado, é doação de si mesmo, por amor; ora, a comunicação de Cristo, é Espírito e Vida”.⁶³

4.1.2.4.

O perigo do relativismo e do fundamentalismo

A análise das oportunidades para a evangelização proporcionadas pelas novas tecnologias não possui apenas pontos positivos. Embora esta investigação tenha um olhar otimista sobre o novo contexto cultural, é prudente apontar os perigos que ele oferece ao cristianismo. Através das mídias, difunde-se uma cultura global, que atende aos interesses externos, massificando a população e tratando elementos culturais comercialmente, organizados de acordo com interesses e potencialidade de consumo. A demanda beneficia a "contaminação cognitiva", citada oportunamente, e pode gerar dois problemas distintos, mas igualmente nocivos: o relativismo e o fundamentalismo.

Se o relativismo prevalecer, a Verdade é relativizada e a liberdade compreendida enquanto aceitação de atitudes e comportamentos individuais, com pouca responsabilidade com o outro. Integração e participação comunitárias, assim como a responsabilidade com a sociedade, tornam-se secundárias e também relativizadas. Além disso, cresce o sentimento de insegurança nos indivíduos, pois o rompimento das cosmovisões contradiz aquilo que se acreditava e se colocava como segurança, abrindo-se um leque para escolhas infinitas, que vai desde a escolha do que se é (identidade), até a escolha do que se acredita (fé).

⁶³ CP 11.

Se no mundo em que se vive nada é evidente e não há mais grandes estruturas confiáveis para dizer como se deve viver, o poder institucional sofre um grande abalo em seus alicerces. De certa forma, é o que é vivido hoje com a desinstitucionalização e o empoderamento das individualidades, que fortalecem o individualismo e o hedonismo.

Já o contrário do relativismo, mas igualmente negativo, é o fundamentalismo, que balcaniza uma sociedade, levando ou a um conflito permanente ou à coerção totalitária.⁶⁴ “O fundamentalismo é um esforço para restaurar a certeza ameaçada” pelo pluralismo.⁶⁵ Berger aponta os diversos fundamentalismos existentes, além do religioso: políticos, filosóficos, estéticos, culinários ou atléticos.

Há fundamentalismos reacionários e progressistas. O que todos esses projetos têm em comum é uma promessa para o convertido potencial: ‘Junte-se a nós, e você terá a certeza de que há muito deseja. Você compreenderá o mundo, saberá quem você é e saberá como viver.’⁶⁶

O fundamentalista é nocivo à sociedade, entre outros motivos, porque tenta ignorar a informação que lhe causa dissonância, negando a sua validade e buscando eliminar de cena os seus portadores. Ele busca a conversão do outro, não o diálogo, podendo até matá-lo se necessário for para afirmar a sua verdade. Encontrar o equilíbrio é o grande desafio. Para Berger, a resposta a esse desafio se encontra numa dimensão quenótica, que levará ao diálogo a partir dos fundamentos da fé.⁶⁷

Retomar aos fundamentos da fé é o que impedirá de se cair no relativismo e no fundamentalismo. O fundamento cristão está nos valores do Evangelho. Cabe às Igrejas revelar o rosto de Deus a partir de Cristo.

⁶⁴ BERGUER, P. L., Os múltiplos altares da Modernidade. Rumo a um paradigma da religião numa época pluralista, p. 44.

⁶⁵ BERGUER, P. L., Os múltiplos altares da Modernidade. Rumo a um paradigma da religião numa época pluralista, p. 34.

⁶⁶ BERGUER, P. L., Os múltiplos altares da Modernidade. Rumo a um paradigma da religião numa época pluralista, 2017, p. 34.

⁶⁷ Neste ponto, faz-se necessário citar uma diferenciação entre relativização e relativismo, que o estudo do texto de Berguer leva a concluir. A relativização é “uma experiência permanente”, provocada pela vivência em uma sociedade pluralista. Consiste em a “compreensão de que a realidade pode ser percebida e vivida de uma maneira diferente daquela que alguém pensava ser a única forma possível. Ou, simplificando, as coisas podem ser de fato realmente diferentes”. (BERGUER, 2017, p. 23-24). O relativismo, de outra forma, questiona as verdades universais e considera a verdade algo subjetivo, tendo como consequência o relativismo moral e religioso, contrários à fé cristã. O primeiro considera que o bem e o mal é fruto de construções sociais; e o segundo que não há um Deus único e verdadeiro, mas há “deuses”, segundo cada cultura.

Pois a Igreja sabe perfeitamente que sua mensagem concorda com as aspirações mais íntimas do coração humano, quando reivindica a dignidade da vocação humana, restituindo a esperança àqueles que já desesperam de seu destino mais alto. A sua mensagem, longe de diminuir o homem, derrama luz, vida e liberdade para o seu progresso.⁶⁸

4.1.3. Comunidades em rede exigem uma conversão pastoral

A Igreja na América Latina tem aprofundado o sentido da conversão pastoral desde a publicação do Documento de Aparecida.⁶⁹ Entre seus diversos aspectos, encontra-se a consolidação da paróquia como uma rede de comunidades, denominada “comunidade de comunidades”. A conversão pastoral das paróquias, que aqui se define como um dos pontos da rede eclesial, acontecerá pela reformulação de suas estruturas.

O fato de se poder identificar a existência da rede de comunidades no interior da Igreja não tornou fácil, entretanto, desenvolver uma cultura da comunicação eclesial. A predominância de uma visão instrumentalista dos meios, ainda preponderante na ação pastoral, e a persistência de um modelo comunitário autorreferencial,⁷⁰ de tal maneira impediu um maior avanço nessa área. O medo de mudança leva ao fechamento em métodos antigos.⁷¹

O Documento 100 da CNBB, intitulado *Comunidade de Comunidades: uma nova paróquia*, apresenta cinco pontos cruciais para a conversão pastoral no atual contexto social, delineado pelas tecnologias digitais:

1. A transformação da paróquia precisa ser permanente e integral, com renovação missionária das comunidades;⁷²
2. Mudança nas estruturas, métodos pastorais e prioridades eclesiais;⁷³
3. Conversão pessoal e comunitária a Jesus Cristo, assumindo-se e testemunhando-se a proposta do Reino de Deus;⁷⁴

⁶⁸ GS 21.

⁶⁹ O Documento de Aparecida foi publicado em 2007.

⁷⁰ Comunidade de Comunidades, n. 60.

⁷¹ Comunidade de Comunidades, n. 57.

⁷² Comunidade de Comunidades, n. 51.

⁷³ Comunidade de Comunidades, n. 9-11, 31-37.

⁷⁴ Comunidade de Comunidades, n. 25-52.

4. Nova mentalidade quanto à maternidade da Igreja: entendimento de que ela gera, amamenta, faz crescer, corrige, alimenta e conduz pela mão os seus filhos, homens e mulheres batizados;⁷⁵

5. Redescoberta das entranhas de misericórdia da Igreja, acolhendo o ser humano que desconhece o amor de Deus e os que sofrem injustiças, que constituem uma multidão de feridos necessitados de perdão e amor.⁷⁶

O documento chama a atenção de que a transformação das estruturas precisam ser expressão externa de uma conversão interna; e que uma comunidade revitalizada é uma comunidade acolhedora, samaritana, orante e eucarística.⁷⁷

É oportuno, à vista disso, a conversão para a missão, uma disposição de ir ao encontro das periferias existenciais, para, com coragem e ousadia, anunciar o querigma. Em outras palavras, significa passar de uma pastoral interna para uma que dialogue com o mundo, concretizando a proposta do Concílio Vaticano II, deixando de lado a preocupação exagerada com temas secundários, para se ocupar primeiramente com o que propõe o Evangelho.⁷⁸ Representa abrir a rede eclesial a um diálogo com a rede mundial, entendendo que no atual panorama globalista, a Igreja enquanto rede de comunidades não pode manter uma atitude intimista e isolada.

Faz-se necessário o rompimento com estruturas obsoletas,⁷⁹ uma vez que as novas tecnologias e o avanço da informática têm vislumbrado experiências antes inimagináveis, fazendo emergir um ser humano mais subjetivo e complexo, com tudo o que de positivo e de negativo essa transformação oferece: cresce a identidade social, mas se enfraquecem os vínculos comunitários; há uma valorização da individualização, rompendo a cultura de massas, porém, uma exacerbação do individualismo, que favorece a cultura da indiferença.⁸⁰

Portella endossa a colocação anterior:

Num mundo fortemente plural, o cristianismo aparece como uma resposta à questão do sentido. Desafiado pelos mecanismos da desinstitucionalização e destradi-

⁷⁵ Comunidade de Comunidades, n. 54.

⁷⁶ Comunidade de Comunidades, n. 56.

⁷⁷ Comunidade de Comunidades, n. 56.

⁷⁸ Comunidade de Comunidades, n. 58.

⁷⁹ Comunidade de comunidades, n. 31, 45-50.

⁸⁰ Comunidade de Comunidades, n. 11-27.

cionalização, o cristianismo experimenta o desafio da perda de plausibilidade sociocultural, necessitando, portanto, explicitar a cada momento sua identidade.⁸¹

Como uma rede de comunidades, a Igreja, aproveitando-se da sua própria capilaridade, deve se inserir no ambiente digital, para integrar a mensagem do Evangelho e transformar essa nova cultura, formada por “um novo paradigma tecnológico que se organiza em torno da tecnologia da informação”.⁸² Entretanto, oportunamente reitera-se o que foi dito: não é uma cultura já estruturada, pronta, mas em construção e em constante mutação. Ao mesmo tempo que molda a sociedade pode ser moldada por esta, a partir de seu uso.⁸³

Para constituir uma comunidade de comunidades na cultura digital, é propício “passar das razões teológicas para a ação pastoral”, num processo que motive que as verdades expressas teologicamente sejam, verdadeiramente, vividas pelos membros da Igreja. “Tarefa complexa”, afirma Miranda, por implicar “novas expressões, novas estratégias de evangelização, novas instituições, seja no nível paroquial, seja no diocesano, seja no regional” e, talvez, no mundial.⁸⁴

A visão instrumentalista dos meios de comunicação impede, muitas vezes, que a ação pastoral seja eficaz nesse processo, transformando a Igreja numa mera usuária das grandes plataformas. O resultado é catastrófico: ao invés de transformar a cultura midiática digital, vai aos poucos sendo modificada por ela e sofrendo sua influência. Desse modo, é possível perceber a perda do sentido de unidade, o aumento da indiferença e da intolerância no interno das pastorais e comunidades, com a diminuição da capacidade de diálogo com o diferente, que transborda para as mídias e redes sociais pessoais e, por vezes, as institucionais.

É imperativo uma nova mentalidade. Para Aline Amaro, isto acontecerá a partir de uma mudança de foco: da transmissão para o compartilhamento; do conteúdo para as pessoas. Deve-se, segundo a pesquisadora, pensar não tanto sobre os instrumentos em si, mas “na relação interpessoal, nos fatores culturais, políticos, sociais e religiosos que essa comunicação sugere”.⁸⁵ Um entendimento de que conversão pastoral está relacionada à compreensão de que é essencial exercer a

⁸¹ AMADO, J. P., Aspectos antropológicos para a evangelização das juventudes, p. 51.

⁸² CASTELLS, M., Sociedade em rede, p. 49.

⁸³ CASTELLS, M., Sociedade em rede, p. 22.

⁸⁴ MIRANDA, M. F., A Igreja em transformação – Razões atuais e perspectivas futuras 2019, p. 101.

⁸⁵ SILVA, A. A., Amigas e amigos no amigo: uma Cristologia comunicativa da amizade em tempos digitais e de pandemia, p. 23-24.

maternidade da Igreja; de que o trabalho pastoral é o exercício de um discipulado e que o seguimento de Jesus Cristo é uma força missionária transformadora, porque primeiro transforma as estruturas eclesíásticas, formadas por homens e mulheres que necessitam continuamente de penitência e renovação.⁸⁶

Há no mundo digital uma multidão faminta de Jesus. Diante deles, continuamente, o Senhor convoca a Igreja: “Vós mesmos, dai-lhes de comer” (Mc 6,37).⁸⁷ O movimento de saída para ir ao encontro dos habitantes digitais (sejam eles imigrantes, sejam nativos)⁸⁸ exige uma “renovação de costumes, estilos, horários e linguagem. Só assim a estrutura eclesial aperfeiçoará mais a evangelização do que a autopreservação da paróquia”.⁸⁹ Este processo tem uma única fonte: o encontro com Jesus Cristo, que deve ser constantemente renovado pelo anúncio do querigma.⁹⁰ O anúncio, a missão, é fonte e caminho para a rede eclesíastica digital, que deve ser expressão de uma comunidade de comunidades missionárias. Afinal, “comunidade e missão são como dois lados da mesma moeda. A comunidade eclesial autêntica é, necessariamente, missionária e toda missão se alicerça na vida de comunidade”,⁹¹ seja no ambiente físico, seja no digital.

“A *urbe* digital é interativa, coletiva e imersiva. Acostumados com a interatividade, os interlocutores são capazes, inclusive, de interiorizar a experiência espiritual mediante a tessitura de relacionamentos interativos e que geram comunidade”.⁹² As características de interatividade, coletividade e imersão são provocativas para a Igreja no processo de inculturação do Evangelho na cultura digital, deixando ainda mais óbvio a urgente tarefa de transformação das estruturas e superação da tentação de se retroceder pelo medo do “mundo novo”, fechando-se em uma linguagem autorreferencial, sacramentalista e purista.

Como uma rede de comunidades, a Igreja deve influenciar a cultura digital com sua catolicidade. Essa nota da Igreja, como Moraes e Gripp reconhecem, de-

⁸⁶ Comunidade de Comunidades, n. 52-54.

⁸⁷ Comunidade de Comunidades, n. 57. EG 49.

⁸⁸ Imigrantes e nativos digitais são conceitos para definir as pessoas segundo as suas gerações com relação à proximidade e à distância das tecnologias digitais. Pessoas nascidas antes de 1980 são consideradas imigrantes digitais. São imigrantes porque procuram adentrar no ambiente digital, que não existia em sua juventude. Os nativos digitais são pessoas que já nasceram no contexto da revolução tecnológica e que cresceram acompanhando o desenvolvimento tecnológico do mundo atual.

⁸⁹ Comunidade de Comunidades, n. 59.

⁹⁰ Comunidades de Comunidades, n. 61.

⁹¹ DGAE 2019-2023, n. 7.

⁹² MORAES, A. O.; GRIPP, A., Ações evangelizadoras numa cultura urbana marcada pelo digital, 2020, p. 161.

ve se estender a todos os níveis nos quais a ação evangelizadora acontece, “pois a dimensão local de sua comunicação está sempre conectada com o todo”.⁹³ Ou seja, as dimensões local e global deparam-se sempre interligadas, abrindo à opinião de que as redes locais não se bastam em si mesmas e precisam estar interligadas com o todo, para que haja uma comunidade eclesial, embora múltipla e plural, porque a unidade na Igreja não se expressa mediante a uniformidade.

Para que isso aconteça, é de capital importância uma correta visão eclesiológica, fundada sobre as noções de serviço e respeito. É preciso, para que a Igreja aconteça em sua totalidade e, conseqüentemente, a evangelização, que cada parte saia de si mesma e aceite as demais como são. A Igreja nasce, cresce, vive e se expressa na harmonia entre o todo e as partes (1Cor 12,4-30). A abertura à harmonia ajudar-nos-á a não gastar energias duplicando esforços, mas a reconhecer a beleza e adequação do trabalho feito por outros, na metrópole comunicacional, afastando-nos da “autofagia” digital e inserindo-nos na “polifonia” tão cara a esta *urbe* digital.⁹⁴

4.1.3.1. Igreja em rede é uma Igreja sinodal

“O mundo em que vivemos e que somos chamados a amar em todas as suas contradições e servir, exige da Igreja o reforço das sinergias em todas as áreas da sua missão.”⁹⁵ Com essas palavras, o Papa Francisco resume a importância da *sinodalidade* para a Igreja e, conseqüentemente, para a teologia nos tempos atuais. Prossegue o pontífice ao enfatizar que “aquilo que o Senhor nos pede, de certo modo já está, contido na palavra sínodo.

Caminhar juntos – leigos, pastores e o bispo de Roma – é um conceito que é fácil de exprimir em palavras, mas não é assim fácil de pô-lo em prática”.⁹⁶ E não o é, porque requer das partes envolvidas uma disposição para o diálogo, que implica a capacidade de escuta, que não se pode resumir no verbo “ouvir”.

A escuta a que se refere o Santo Padre em seu discurso diz respeito à capacidade de um indivíduo receber a fala do outro com humildade e espírito de uni-

⁹³MORAES, A. O.; GRIPP, A., Ações evangelizadoras numa cultura urbana marcada pelo digital, 2020, p. 162-163.

⁹⁴MORAES, A. O.; GRIPP, A., Ações evangelizadoras numa cultura urbana marcada pelo digital, 2020, p. 163.

⁹⁵ FRANCISCO., Discurso na comemoração do Cinquentenário da instituição do Sínodo dos Bispos, 2015.

⁹⁶ FRANCISCO., Discurso na comemoração do Cinquentenário da instituição do Sínodo dos Bispos, 2015.

dade, sabendo que cada um tem algo a aprender e tendo como objetivo ouvir conjuntamente o Espírito da Verdade, em vistas do bem da Igreja.

4.1.3.1.1.

Percorrer o caminho juntos em atitude de escuta

O conceito apresentado pelo Papa Francisco: "uma Igreja sinodal é uma Igreja de escuta", foi formulado por ocasião do quinquagésimo aniversário do estabelecimento do Sínodo dos Bispos e firma o entendimento de que "sinodalidade" inclui "uma descentralização saudável", na qual as conferências episcopais nacionais têm um papel especial a desempenhar.

Contudo, é imprescindível distinguir entre a natureza da "sinodalidade" – no sentido de definir uma atitude espiritual, e as formas específicas de um evento – um sínodo em nível diocesano ou nacional, por exemplo.

O papa, em seu discurso, explica que pela “sinodalidade” os fiéis percorrem um caminho juntos, como pessoas batizadas e dotadas de espiritualidade. Sendo assim, os cristãos se unem em uma jornada do tempo para a eternidade, pois vivem uma existência no caminho – sempre caminhando como Jesus em sua época na Galiléia e na Judéia, viajando juntos como o povo de Deus, acompanhados pelo Espírito Santo. Esta existência “a caminho” é uma realidade espiritual apropriada para receber a consolação, ser levantado, aconselhado e buscar o arrependimento.

A participação e a comunhão de todos os fiéis, expressas na sinodalidade da Igreja, se faz em vistas da missão. Não é, todavia, algo meramente instrumental, porque pertence à natureza mesma da Igreja. Para viver essa realidade, é de fundamental importância retomar a eclesiologia do Concílio Vaticano II, como esclarece Dom Sérgio da Rocha:

Nela encontramos fundamentos para entendermos a Igreja como “mistério”, sinal e instrumento de comunhão, e como “Povo de Deus”. Um povo composto pela diversidade de vocações e ministérios, mas que “reina entre todos a verdadeira igualdade quanto à dignidade e ação comum a todos os fiéis na edificação do Corpo de Cristo” (*Lumen Gentium* 32). Trata-se de uma Igreja servidora, ministerial, na qual

a autoridade se expressa como serviço e o próprio sucessor de Pedro é *servus servorum Dei*.⁹⁷

Em contraste, os sínodos enquanto eventos são formas de conversação. Nelas, as práticas e responsabilidades da Igreja são discutidas. Nos sínodos diocesanos e nacionais, por exemplo, devem ser observados os regulamentos prescritos pela lei canônica. Processos consultivos, fóruns e outras formas de diálogo podem fornecer uma agenda mais aberta e fluida.

Em função dessas conjecturas, há no contexto da sinodalidade uma diferença crucial no que se refere ao conceito de unanimidade para a Igreja. Uma decisão tomada num sínodo é “unânime”, sem ser exatamente “a mesma” de todos os participantes, como no raciocínio popular da palavra. É “unânime” não porque todos pensem iguais, mas sim porque é um pensamento que todos podem concordar com a sua consciência, mesmo que eles não considerem isso o melhor de fato individualmente. Uma pessoa presente no Sínodo (enquanto evento) não pode impor sua opinião sobre os outros num painel. Antes, deve ser capaz de assentir com o resultado comum que deve implementar e representar externamente.

A sinodalidade expressa a forma mais correta para se compreender o ministério hierárquico na Igreja. A colegialidade episcopal em uma Igreja sinodal não diminui de forma alguma a autoridade do papa, nem a autonomia de cada bispo. Este tema atual, belo e exigente, tem implicações importantes para a apreensão e a vivência da missão evangelizadora em uma “Igreja em saída” e “em rede”.

Para compartilhar a alegria do Evangelho e fazer discípulos, todo povo de Deus é chamado a caminhar junto, convivendo fraternalmente e trabalhando em conjunto, no diálogo e no serviço, revalorizando a dimensão comunitária da missão, a ser assumida como Igreja, na Igreja e com a Igreja. É porque fazem parte no mesmo dom da fé e da Palavra que podem servir juntos em missão.

A sinodalidade, sobretudo, é uma realidade que ultrapassa o colégio episcopal. Ela diz respeito a todo povo de Deus, à totalidade dos fiéis.

⁹⁷ ROCHA, S., Sinodalidade: participação e comunhão em vista da missão, 2017. Artigo Digital.

4.2.

A infopastoral ou infopraxis como caminho para uma ação profética no ambiente digital

Nem *ciberpastoral*, nem *pastoral digital*. A ação pastoral da Igreja no ambiente digital, numa dimensão profética, precisa partir da assimilação de que não há mais separação entre o ambiente físico e o digital e que o ser humano de hoje já habita a *infosfera*. O termo criado pelo filósofo Luciano Floridi⁹⁸ define a realidade de que se vive hoje: na qual se está conectado 24h por dia, numa dinâmica *on-life*. Para ele, as TICs estão modificando o mundo a ponto de criar novas realidades e promover uma interpretação informacional de todos os aspectos da vida humana em sociedade.

Com as interfaces se tornando progressivamente menos visíveis, o limite entre aqui (analógico, baseado em carbono, *off-line*) e lá (digital, baseado em silício, *on-line*) está rapidamente se tornando indistinto (...) O mundo digital-*online* está se espalhando para o mundo analógico-*offline* e se fundindo com ele. Esse fenômeno recente é conhecido como 'Computação Ubíqua', 'Inteligência Ambiental', 'Internet das Coisas' ou 'Coisas Aumentadas pela Web'. Prefiro me referir a ela como a experiência *onlife*. É, ou será em breve, o próximo estágio no desenvolvimento da era da informação.⁹⁹

A internet das coisas abre a possibilidade de *dadificação* de todas as coisas do mundo físico: sejam elas minerais, sejam vegetais ou sejam animais. A internet 5G quebra o dualismo “homem-técnica” ou “homem-mídia”. A vida acontece numa complexidade na qual “a totalidade não significa a simples soma dos membros, mas na qual cada um deles é composto e formado por todas as informações da rede e do ambiente que habita”.¹⁰⁰ É vital estar preparado para esta realidade. Esse é o sinal do tempo da atualidade para a *praxis* religiosa, numa análise da relação religião-Igreja-sociedade, ponderada em todos os seus aspectos: religiosos, humanos e comunicativos.

Como apurou Heidegger:

⁹⁸ Termo explicado no capítulo dois, nota 104.

⁹⁹ FLORIDI, L., *The Fourth Revolution*, posição 43. Edição do Kindle. Tradução livre.

¹⁰⁰ DI FELICE, M. (org.), *Martin Heidegger – A questão técnica*, 2020, p. 9.

O que é verdadeiramente inquietante não é que o mundo vem se transformando num lugar dominado por completo pela técnica. Muito mais inquietante é que o homem não é em nada preparado para essa radical transformação do mundo. Muito mais inquietante é que não somos ainda capazes de alcançar, a partir de um pensamento, uma confrontação adequada com o que está realmente acontecendo em nossa época.¹⁰¹

A resposta a esse desafio passa pelo aval da informação como um conceito que carrega uma diversidade de significados, do uso cotidiano ao técnico. Na acepção de Serra, a informação é um conhecimento gravado, que pode ser de forma escrita, oral ou audiovisual. Resulta de um processamento de dados, manipulados e organizados, que representam uma modificação quantitativa ou qualitativa. Isto se dá a partir do conhecimento dos sistemas, seja humano, seja animal ou seja técnico.¹⁰² Por esse motivo, adota-se nesta pesquisa o neologismo *infopastoral* ou *infopráxis*, juntando os conceitos de informação e pastoral.

Aderindo ao pensamento de Luciano Floridi, não faz mais sentido mencionar *ciberpastoral*, pois o termo parte do princípio de uma dualidade de ação: uma no ambiente físico e outra no ambiente digital, que inexiste na atualidade. Em contrapartida, aludir à pastoral digital pode levar o leitor distraído a um erro de interpretação, pois parece que se está tratando de uma atividade realizada “apenas” de forma digital, descartando a possibilidade de sua interferência e atuação no mundo físico.

A *infopastoral* ou *infopráxis* quer evidenciar a necessidade de exercitar a escuta do mundo pós-moderno; compreender a realidade em que o ser humano está inserido e atualizar constantemente o olhar sobre a cultura midiática digital, para estabelecer um diálogo que corrobora a comunicação do Evangelho, de acordo com o que propõe a Constituição Pastoral *Gaudium et Spes*, do Concílio Vaticano II. Tem-se uma realidade social de mudança de época. Libânio reitera que esse contexto “exige uma revisão em profundidade da vida interna da Igreja e de sua relação com o mundo contemporâneo”.¹⁰³

Para Amado, “mudanças de época são períodos históricos de busca. Por sua vez, buscas em horizonte plural suscitam, ao mesmo tempo, respeito pelos pontos de vista diferentes, mas também discernimento e opção”.¹⁰⁴ Além disso, prosse-

¹⁰¹ HEIDEGGER, M., Conferência em Messkirch. Citada por Di FELICE, M., p. 19.

¹⁰² SERRA, J. P., Manual de Teoria da Comunicação, 2007, p. 93-101.

¹⁰³ LIBANIO, J. B., Igreja Contemporânea – Encontro com a modernidade, p. 73

¹⁰⁴ AMADO, J. P., Aspectos antropológicos para a evangelização das juventudes, p. 51.

gue o autor, determinam que se firmem as identidades, que, entretanto, não podem ser fechadas em si, para não gerarem fundamentalismos e fanatismos, mas devem ser abertas ao diálogo.

Uma identidade se firma tanto nos conteúdos quanto nas formulações, mas sua base efetiva se encontra nos conteúdos. As formulações ajudam no intercâmbio das individualidades, pois somos seres de linguagem, de comunicação. Não podem, entretanto, identificar-se plenamente com os conteúdos, sob o risco de até mesmo se sobrepor a eles. Os conteúdos são experienciais, expressando-se certamente em linguagens, as quais, todavia, são sempre limitadas para expressar o que se tem como resposta para a questão do sentido.¹⁰⁵

A *infopastoral* é abordada a partir da compreensão de Povo de Deus, contido na *Lumen Gentium*: “relacionadas ao sacerdócio profético e real comum a todos os membros da Igreja e à ação que esses desenvolvem como sujeitos ativos e corresponsáveis, e não como receptores passivos do serviço do ministério ordenado”. Neste tempo histórico, marcado por uma comunicação global e circular, a compreensão dos padres conciliares sobre a Igreja como sendo uma unidade formada pelas diversas comunidades locais e por todos os batizados, que exercem o mandato missionário de Cristo em diferentes serviços e ministérios, é providencial, e porque não dizer, profética.

Quando se pensa sobre *Teologia Pastoral*, Jesus aparece como modelo: ele interpreta sua história e missão a partir do âmbito religioso-cultural de seu povo e se compreende a sua obra a partir da terminologia pastoril. Jesus, enquanto pastor, encontra um povo, um rebanho, perdido,¹⁰⁶ como que “sem pastor”, sem sentido, sem direção. Esta situação move o Cristo a agir com compaixão e o resultado de sua ação é que “as ovelhas desgarradas voltam ao pastor”.¹⁰⁷

Esta imagem remete ao que o povo de Deus vive hoje na cultura digital. A *infopastoral*, a exemplo de Cristo Bom Pastor, quer não apenas utilizar a mídia digital para comunicar a Igreja, mas tem a missão de integrar o Evangelho na nova cultura criada pelas novas tecnologias, influenciando, a partir de dentro, seus padrões e valores. Como *práxis* da Igreja, é mediação salvífica e comunicativa do Reino de Deus e suas obras devem manifestar ao mundo a forma como Deus atua na história, com fidelidade ao projeto do Pai.

¹⁰⁵ AMADO, J. P., Aspectos antropológicos para a evangelização das juventudes, p. 51.

¹⁰⁶ Mt 9,36; Mc 6,34.

¹⁰⁷ 1Pd 2,25.

Integrar o Evangelho na cultura digital implica o anúncio da Boa Nova no ambiente criado pelas tecnologias, o que compreende o anúncio do Reino de Deus, que tem como características:

1. O protagonismo de Deus em sua decisão, em sua gratuidade e em seu amor;
2. A definitividade em sua manifestação e na postura que se toma diante dele;
3. A salvação do ser humano, porque supõe a bem-aventurança que começa agora e que continuará na plenitude escatológica;
4. Um Reino que entra na história transformando a sua realidade a partir das próprias obras de Jesus, pela mediação da Igreja;
5. O Reino estabelece a comunhão, a que existe entre Jesus e o Pai, e a que se oferece aos pecadores, transformando sua situação. Transformação que provoca libertação do mal físico e do mal moral.

Como ação da comunidade cristã na rede digital, a *infopastoral* demanda ter uma identidade clara, afinada com Jesus, promovendo a libertação de toda e qualquer opressão mercadológica. Nela, o maior valor é o ser humano integral e suas estratégias visam à formação de comunidades solidárias e missionárias, numa rede que inclui a todos e por isso pode ser, de fato, universal e global. A valorização do humano é um princípio permanente para a Igreja, que diante dos sinais dos tempos, como são os meios de comunicação, precisa ser reproposto e ampliado.

A *infopastoral* continua a ação de Cristo no mundo digital e tem como elementos constitutivos: 1. O anúncio do Evangelho (centrado no acontecimento pascal); 2. A mudança de vida (com tudo o que supõe ser no mundo); 3. A preparação para a recepção dos sacramentos (uma ação que inicia no âmbito digital e tem sua concretude no ambiente físico, porque tudo está interligado).

A partir da *infopraxis* cria-se uma comunidade formada por homens e mulheres de vida convertida, a transformar o ambiente digital num lugar de encontro verdadeiro. Este é o sinal de sua identidade. Suas ações, em contato com seres humanos diversos, deverão evoluir, segundo as exigências da evangelização, em estreita relação com a Teologia e o Magistério. A seguir, serão apresentados alguns elementos constitutivos da *infopastoral*.

4.2.1. Presença

A presença pastoral da Igreja no ambiente digital deve ser profissional, por certo, mas não somente. Assim como não se pode contentar em ter uma presença apenas publicitária decorrente das melhores técnicas de marketing digital. Precisa-se ir além. Fazer *infopastoral* mais do que ter bonitas artes, postagens (fotos, carrossel, vídeos) com muitos *likes* e compartilhamentos, vídeos com grande engajamento, matérias com muitos acessos. Estas ações são apenas indicadores de *marketing* digital. Não que seja indispensável boas estratégias de *marketing*. Elas são bem-vindas, desde que não comprometam a mensagem ou crie um dilema ético.

A presença da Igreja (entendida aqui como Povo de Deus) não pode se limitar ao uso das plataformas ou a um *storytelling*,¹⁰⁸ mas necessita efetivamente moldar uma rede diferente a partir, primeiramente, de seu uso, chegando mesmo ao debate social acerca da ética da tecnologia, que Paolo Benanti¹⁰⁹ conceitua como *algorética*.

Pensar uma algorética significa pensar um desenvolvimento da inovação. Utilizar eticamente a tecnologia hoje significa tentar transformar a inovação em desenvolvimento. Significa dirigir a tecnologia para e pelo desenvolvimento, e não simplesmente buscar um progresso como fim em si mesmo. Embora não seja possível pensar e realizar a tecnologia sem formas de racionalidade específicas (o pensamento técnico e científico), pôr o desenvolvimento no centro das atenções significa dizer que o pensamento técnico-científico não basta em si mesmo.

São necessárias diversas abordagens, incluindo a humanística e a contribuição da fé. Para a tecnologia e para o nosso futuro, precisamos de um desenvolvimento que eu já defini como “gentil”. A ética é isso, e as escolhas éticas são aquelas que vão na direção de um desenvolvimento gentil.¹¹⁰

Temas como discriminação algorítmica, descolonização da inteligência artificial, exclusão digital, relações de trabalho, o pós-humanismo e transumanismo, a

¹⁰⁸ Dimitri Vieira, no blog “talentnetwork”, define assim a palavra: *Storytelling* é um termo em inglês. ‘*Story*’ significa história e ‘*telling*’, contar. Mais que uma mera narrativa, *storytelling* é a arte de contar histórias usando técnicas inspiradas em roteiristas e escritores para transmitir uma mensagem de forma inesquecível”.

¹⁰⁹ Paolo Benanti é um religioso franciscano na Terceira Ordem Regular. É professor na Pontifícia Universidade Gregoriana de Roma, onde ensina Teologia Moral e Bioética. Atualmente, tem se dedicado, também, a estudos de ética das tecnologias. Em particular, suas pesquisas se concentram na gestão da inovação: internet e o impacto da era digital, biotecnologias para o aprimoramento humano e biossegurança, neurociência e neurotecnologia.

¹¹⁰ BENANTI, P., A algorética e o colonialismo digital, 2021. Artigo Digital.

realidade virtual, entre outros, precisam fazer parte das preocupações, estudos e atuação da Igreja e da teologia.

A *práxis* cristã no mundo digital urge desafiar a “ordem social” do mesmo e não a reforçar pelo uso das mesmas técnicas, sem reflexão ética, transformando o cristianismo numa marionete das grandes empresas de tecnologia. É pontual ter uma presença crítica, responsável e atuante. Neste contexto, explana a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*:

[...] novas e cada vez maiores responsabilidades cabem ao povo de Deus; pois nunca como agora tão grandes possibilidades se lhe deparam de pôr os meios de comunicação a serviço do progresso de toda raça humana e, em particular, dos povos do terceiro mundo; de aprofundar o sentido de fraternidade entre os homens e de proclamar a Boa Nova da salvação até os últimos confins do mundo.¹¹¹

Benanti discorre sobre a tecnologia, nesta “era dos dados”, na “sociedade da informação”, como “uma construção humana, uma forma que o homem tem de responder à realidade”.¹¹² Para o teólogo, cada resposta que o indivíduo dá pelo uso da tecnologia é uma forma de olhar a realidade e, em contrapartida, cada inovação apresentada envolve uma mudança na forma como o ser humano vê a realidade.¹¹³ Assim como enriquecem a humanidade, as novas tecnologias também podem empobrecê-la.¹¹⁴

A tecnologia é uma construção humana e, como tal, deve ser submetida a um escrutínio e à reflexão das ciências humanas que sabem apreender e analisar os sonhos, as aspirações, mitos e desejos inerentes a cada obra do homem. Do ponto de vista da engenharia, uma máquina tem uma única função, que é a de ligar e me levar do ponto A ao ponto B, mas, em cada máquina, há muito mais do que seu propósito: há todo o mundo do homem. Somente pensando humanisticamente sobre tecnologia seremos capazes de aprender a gerenciar a tecnologia.¹¹⁵

Como parte integrante da sociedade, a Igreja, perita em humanidade,¹¹⁶ deve ter uma postura ativa nesta reflexão. Como formadora de opinião pública, exerce

¹¹¹ CP 182.

¹¹² BENANTI, P., Postumano, troppo postumano. Neurotecnologie e human enhancement, posição 411-412. Tradução livre.

¹¹³ BENANTI, P., Postumano, troppo postumano. Neurotecnologie e human enhancement, posição 413-415. Tradução livre.

¹¹⁴ CP 53.

¹¹⁵ BENANTI, P., Postumano, troppo postumano. Neurotecnologie e human enhancement, 2017, posição 415-419. Tradução livre.

¹¹⁶ PP 13.

o seu mandato apostólico também na formação das consciências e na formação dos fiéis para o uso das novas mídias, conforme propõe a *Communio et Progressio*. Como contributo a essa análise, destacam-se, na Instrução Pastoral, cinco pontos de empenho para os católicos no campo das comunicações sociais:

1. Dar uma visão coerente, que concilie os princípios da fé com as leis particulares da comunicação social, com solicitude pastoral universal, apresentando o duplo aspecto de desenvolvimento humano e anúncio do Evangelho;¹¹⁷
2. Contribuir com a sua *práxis* para que seus valores espirituais incidam sobre a comunicação social, para que os novos mídia respeitem e promovam a dignidade da pessoa humana e seja favorecida a autêntica comunhão entre os homens;¹¹⁸
3. Os fiéis que se dediquem profissionalmente neste setor desempenhe seu trabalho como uma missão, com testemunho cristão e empenho pelo bem comum. Para tanto, recebam o apoio institucional da Igreja;¹¹⁹
4. Prover os usuários de uma formação segundo os princípios cristãos. O usuário bem formado será capaz de participar no diálogo promovido pelos meios de comunicação e ser exigente quanto à informação. Este compromisso não é somente da hierarquia, mas também das escolas e universidades católicas, que deverão ensinar aos jovens não somente a comportar-se e a usar as novas tecnologias, mas, especialmente, utilizar das possibilidades desta linguagem total que está ao seu alcance, proporcionado *pelos novos mídia*.¹²⁰
5. “Toda a problemática dos meios de comunicação deve estar presente nas diversas disciplinas teológicas e, dum modo especial, na moral, pastoral e catequética”. Aos teólogos cabe ainda enriquecer e desenvolver a Teologia da Comunicação.

¹¹⁷ CP 101.

¹¹⁸ CP 102.

¹¹⁹ CP 103-106.

¹²⁰ CP 107, 110, 111 e 113.

4.2.2. Conteúdo

Os diversos humanismos atualmente existentes exigem superação da forma do discurso tradicional para comunicar a Revelação. Como foi indicado no início deste capítulo, já não se pode partir do consenso sobre a existência de Deus (como na Crisandade), mas se deve partir do pressuposto de que Ele não exista na consciência de muitos dos contemporâneos. O discurso dogmático não tem força nessa realidade.

Ninguém, nem mesmo os que professam o Cristianismo, estão hoje dispostos a aceitar que o mundo seja governado pelo dogmatismo de uma hierarquia eclesial. A primazia da autoridade foi substituída pela primazia do indivíduo. A pessoa humana (no presente) é o centro do universo e a autonomia de sua razão é vista como um bem adquirido na história, sendo valorizada e cultivada.

Colocando em xeque esses enunciados, é tempo de discernimento, conforme exorta o Papa Francisco em seus discursos e documentos magisteriais. É tempo de redefinir prioridades, decidir o que conta e o que passa. É tempo de separar o que é necessário, daquilo que não é. Tempo de reajustar a rota da vida eclesial rumo ao Senhor e aos outros.¹²¹ A pandemia de Covid 19 trouxe alguns desses temas para a mesa de debates:

1. A falta de percepção e sensibilidade à dor do ser humano contemporâneo favorece a publicização de um conteúdo dogmático duro, que não reflete a maternidade e o rosto misericordioso da Igreja. O *teologuês* que se fala em muitas publicações torna a palavra do cristianismo irrelevante diante da sociedade;
2. A necessária atualização da gestão das paróquias e comunidades, com adoção de sistemas tecnológicos e de automação, gerando uma administração mais eficiente, adequando a imagem pública da Igreja às novas exigências de transparência e compartilhamento de dados;
3. A necessidade de uma formação teológica dos comunicadores católicos e de todos os fiéis. Verifica-se que ao pensar em comunicação, pensa-se somente em posse de meios e técnicas, sem o aprofundamento necessá-

¹²¹ FRANCISCO., Bênção *Urbi et orbi*, 2020.

rio por meio das teorias da Comunicação e a Teologia relativa ao processo comunicacional;

4. O individualismo crescente também nas publicações católicas, em detrimento do projeto comunitário. O perigo da autorreferencialidade, do espírito de competição, da divisão pelas polarizações. Um contratestemunho que tem revelado o crescimento do mundanismo espiritual nas comunidades católicas, favorecido pela programação dos algoritmos, que privilegiam postagens polêmicas;

A resposta a esses desafios precisa passar por uma reflexão da *infopraxis*:

1. Valorização da comunicação comunitária, com grande envolvimento dos leigos nas atividades missionárias e comunicativas das paróquias, não somente como suporte ao clero, mas também, com protagonismo e corresponsabilidade;
2. Surgimento e fortalecimento de canais paroquiais, não apenas destinados a transmitir missas e eventos, mas com uma programação diversificada, em consonância com o projeto pastoral paroquial e diocesano, com o devido equilíbrio entre as atividades *on-line* e presenciais, partindo do princípio de que os fiéis vivem hoje uma dinâmica de vida *on-life*;
3. Redescoberta da Igreja doméstica, com a valorização e fortalecimento dos vínculos e da missionariedade da família;
4. Modernização das pastorais, com inserção de conteúdos digitais e utilização de meios tecnológicos, a partir de uma reflexão pastoral ampla, tendo Cristo como princípio e fim da ação evangelizadora;
5. Compromisso com a verdade, que “é ‘logos’ que cria ‘diá-logos’ e, conseqüentemente, comunicação e comunhão”.¹²²

A verdade, fazendo sair os homens das opiniões e sensações subjetivas, permite-lhes ultrapassar determinações culturais e históricas para se encontrarem na avaliação do valor e substância das coisas. A verdade abre e une as inteligências no *logos* do amor: tal é o anúncio e o testemunho cristão da caridade.¹²³

¹²² *Caritas in veritate* 4

¹²³ *Caritas in veritate* 4

A necessária conversão pastoral encontra nesta seção sua aplicabilidade. A prioridade das decisões por intermédio de conteúdo da *infopastoral* precisa ser as pessoas. Três palavras são luzeiros nesse caminho: curar, cuidar e compartilhar.¹²⁴

Curar – é superar a indiferença, o ódio, o conflito, o desconhecimento, o preconceito.

Cuidar – é respeitar, estimar, ter solicitude, reconhecer o valor da pessoa humana em si, sem condicionamentos.

Compartilhar – é superar o individualismo e a indiferença; é ir ao encontro; é ser Igreja em saída. Compartilhar dores, medos e impossibilidades, mas, também, esperança, convicções, experiências, caminhos e vitórias.

Para tal, faz-se necessário um anúncio feito de proximidade, porque a fé cristã começa e é comunicada “com um conhecimento direto, nascido da experiência e não por ouvir dizer”.¹²⁵ Assim, também, nasce a *infopraxis*: “estar com as pessoas, ouvi-las, recolher as sugestões da realidade”¹²⁶; conhecer a partir do encontro, permitindo à pessoa que se tem à sua frente que lhe fale, deixando que o seu testemunho chegue até a pastoral e, a partir dela, fecunde o ambiente digital. “Hoje não menos que ontem o cristão – seja ele clérigo, religioso, leigo – é chamado a viver sua fé em Deus e seu amor por Ele expresso pelo seguimento de Jesus Cristo que ela inclui sempre mais no meio do mundo.”¹²⁷

4.2.3. Atitudes e gestos

A autocomunicação de Deus precisa ser acolhida. Se a fé é entendida como uma resposta do ser humano a um Deus que se comunica com ele,¹²⁸ compreende-se que para suscitar essa fé-resposta é imprescindível que o ser humano seja atingido pela mensagem que Deus, por sua livre iniciativa, emite.

A acolhida é, principalmente, parte constitutiva da Revelação de Deus. Dessa maneira, é possível afirmar que a autocomunicação de Deus só atingirá seu objetivo se acolhida pelo ser humano.

¹²⁴ CZERNY, M., Prefácio do livro Vida após a Pandemia, p. 14.

¹²⁵ FRANCISCO., Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais, 2021.

¹²⁶ FRANCISCO., Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais, 2021.

¹²⁷ BINGUEMER, M. C. L., A experiência do Deus cristão e sua identidade trinitária. In: BINGUEMER, M. C.; ANDRADE, P. F. C., O Mistério e a História, p. 115.

¹²⁸ CaIC 26.

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, pois, como formulado anteriormente, não adianta repetir as linguagens do passado.

A revisão pastoral, aqui proposta, tem como base a volta às fontes. As atitudes que comunicam o Reino de Deus ao ser humano de hoje são aquelas mesmas do Cristo: “fazer-se semelhante àqueles que haviam de receber sua mensagem; comunicar a mensagem com a vida”, mais do que com palavras; “anunciar com coragem e sem compromissos” com o poder temporal, denunciando-lhes as injustiças e opressões; “adaptar a linguagem e mentalidade, encarnado como estava na situação a partir da qual falava”.¹²⁹

Ao exercer a *infopraxis*, a Igreja assume o mundo como lugar por excelência da ação dos batizados, autocompreendendo sua prática a partir da indissociabilidade do trinômio Igreja-Reino-Mundo.¹³⁰ Suas atitudes devem expressar que as fronteiras da Igreja estão para além dos muros das paróquias, no serviço a todos, sejam eles crentes ou não, porque “o mundo é campo de ação dos cristãos como Igreja, mas também enquanto cidadãos”.¹³¹ Serviço exercido com caridade, humildade e abnegação, enriquecido com os dons do seu fundador, descentralizando de si mesma e, assim, assumindo sua missão de ser sacramento do Reino de Deus para os homens em todas as épocas históricas e culturas, inclusive na digital.¹³²

As Sagradas Escrituras revelam um Deus sensível ao sofrimento humano. Na Encarnação de Cristo, Deus revela que não é indiferente à dor do homem e da mulher. Não é um estranho, uma divindade distante, fora do mundo. É uma transcendência que o conhece verdadeiramente, que sabe o que existe no coração do ser humano.

A compaixão é a linguagem com que Cristo se comunica com a sociedade de sua época. O primeiro olhar de Jesus nunca é para o pecado, mas para o indivíduo integral. É isso que move a sua ação. Todos os sinais que realiza, ele os faz

¹²⁹ CP 11.

¹³⁰ BRIGHENTI, A., Teologia Pastoral – A inteligência reflexa da ação evangelizadora, 2021, p. 35 e 39.

¹³¹ BRIGHENTI, A., Teologia Pastoral – A inteligência reflexa da ação evangelizadora, 2021, p. 35.

¹³² LG 5.

em resposta ao sofrimento de alguém. Através das curas e milagres, promove a libertação do humano alijado da sociedade por diversas situações.¹³³

O Deus revelado na Encarnação não é apenas um Deus que responde à oração da pessoa que sofre. É um Deus que sofre junto. Por isso, Metz vai dizer que a compaixão é o programa do cristianismo para o mundo no pluralismo de religiões e culturas. E neste programa, a autoridade é de quem sofre. Onde há compaixão, morre o “eu” indiferente. O cristão deve ser aquele que se deixa interromper pelo sofrimento do próximo, que não descarta o semelhante, nem ignora as suas condições de vida. O culto a Deus, no Cristianismo, deve estar unido ao cuidado com o irmão.

Este é, sem dúvida, um discurso sobre a Revelação que atinge o homem e a mulher contemporâneos. Pode-se constatar isso ao ver o quanto as palavras e as atitudes do Papa Francisco despertam a atenção do mundo.

“A misericórdia de Jesus não é somente um sentimento”, mas “é uma força que dá vida”. Este é o amor de Deus pelo homem: a misericórdia, ou seja, a atitude de Deus em contato com a miséria humana, com a nossa indignação, o nosso sofrimento, a nossa angústia. (...) E qual é o fruto deste amor, desta misericórdia? É a vida”!¹³⁴

Com certeza, um dos pilares da *infopastoral* deve ser a cidadania digital, expressa pelos batizados em suas escolhas diárias de acesso, compartilhamento, produção de conteúdo e postagens. Num ambiente em que a estética revela seu lado mais frívolo, com a supervalorização da “beleza”, do “bem-estar” e o entendimento de “felicidade” como a posse de bens materiais, num mundo “sem problemas”, “sem dor”, a Igreja exerce sua cidadania digital dando visibilidade aos excluídos digitais, sendo “fermento na massa” e revelando o verdadeiro valor do ser humano.

A ação capilar dos católicos na rede precisa levar a bom termo a vocação à comunhão e à solidariedade das mídias digitais, presente nos seus primórdios e esquecida pelas políticas de mercado das grandes plataformas, mais interessadas em obter lucro do que em promover o ser humano.

¹³³ METZ, J. B., *Memoria Passionis. Una evocación provocadora en una sociedad pluralista*, p. 164.

¹³⁴ FRANCISCO., *Ângelus*, 9 de junho de 2013.

Eis, portanto, a tarefa específica do católico nos tempos da conexão relacional e social: fazer com que a rede amadureça de lugar de “conexão” para lugar de “comunhão”. O risco destes tempos é confundir esses dois termos. A conexão por si só não basta para transformar plenamente a rede num lugar de compartilhamento. Trabalhar tendo em vista esse compartilhamento é a tarefa específica do cristão.¹³⁵

Unidos às pessoas de boa vontade, os batizados ao adotarem a *práxis* do Evangelho no mundo digital, impregnam este ambiente de valores humanos. “É pela inserção ativa dos cristãos, como cidadãos, que se garante a presença construtiva da Igreja, em favor de uma sociedade justa e fraterna para todos”.¹³⁶ Obedecendo aos desígnios do plano amoroso de Deus, a *infopastoral* autoriza uma presença plural da Igreja na Rede, “segundo as mediações históricas possíveis e compatíveis com o Evangelho, peregrinando com toda a humanidade”.¹³⁷

A missão da Igreja, neste encadeamento de exclusão digital, continua a mesma: a denúncia de toda injustiça e da opressão, como continuadora humilde servidora de todos os homens e continuadora da obra de Cristo no mundo, livre de amarras e comprometimentos temporais, de conveniências indevidas e prestígio ambíguo.¹³⁸ Através da *infopráxis* manter-se fiel à opção preferencial pelos pobres,¹³⁹ exercendo profeticamente sua diaconia da comunicação.¹⁴⁰ Fará isso sem deixar de reconhecer o valor e a autonomia legítima das tarefas temporais.¹⁴¹

4.3. Pastoral da Comunicação e pandemia: desafios, realizações e perspectivas

A pandemia de Covid-19 “trouxe o futuro de supetão”¹⁴² e o ser humano, como ser no mundo imerso em uma realidade relacional, viu-se diante de um cenário que desafiava sua condição. Tendo que se isolar nas residências, impedidos de manter contato físico até mesmo com os mais próximos, os indivíduos consta-

¹³⁵ SPADARO, Antonio,. Quando a fé se torna social, p. 13.

¹³⁶ BRIGHENTI, A., Teologia Pastoral – A inteligência reflexa da ação evangelizadora, p. 40.

¹³⁷ BRIGHENTI, A., Teologia Pastoral – A inteligência reflexa da ação evangelizadora, p. 40.

¹³⁸ Med 14, 10.

¹³⁹ Med 14,8.

¹⁴⁰ SOUZA, A. D. G., A Igreja diante da cultura midiática digital: Desafios, caminhos, perspectivas, p. 88.

¹⁴¹ Med 14,10.

¹⁴² Expressão dita pelo cardeal Tolentino durante a *live Tecendo Redes*, realizada no dia 22 de junho de 2020, promovida pela Faculdade Jesuíta.

taram como os meios de comunicação são extensões de seus corpos e sentidos. Como atestou Marshal McLuhan, por eles puderam ver, conversar e se emocionar com familiares e amigos; trabalhar, consumir, estudar, opinar e se solidarizar, mantendo o ritmo da vida social, apesar da ruptura imposta pela grave crise de saúde pública que o mundo vive desde março de 2020.

A experiência de fé não ficou excluída deste contexto: missas *on-line*; grupos de oração, de partilha, de recitação do Rosário, de juventudes e de pastoral familiar, entre outros, migraram para as plataformas digitais e aconteceram regularmente, possibilitando a manutenção do vínculo comunitário nas paróquias.

Viveu-se um tempo de Kenosis (esvaziamento), de silêncio, de incertezas. No Brasil, o fechamento das igrejas, com o impedimento da realização da celebração eucarística com a presença física dos fiéis, levantou o questionamento acerca probabilidade da vivência espiritual sem a presença física nos templos. Surpreendidos por uma tempestade inesperada, inicialmente a apreensão tomou conta da Igreja em todo o mundo.¹⁴³ No entanto, continuando o movimento do Espírito de Deus, que renova todas as coisas (DAp 21,5b), as dioceses deram uma rápida resposta a esse desafio. Com ousadia, coragem e intrepidez, lançaram mão das novas tecnologias e as comunidades puderam experimentar a importância das mídias e da tecnologia digital para a comunicação pastoral.

Com a mediação da internet, os fiéis tiveram a oportunidade de viver, de certa forma, a experiência das primeiras comunidades: a Igreja nas casas. Mas para a teologia ficou um problema na raiz: pensar os elementos do culto *on-line*: o espaço, o tempo, o rito e a interação. Tarefa que precisa ser desenvolvida de forma interdisciplinar, buscando-se, também, compreender as características próprias da tecnologia, os processos midiáticos e sua linguagem.

Em um mundo que vive a experiência da rápidação/aceleração, essa parada inesperada, providencialmente, impeliu à reflexão das doenças sociais em que a sociedade está imersa: no mundo físico já não havia lugar para o humano, não havia lugar para o encontro, não havia lugar para o outro e para a solidariedade, não havia lugar para o transcendente e, conseqüentemente, não havia lugar para a vida interior e para a oração. A tempestade desmascarou a vulnerabilidade humana, deixando descoberto as falsas e supérfluas seguranças com que foram constru-

¹⁴³ FRANCISCO., Bênção *Urbi et Orbi*, 2020.

idos os projetos humanos e eclesiais, seus hábitos e prioridades.¹⁴⁴ Percebeu-se que tudo estava cronometrado e precificado e que era necessário “reajustar a rota”.

Vindo ao auxílio da comunidade católica e de toda a sociedade, o Papa Francisco presenteou o mundo com uma reflexão importante, na histórica *Bênção Urbi et Orbi*, no dia 27 de março de 2020 e, posteriormente, com a publicação do livro *Vida após a pandemia*.¹⁴⁵ Nelas, faz uma leitura esperançosa do tempo presente, visto, como instruiu a *Gaudium et Spes*, como um sinal dos tempos, a iluminar o caminhar da Igreja na história. É uma época de decisão, afirmou o pontífice, no qual é necessário encontrar coragem para abrir espaços onde todos se sintam chamados à missão, permitindo novas formas de hospitalidade, de fraternidade e de solidariedade.

Para dar uma adequada resposta aos desafios pastorais e sociais impostos pela pandemia, a Igreja em todo o mundo viu-se na necessidade de parar e pensar a forma como se comunicava com a sociedade. Um rápido diagnóstico, mas nem por isso superficial, feito por esta pesquisa, demonstrou que era necessário dedicar-se mais intensamente à tarefa da revisão e conversão pastoral:

1. É relevante compreender a dor do ser humano de hoje e deixar de responder a perguntas que ninguém mais se faz.¹⁴⁶ Deixar de falar “teologuês”, que tornou ineficaz a teologia e a Igreja irrelevante diante da sociedade, pois voltada para dentro de suas estruturas, mantinha-se na prática presa ao dogmatismo, a despeito da exortação de diversos documentos do magistério, que incentivava a Igreja em atitude de saída, conforme foi apresentado no capítulo três;

2. Faz-se necessária uma nova gestão das paróquias e comunidade, com uma urgente atualização tecnológica;

3. É imperioso investir na formação dos leigos, dos religiosos e do clero para a comunicação pastoral, rompendo-se o individualismo, a competição, a divisão, a polarização e a comunicação autorreferencial.

Dessa realidade desafiante emergem questões positivas, possíveis de se constatar pela resposta das dioceses e arquidioceses diante da pandemia. No Brasil, com o protagonismo da Pastoral da Comunicação, houve uma valorização da comunicação comunitária, com um grande envolvimento dos leigos na Pascom,

¹⁴⁴ FRANCISCO., *Bênção Urbi et Orbi*, 2020.

¹⁴⁵ FRANCISCO., *Vida após a pandemia*. Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2020.

¹⁴⁶ EG 155.

que deram um importante suporte aos padres. Houve, também, o surgimento de muitos canais paroquiais nas plataformas digitais (Instagram, Facebook e YouTube).

Essas iniciativas propiciaram que o isolamento social não se transformasse em isolamento comunitário. Os templos estavam fechados, mas a Igreja continuava aberta e pastoralmente atuante, graças aos meios de comunicação.

O impacto do digital nas atividades diocesanas e paroquiais foi sentido em todas as áreas, inclusive na gestão administrativa e financeira, com implantação do dízimo *on-line* em muitas comunidades, e abertura de novos canais de comunicação com a secretaria, através de aplicativos de mensagens.

Com a finalidade de mensurar essa atuação e as transformações que ocasionaram na ação pastoral nas paróquias, realizou-se uma pesquisa junto à Pascom Nacional, no período de 30 de agosto a 9 de setembro. Foram recebidas 182 respostas, dos mais diversos regionais do Brasil. A seguir será apresentado o resultado deste projeto.

4.3.1. Pesquisa sobre a ação da Pascom durante a pandemia de Covid-19

A ideia da pesquisa *Pascom na pandemia de Covid-19* despontou da necessidade de se aferir, mesmo que de forma insuficiente, como o trabalho desencadeado pelos agentes da Pastoral da Comunicação impactou nas vidas das paróquias no Brasil. Inicialmente, a meta era alcançar uma amostra de 100 respostas, mas em apenas dois dias alcançou-se o número de 150 questionários preenchidos. Até o dia em que foi finalizada a coleta (9 de setembro de 2021), foram contabilizadas 182 respostas. Como havia poucas perguntas obrigatórias, observou-se que algumas questões não foram respondidas por todos, o que será sinalizado à medida que os dados forem sendo apresentados. A plataforma utilizada foi o Google Forms, que também forneceu os gráficos que serão reproduzidos no texto que se segue.

A primeira pergunta da pesquisa quis avaliar o público com o qual se interagia: “Você é”...

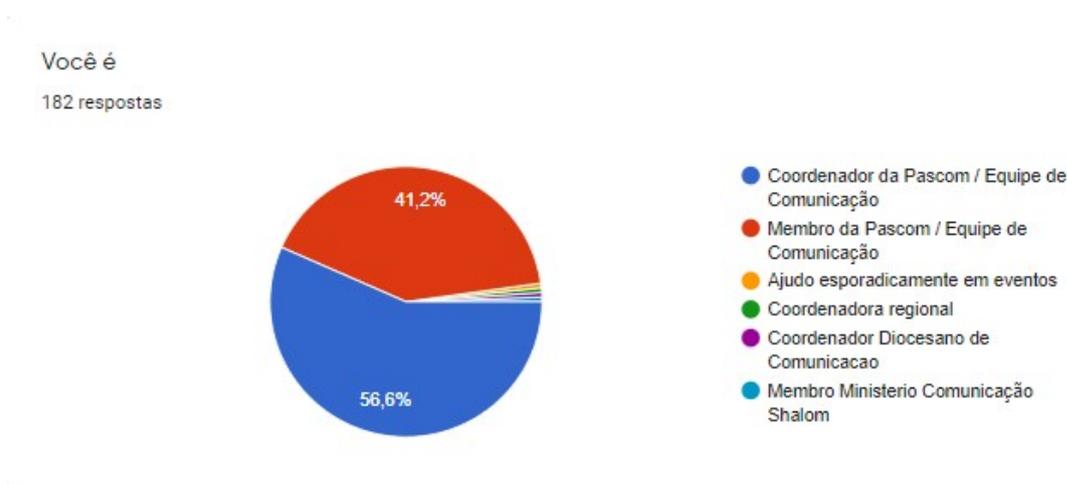


Figura 10: Como o entrevistado se define na hierarquia pastoral

Teve como alternativas de respostas: 1. Coordenador da Pascom/ Equipe de Comunicação; 2. Membro da Pascom/Equipe de Comunicação; 3.Outros. Das 182 pessoas que responderam o formulário, 56,6% eram coordenadores da Pascom ou de equipe de comunicação e 41,2% eram membros da Pascom nos seus diversos níveis: diocesanos, paroquiais ou de movimentos e organismos da Igreja. Os 2,2% que se definiram como "outros" se identificaram como: membro de Ministério de Comunicação Shalom, coordenador regional da Pascom, coordenador diocesano colaborador esporádico em eventos e coordenador diocesano de comunicação (figura 10).

A pesquisa recebeu respostas de 11 dos 19 regionais da CNBB:¹⁴⁷ Leste 1, Leste 2, Leste 3, Nordeste 1, Nordeste 2, Nordeste 3, Norte 2, Sul 1, Sul 2, Sul 4 e Centro Oeste.

A segunda pergunta era sobre a equipe da Pascom. Buscou-se saber se sua estrutura já existia antes da pandemia e se era atuante.

¹⁴⁷ O Território do Brasil está dividido em 19 regionais, em que estão inseridas as dioceses e arquidioceses: Norte 1, Norte 2, Norte 3, Noroeste, Oeste 1, Oeste 2, Centro Oeste, Nordeste 1, Nordeste 2, Nordeste 3, Nordeste 4, Nordeste 5, Leste 1, Leste 2, Leste 3, Sul 1, Sul 2, Sul 3 e Sul 4. Em cada um dos 19 regionais se reproduz a estrutura de organização da sede da CNBB, contanto com presidência e bispos referenciais das diversas áreas da ação evangelizadora da Igreja. Atualmente, a Igreja no Brasil possui 217 dioceses, 45 arquidioceses. Somam-se a elas: oito prelazias, três eparquias, um exarcado, um rito próprio, um ordinariado militar, uma administração apostólica pessoal e uma arquieparquia, totalizando 278 circunscrições eclesiais. (fonte: site CNBB – www.cnbb.org.br). Acesso em: 26 out. 2021.

Sobre a sua equipe de Pascom/Comunicação

180 respostas

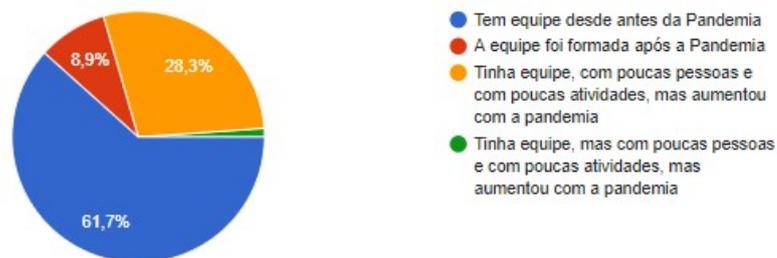


Figura 11: Sobre a equipe de Pascom/Comunicação

Os dados demonstram que a Pascom já existia e era atuante nas paróquias em todo o Brasil antes de março de 2020: 64% responderam afirmativamente a essa pergunta. Entretanto, a pandemia impulsionou o trabalho das equipes de comunicação: 28,3% afirmaram que houve aumento na equipe e nas atividades da Pascom com a pandemia, e 8,9% disseram que a equipe foi formada após o início do surto de Covid-19 (figura 11).

A terceira pergunta versou sobre as atividades *on-line* das paróquias. transmissão da Santa Missa, segundo dados da pesquisa, é a atividade mais realizada pelas equipes de Pascom em 2020 e 2021 (96,7%). A grande maioria das comunidades só passou a fazer esse tipo de transmissão a partir da pandemia (60,2%) e usa diversas plataformas, sendo o Facebook e o YouTube as mais comuns (39,8% utilizam os dois canais; 25,4% apenas o YouTube e 22,7% apenas o Facebook). Outras atividades que migraram para o digital foram: as transmissões de eventos diversos (75,8%), reuniões (46,2%), grupos de oração (28,6%) e encontros catequéticos (26,4%) (figuras 12 e 13).

Transmissões da Santa Missa

As transmissões on-line da Santa Missa em sua paróquia/comunidade

181 respostas



Figura 12: Realização das transmissões da Santa Missa

Por quais canais fazem as transmissões da Santa Missa?

181 respostas

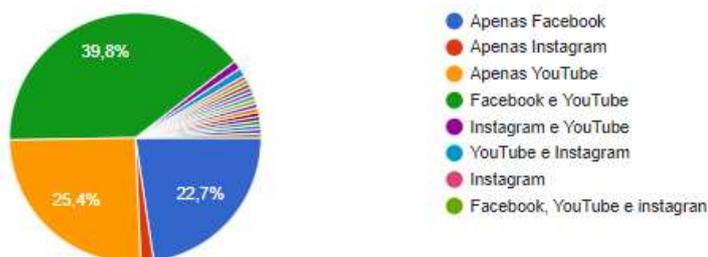


Figura 13: Plataformas utilizadas nas transmissões

Em geral, são transmitidas missas durante a semana e uma única celebração no domingo (40,8%), mas há variantes, de acordo com a possibilidade de cada equipe: 34,3% dos entrevistados afirmaram que em suas comunidades é feita apenas uma transmissão por semana, no domingo; 5,3% transmitem a eucaristia dominical em mais de um horário; 0,6% apenas em ocasiões festivas; 06% diariamente, e 0,6% somente uma vez no mês (figura 14).

Com relação à frequência das transmissões on-line da Santa Missa em sua paróquia

169 respostas



Figura 14: Frequência das transmissões *on-line* da Santa Missa

Questionados sobre a continuidade das transmissões com o retorno das missas presenciais, 65% afirmaram que continuam a ser transmitidas, ao menos uma vez por semana, aos domingos; 29,4% ainda não tinham definição de seus párocos; e apenas 5,6% dos entrevistados apontou que a atividade seria encerrada. O fato demonstra que o formato híbrido (presencial e *on-line*) é uma realidade já considerada pela maioria das comunidades e exigirá um acompanhamento e uma precisa orientação pastoral das arqui/dioceses. Também será necessário mensurar o impacto (positivo ou negativo) que a participação *on-line* nas liturgias exerceu sobre a vida espiritual dos fiéis (figura 15).

Com o retorno das missas presenciais: as transmissões on-line da Santa Missa em sua paróquia

180 respostas



Figura 15: Continuidade das transmissões

Com relação às redes sociais, a pesquisa revelou dados importantes para o planejamento pastoral e a formação dos agentes da Pascom:

1. 57,5% possuem Facebook e Instagram e atualizam diariamente;

2. 34,6% têm Facebook, mas não atualizam diariamente;
3. 27,4% possuem Instagram, mas não atualizam diariamente;
4. 43,6% usam YouTube, mas só utilizam essa plataforma para transmitir a Santa Missa;
5. 29,6% possuem YouTube e produzem conteúdo periodicamente, além das transmissões da Santa Missa;
6. 6,7% não mantêm canal no YouTube;
7. 62% têm uma equipe responsável pelas redes sociais e publicam conteúdos diversificados: fotos, artes motivacionais, liturgia diária, artes de eventos;
8. 17,9% apresentam equipe responsável pelas redes sociais, mas só publicam fotos dos eventos e missas;
9. 17,3% têm uma equipe responsável pelas redes sociais, mas publicam basicamente artes de eventos;
10. 12,8% não contam com equipe responsável pelas redes sociais e fazem publicações quando é possível. (Figuras 16 e 17)

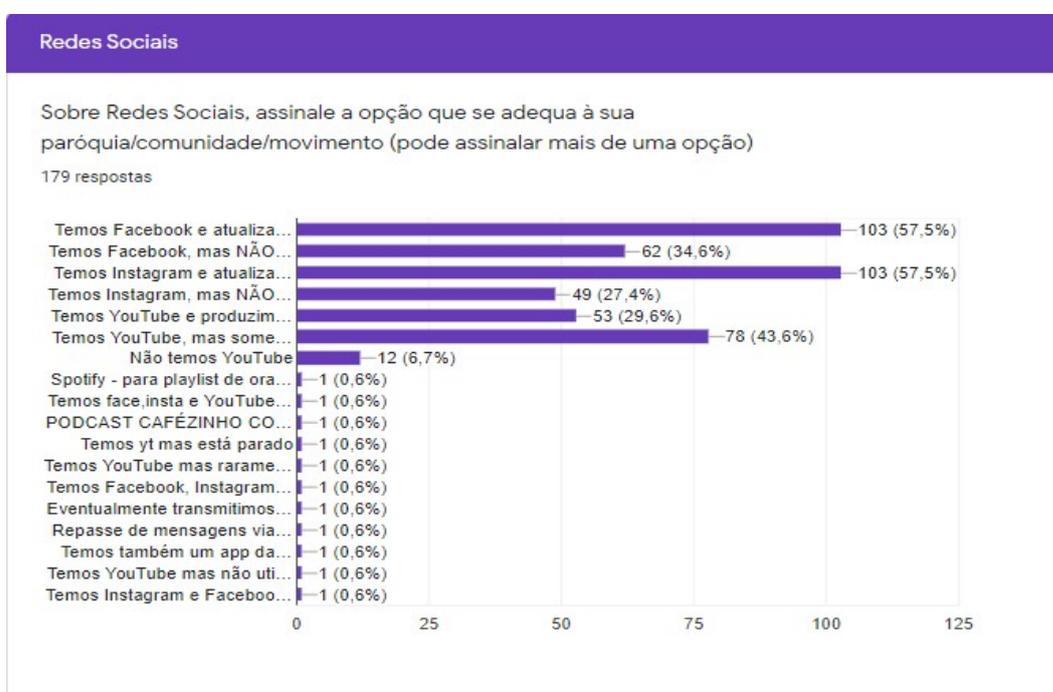


Figura 16: Sobre as redes sociais paroquiais/diocesanas

Ainda sobre Redes Sociais, assinale a opção que se adequa à sua realidade (pode assinalar mais de uma opção)

179 respostas

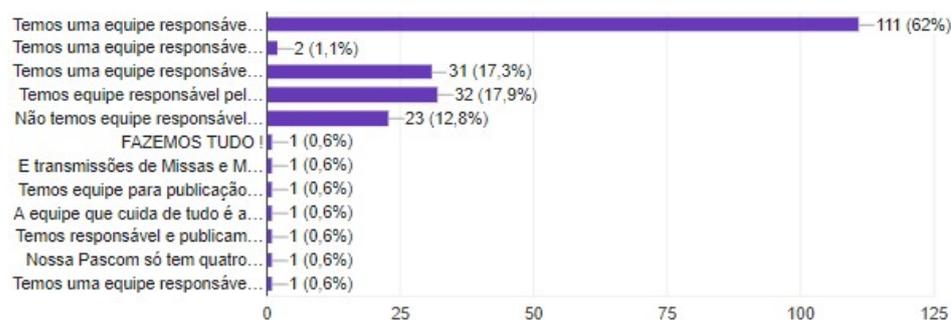


Figura 17: Sobre as redes sociais e o conteúdo postado

Dentre o conteúdo publicado pelas redes sociais das comunidades paroquiais e dioceses, as fotos são as preferidas pelas equipes (87,4%), seguidas pelas artes de eventos (83%), transmissão de missas (68,1%) e artes motivacionais e de santos (51,6%). Os vídeos, embora tenham, segundo especialistas em marketing digital, mais engajamento entre seguidores, ainda é pouco explorado: apenas 37,9% dos entrevistados disseram que produzem material audiovisual. O resultado explica, também, o baixo índice de publicação das homilias dominicais dos sacerdotes nas redes. Apenas 14,8% dos que responderam à pesquisa assinalaram que têm o costume de compartilhar o vídeo editado com a reflexão do sacerdote de sua comunidade. Apesar do que o Papa Francisco tem incentivado na ação pastoral da Igreja, especialmente na cultura digital, poucas equipes de Pascom utilizam o recurso de publicação de testemunhos em suas redes (4,4%), perdendo-se, assim, uma força evangelizadora (figura 18).

Sobre conteúdos publicados nas redes sociais, assinale os que costumam publicar com mais frequência (pode assinalar mais de uma opção)

182 respostas

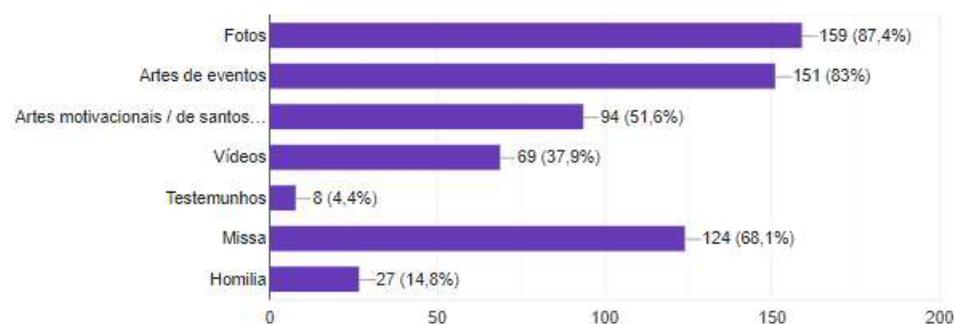


Figura 18: Conteúdo postado nas redes sociais institucionais

Entre os maiores desafios enfrentados pelos coordenadores e membros da Pascom, um se destaca: a produção de conteúdo diversificado (63,6%), seguido pela falta de uma equipe comprometida (46,2%). Este segundo ponto, de certa forma, explica a primeira dificuldade apontada (e já citada) e a terceira: a produção de artes (41%). A falta de formação específica para o trabalho pastoral nas redes sociais é outro dado que chama a atenção: 33,5% referiram esse item como dificuldade, o que também justifica os dois itens seguintes: a dificuldade em produzir o texto das legendas (27,2%) e de responder comentários (23,1%). (Figura 19).

Qual a maior dificuldade que enfrentaram com relação às redes sociais? (pode assinalar mais de uma opção)

173 respostas

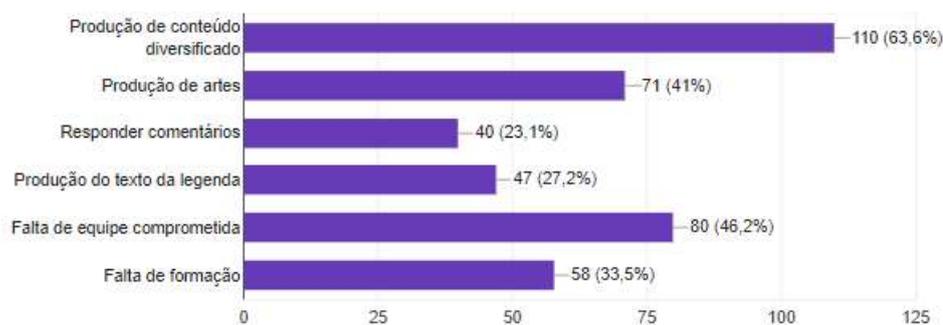


Figura 19: Maior dificuldade enfrentada com relação às redes sociais

A pesquisa atestou, ainda, que alguns problemas são recorrentes e decorrem da falta de recursos humanos, financeiros e tecnológicos. Das contribuições elencadas, cinco se ressaltaram:¹⁴⁸

1. Falta de equipamentos necessários para Pascom: notebook, celular, câmera, iluminação, tripé, cabos, mesa de som e placa de áudio, entre outros problemas. Geralmente, os equipamentos são de propriedade particular dos agentes, não havendo investimento da paróquia para a aquisição de tecnologia, nem garantia de reposição, caso haja algum acidente que danifique os aparelhos;
2. Falta de conexão potente de internet;
3. Ausência de suporte técnico;
4. Falta de formação específica dos agentes para a boa produção de material;
5. Ausência de pessoal e voluntários para os diversos trabalhos.

A defesa desta tese será, coincidentemente, em um cenário de provável estabilidade da pandemia, com a perspectiva de um retorno gradativo das “atividades normais” em 2022. Diante disso, surge uma pergunta crucial: “o que será esse ‘novo normal’ ao qual se está sendo inserido”? Ainda é muito cedo para respostas. Tendo caminho como expectativa, é acertado ter responsabilidade e discernimento, porque “todos somos responsáveis pela comunicação que fazemos, pelas informações que damos, pelo controle que podemos conjuntamente exercer sobre as notícias falsas, desmascarando-as”.¹⁴⁹

4.3.2. Mudança de paradigma na Pastoral da Comunicação

A comunicação na Igreja deve ser um lugar teológico de escuta e de comunhão. Nesse ínterim, é fundamental superar o individualismo pastoral, que é o grande inimigo da comunhão; além da visão instrumentalista e tecnicista da Pastoral da Comunicação (Pascom), como já abordado. A pesquisa apresentada na sub-

¹⁴⁸ A pedido dos entrevistados é mantido em sigilo seus nomes e os de suas comunidades de origem.

¹⁴⁹ FRANCISCO., Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais 2021.

seção anterior, entretanto, demonstra como ainda não se alcançou esse amadurecimento pastoral.

Em geral, os projetos pastorais para a comunicação visam a diminuir os custos com sistemas e tecnologias, ao mesmo tempo em que procuram otimizar sua utilização pelas comunidades. Mas a tecnologia não basta em si mesma. É conveniente haver uma formação permanente dos indivíduos no espírito do corpo eclesial, da espiritualidade, do profetismo, da solidariedade e da comunhão.

Uma primeira iniciativa é a identificação e convocação dos apóstolos no mundo digital que queiram servir a Igreja e verificar as necessidades de cada área pastoral para fazer ainda melhor sua missão evangelizadora. Os primeiros passos de uma rede são a definição do que realmente cabe a cada um.

Passar da informação à comunicação é um desafio que convoca todos os fiéis e comunicadores católicos: significa *destecnologizar* os processos comunicativos, recolocando a técnica no seu devido lugar, o de meio e não fim. Torna-se indispensável tirar a informação e a comunicação do império da tecnologia, porque quando só se olha esse aspecto, acaba-se por diminuir a reflexão sobre a cultura digital. A performance das ferramentas apaga ou encobre os fracassos inevitáveis da comunicação humana e social.

A revolução do século XXI não deve ser a da mensagem, mas a da relação. Não é a da produção e da distribuição da informação por meio de tecnologias sofisticadas, mas a das condições de sua aceitação ou de sua recusa pelos milhões de pessoas, todas sempre diferentes e raramente em sintonia com os produtores. E é neste cenário que o trabalho articulado da Igreja, através da Pascom, encontra a sua missão, que abrange, primeiramente, a dimensão da comunhão. É preciso impedir que a informação e a comunicação se tornem aceleradores de incompreensão e de ódio justamente por serem visíveis, através dela, todas as diferenças e toda alteridade.

No Brasil, as atividades da Pascom são orientadas a partir do Diretório de Comunicação (Documento 99 da CNBB), que nasceu de um amplo e demorado trabalho de compilação e estudos, que durou 17 anos e passou por nove fases, conforme se verá a seguir:¹⁵⁰

¹⁵⁰ Histórico escrito a partir de apresentação da irmã Élide Fogolari, que trabalhou durante oito anos como assessora da Comissão Episcopal Pastoral para a Comunicação da CNBB. Apresenta-

1ª – De 1997 a 2007 pode-se definir como fase embrionária, na qual foi criada a Equipe de Reflexão. Neste período, houve a publicação do documento 59 da CNBB, intitulado *A Igreja e a Comunicação rumo ao novo milênio*, com conclusões e compromissos da 35ª Assembleia Geral da CNBB, realizada de 9 a 18 de abril de 1997.

2ª – Em 2007, teve início a segunda fase, com a reflexão e a redação de um primeiro texto.

3ª – A terceira fase foi marcada pela tradução do Diretório Italiano, que serviu de base para o texto final do diretório brasileiro.

4ª – O ano de 2010 assinala a quarta fase, com a primeira redação do Diretório, apresentada ao Conselho Permanente da CNBB.

5ª – Com a publicação do Documento de Estudos 101 da CNBB, em 2011, intitulado *A Comunicação na vida e missão da Igreja no Brasil*, deflagrou-se a quinta fase.

6ª e 7ª – No mesmo ano, teve início a sexta fase, com a criação de uma equipe oficial para a redação do Diretório. Foi um ano de consulta, redação e produção do texto, até que em 2015, na sétima fase do trabalho, fosse disponibilizado o texto final para aprovação dos bispos na Assembleia Geral da CNBB, que aconteceu em Aparecida, de 10 a 19 de abril de 2013. O texto não foi aprovado.

8ª – Após a Assembleia Geral, desencadeou-se, então, a oitava fase, com a constituição de uma equipe menor, oficial, para redigir o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil.

9ª – A nona e última fase aconteceu em 2014. Neste ano, houve a redação final do texto do Diretório, que foi exibido durante o Conselho Permanente da CNBB, que ocorreu em Brasília nos dias 11 a 13 de março de 2014. Foi aprovado por unanimidade pelos bispos.

A partir do Diretório, a Pascom no Brasil estrutura-se em torno de quatro eixos de atuação que se integram: articulação, espiritualidade, produção e formação. Reforça a ideia de que a Pascom também não deve ser vista como uma pastoral à parte. Ela é o eixo transversal de toda a ação pastoral da Igreja, pois permeia as demais pastorais. Portanto, pode-se definir a ação da Pascom como ações comunicativas intercaladas pela evangelização, que é o anúncio do Reino a todos.

ção realizada de 27 de fevereiro a 1º de março de 2015, para agentes da Pascom do Regional Leste 1 da CNBB.

A missão da Pascom vai além da produção de conteúdo. Ela é uma rede de comunhão e de transformação.

Comunicação diz respeito aos processos de construção simbólica que possibilitam a interação pessoal e a organização social. Não se trata de mera transmissão de mensagens, mas de ressignificação constante do mundo. Comunicando-se, as pessoas interagem com a realidade e, a partir dela, dialogam com o mundo que as cerca, por meio de todas as linguagens e tecnologias que se aperfeiçoam a cada dia, buscando dar sentido ao mundo à sua existência. As ações comunicativas permeiam todo o tecido social em suas interações na família, no trabalho, no lazer, na comunidade, na escola, na Igreja, permitindo ao ser humano sua afirmação como pessoa ativa em uma sociedade em mudanças.¹⁵¹

Tem sua expressão no próprio vocábulo latino da qual provém a palavra comunicação: *communus*, que significa “aquilo que é compartilhado, ou seja, um dom pessoal ofertado a outro ou um dever de todos para com todos. Ela é a ação que favorece a partilha de um dom ou dever recíproco entre os membros de uma sociedade”.¹⁵²

O Diretório representou um passo importante para a Igreja no Brasil avançar no trabalho e na reflexão sobre a comunicação, mas por ter como base o diretório italiano perdeu muito do seu profetismo e não representa a diversidade teológica e pastoral da Igreja no Brasil. É muito denso e pouco prático, o que dificulta a aplicação do seu conteúdo nas bases e compreensão do seu teor pelos agentes pastorais. Sua revisão é uma necessidade para que se avance na *infopraxis*.

4.4. Infoagente: transformador da infocultura

A abordagem a respeito do *infoagente pastoral* será feita pela via da Antropologia Teológica e da Teologia Pastoral, baseados em textos do Magistério da Igreja.

Uma leitura atenta das Sagradas Escrituras entende que a humanização de um indivíduo está diretamente relacionada à disponibilidade de dizer: “eis-me aqui para servir, eis-me aqui à disposição”. Deus criou o ser humano para louvar, reverenciar e servir. Ou seja, para sair de si mesmo, tornando-se um ser em êxodo

¹⁵¹ Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, n. 12.

¹⁵² Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, n. 13.

permanente. Jesus Cristo viveu para louvar, reverenciar e servir. Ele é o protótipo do ser humano. Portanto, é Jesus Cristo que tem que ser a referência; é Jesus Cristo que é o paradigma. É olhando para ele que se aprende a ser humano, é olhando para ele que se compreende o que significa ser criado e recriado por Deus a cada minuto, amorosamente.¹⁵³

O *infoagente*, transformador da *infocultura*, que realiza a *infopastoral*, são todos os batizados. É todo o *Povo de Deus* que, nos diversos ministérios, deixa de ser apenas um destinatário da ação evangelizadora, objeto da evangelização, e passa a ser sujeito da evangelização; não mais exclusivamente sob a tutela do clero, mas com autonomia de ação, de forma que, como registra o Documento de Santo Domingo, venha verdadeiramente a ser protagonista da Nova Evangelização: “um laicato, bem-estruturado com formação permanente, maduro e comprometido, é o sinal de Igrejas Particulares que têm tomado muito a sério o compromisso da Nova Evangelização”.¹⁵⁴

Os leigos, chamados a protagonizarem a *infopastoral*, são aqueles a quem o Concílio Vaticano II dá a conhecer. São sujeitos não apenas nas estruturas seculares, mas também dentro da Igreja enquanto instituição, conforme ratificou o Documento de Aparecida:

Os leigos também são chamados a participar na ação pastoral da Igreja, primeiro com o testemunho de vida e, em segundo lugar, com ações no campo da evangelização, da vida litúrgica e outras formas de apostolado, segundo as necessidades locais sob a guia de seus pastores. Estes estarão dispostos a abrir para eles espaços de participação e confiar-lhes ministérios e responsabilidades em uma Igreja onde todos vivam de maneira responsável seu compromisso cristão.¹⁵⁵

Não se pode afirmar que o leigo é corresponsável da missão evangelizadora da Igreja no mundo, se a ele não é reconhecida e valorizada a efetiva atuação institucional do ser e do agir da Igreja. Sobre o assunto, pronunciou-se o Papa Bento XVI:

A corresponsabilidade exige uma mudança de mentalidade, relativa, em particular, ao papel dos leigos na Igreja, que devem ser considerados não como ‘colaboradores’ do clero, mas como pessoas realmente ‘corresponsáveis’ do ser e do agir da I-

¹⁵³ BINGEMER, M. C., A alteridade e vulnerabilidade, experiência de Deus e pluralismo religioso no moderno em crise, p. 86-87.

¹⁵⁴ Santo Domingo 97 e 103.

¹⁵⁵ DAp 211.

greja. Por conseguinte, é importante que se consolide um laicato maduro e comprometido, capaz de oferecer a sua contribuição específica para a missão eclesial, no respeito pelos ministérios e pelas tarefas que cada um desempenha na vida da Igreja, e sempre em comunhão cordial com os bispos.¹⁵⁶

O chamado à corresponsabilidade na Igreja não chega aos cristãos leigos apenas pelo reconhecimento dos ministérios e de sua capacidade de trabalho, mas, sobretudo, emana da própria incorporação a Cristo pelo Batismo, que confere a mesma dignidade a todos. Conforme assevera a *Lumen Gentium*, ao serem batizados, todos recebem a filiação divina e o leigo é incorporado ao Povo de Deus e é feito partícipe do múnus sacerdotal, profético e régio de Cristo. E por essa verdade, exercem sua parte na missão.¹⁵⁷

A experiência batismal é a fonte de toda espiritualidade cristã que se funda na Trindade.¹⁵⁸ Por isso, os cristãos leigos e leigas são chamados a viverem e a transmitirem a comunhão trinitária, que é, também, o modelo para a vida comunitária. É a experiência com um Deus que é uno e trino, em constante movimento de amor-doação, que permite aos fiéis superar a dinâmica do egoísmo e se colocar inteiramente a serviço do outro.

A compreensão do leigo como sujeito eclesial é essencial para que a Igreja no Brasil e no mundo possa avançar em sua ação evangelizadora na contemporaneidade. Com esse propósito, faz-se necessário que o laicato e o clero reflitam sobre o tema, reconheçam sua potencialidade e enfrentem seus desafios.

Também se objetiva uma profunda atualização das estruturas eclesiais engessadas numa dinâmica piramidal e dualista, que separa e coloca em oposição, muitas vezes, fé e vida; oração e ação; razão e emoção; Igreja e sociedade.

É preciso um laicato maduro, que à luz de sua experiência com Cristo, coloque-se a serviço da vida plena, dentro da Igreja e na sociedade. Leigos que assumam a corresponsabilidade da missão, não apenas como força de trabalho, mas como aquele que participa do discernimento, da tomada de decisões, do planejamento e da execução dos planos pastorais.¹⁵⁹ Munido dessa intenção, é condição relevante formar leigos e leigas, para que possam agir como sujeitos eclesiais,

¹⁵⁶ BENTO XVI., Mensagem à VI Assembleia Ordinária do Foro Internacional da Ação Católica em Iasi, 2012.

¹⁵⁷ LG 34

¹⁵⁸ DAp 240.

¹⁵⁹ DAp 371.

discípulos missionários de Jesus Cristo, em todas as realidades, sejam elas no interno da Igreja, seja na família, seja na sociedade.

4.4.1.

Uma Igreja toda missionária nas estradas digitais

A fé individual é uma opção livre, na qual atua o Espírito Santo e onde o ser humano faz uma experiência salvífica. Por esta fé, o ser humano vive inserido em uma época, num local, dispondo de uma linguagem determinada, enfrentando desafios, interagindo com seus semelhantes, dentro dos padrões comportamentais e das instituições sociais que encontra.

A fé em Deus descentra do interior, vive-se diante do Mistério que obriga a deixar certezas e seguranças, sensibiliza para as carências do próximo e arrasta para a ação capaz de remediá-las. Se quiser corresponder realmente à ação do Espírito, tem-se que saber escutar a sociedade, discernir o que se oferece e saber proclamar a Palavra de Deus, levando a sério as interpelações de hoje. O modo de afirmar o que se crê é tão importante como o que se acredita.

Como já explicitado, e mais uma vez pontuado devido a sua importância para esta reflexão, importa não repetir as formulações do passado por mais corretas que sejam, mas, sim, anunciar a mensagem cristã a partir da linguagem, das preocupações, dos questionamentos enfrentados pelos contemporâneos. Só então a fé cristã será significativa e salvífica, só então poderá a atuação interna do Espírito ser captada e seguida numa cultura secularizada e indiferente.

A pregação deve ser uma porta de entrada para a fé ou uma confirmação da fé. Isto vai exigir da Igreja saber discernir nos anseios de verdades, de vida, de liberdade, de justiça, presentes nas pessoas de bem a ação universal do Espírito de Deus e apresentar a fé cristã como a realização desses anseios à semelhança dos tradicionais “preâmbulos da fé”.¹⁶⁰

É preponderante traduzir para os dias atuais o que Paulo chama de nova vida em Cristo, uma existência humana com sentido e esperança, capaz de amar e perdoar, de relativizar as tribulações e os sofrimentos, de experimentar a alegria de fazer o bem, de injetar amor nas relações humanas, de experimentar a liberdade

¹⁶⁰ Porta Fidei 10.

em meio a tantas pressões do ambiente e, sobretudo, de viver a alegria do amor, realização plena do coração humano.

Tais experiências podem ser feitas a partir da atuação dos leigos/as. Há de se reconhecer que eles não são massa passiva, mas discípulos/as missionários/as; reconhecê-los “sujeitos” e lhes conceder uma verdadeira participação na tríplice missão que lhes confere seu Batismo. Este olhar pressupõe uma eclesiologia de comunhão, colegialidade vivida, reconhecimento das Igrejas locais. A inculturação da fé nos diversos contextos socioculturais facilitará a aceitação e o reconhecimento da autoridade eclesiástica e crescimento de uma autêntica fé eclesial.

Ainda é imprescindível levar a sério a presença viva de Cristo e a atuação de seu Espírito nas Igrejas locais, que sendo o mesmo é a garantia última da unidade da Igreja na diversidade das expressões.

Na Exortação Apostólica *Evangelii Gaudium*, o Papa Francisco deixa claro que em seu programa Pastoral quer levar a Igreja a pôr em prática o Concílio Vaticano II, vivendo a dimensão da igualdade fundamental dos batizados e a missionariedade. O pontífice salienta a necessidade de uma Igreja missionária e descentrada. Francisco identifica a Igreja como "comunidade de fiéis", na qual a responsabilidade pela evangelização e concretização do Reino de Deus é de todos e não apenas de uma elite hierárquica: todos são sujeitos da evangelização.

A Exortação quer levar à compreensão de uma Igreja toda ministerial. Neste contexto, pode-se perceber uma clara preocupação com o laicato e sua formação,¹⁶¹ não se esquecendo das vocações ao sacerdócio e à vida consagrada.

Assumindo o Concílio Vaticano II, Papa Francisco propõe à Igreja a superação do modelo de cristandade, fazendo a opção de ser uma Igreja plural e pobre, de opção pelos pobres.¹⁶² Apresenta, assim, a eclesiologia do Povo de Deus: uma eclesiologia de participação, de libertação, de diaconia, de profecia e de martírio. "Cada um dos batizados, independentemente da própria função na Igreja e do grau de instrução da sua fé, é um sujeito ativo de evangelização".¹⁶³

Para definir a Igreja no projeto salvífico de Deus para a humanidade, a noção de Povo de Deus deve ser completada pela do Sacramento da Salvação e Corpo de Cristo. Essas imagens que o Concílio Vaticano II utiliza se completam. Es-

¹⁶¹ EG 102-109.

¹⁶² EG 186-216.

¹⁶³ EG 120.

trada enfatiza que é possível perceber que os documentos conciliares privilegiam a noção de Povo de Deus, mas não de forma exclusiva. A predileção esbarra, segundo o teólogo, notadamente porque tem um amplo cunho ecumênico e se insere na tradição bíblico-histórico-dogmática.

Ao falar do Povo de Deus, o Vaticano II evoca tudo o que é comum a todos os cristãos, antes mesmo das diferenças ministeriais e carismáticas. Segundo Estrada, o concílio ecumênico "salienta a importância da consagração batismal (LG 10), que é a base a partir da qual devemos compreender não só o papel dos leigos na Igreja, mas também o sacramento da Ordem"¹⁶⁴ e a consagração à vida religiosa. Quem recebe o sacramento da Ordem o recebe para o exercício de uma função ou ministério na Igreja, ou a consagração à vida religiosa.

Miranda concorda que a imagem da Igreja como Povo de Deus deva ser complementada pela do Corpo de Cristo:

Pois depois da encarnação do Verbo, do mistério pascal e da vida do Espírito, esse Povo tem na pessoa de Jesus Cristo o fundamento de sua identidade e de sua fé, constituindo, assim, uma comunidade que deve viver à semelhança do Filho, na obediência do Pai e animada, iluminada e fortalecida pelo Espírito Santo.¹⁶⁵

A Igreja, como Povo de Deus convocado, é para o mundo um sinal: sinal de salvação, Sacramento de Salvação. Deus convoca um povo para fazer dele um sinal, Deus escolhe um povo não para dar a esse povo privilégios, mas para que através deles, em Cristo, o Reino de Deus se estabeleça no mundo.

Enquanto povo messiânico todo ele voltado para a realização do Reino de Deus, é a Igreja sinal, sacramento e instrumento desse mesmo Reino já acontecendo na história. [...] A Igreja deve deixar transparecer para o mundo em suas palavras e em sua vida a família de Deus, a humanidade querida por Deus, a exemplo de seu fundador Jesus Cristo. Ela constitui a mediação histórica da salvação de Deus, tornando-se sempre atual para seus contemporâneos na fé e na vida de seus membros. Desse modo, toda ela está voltada para fora de si, seja como comunidade de fiéis, seja como instituição visível.¹⁶⁶

¹⁶⁴ ESTRADA, J. A., *Pueblo de Dios*, 1990, p. 184. Tradução livre.

¹⁶⁵ MIRANDA, M. F., *A Igreja que somos nós*, 2013, p. 29.

¹⁶⁶ MIRANDA, M. F., *A Igreja que somos nós*, 2013, p. 27.

4.4.2. Em Cristo os leigos recebem sua autonomia

Nesta seção, retoma-se esse ponto de vital importância: Jesus Cristo é quem oferece a todos os fiéis a possibilidade de serem sujeitos, na comunhão da comunidade cristã. E a verdadeira comunhão gera autonomia e liberdade-responsabilidade. Se isso não acontece, vive-se uma dinâmica de escravidão. Jesus foi verdadeiramente sujeito do seu existir e, desta forma, é ele quem ensina o discípulo e oferece a todos, sem distinção, essa promessa. Em Jesus, a autonomia do ser humano é recuperada em novas relações que não oprimem, mas libertam (cf. Lc 7,36-50; Jo 8,1-11; Mc 5,1-20; Lc 19,1-10).¹⁶⁷

A Igreja é a comunhão de libertos para uma vida nova, para o serviço, em harmonia e respeito. Ela é chamada a testemunhar uma convivência humana renovada, em relações fraternas, em comunhão libertadora. A verdadeira comunhão cristã gera autonomia, liberdade e corresponsabilidade; por sua vez, estas são necessárias para a autêntica comunhão (Gl 2,1-2.9.11). É na Igreja e como Igreja que o cristão leigo vivencia a liberdade, a autonomia e a relacionalidade.¹⁶⁸

Para exercer uma autêntica *infopraxis*, são necessários legítimos sujeitos eclesiais. Então, é um processo de construção que supera todas as formas de infantilismo eclesial e proporciona consciência de si mesmo e da missão. No documento 105 da CNBB – Cristãos leigos e leigas na sociedade –, afirma-se que o laicato maduro, sujeito na Igreja e no mundo, é formado por discípulos missionários, seguidores e testemunhas de Jesus Cristo.¹⁶⁹

Esta formação deve ser realizada com liberdade e autonomia, em abertura ao outro e com sensibilidade para com o próximo, em suas necessidades e realidades próprias. Para uma adequada formação de verdadeiros sujeitos, é necessário que liberdade e autonomia se desenvolvam não no fechamento ou na indiferença. Esta abertura não é opcional, mas condição necessária para realização do ser humano. Levando em conta essa lógica, o que a enriquece é a vivência comunitária, tornando-se um contributo ao amadurecimento cristão, numa dinâmica que exige o justo equilíbrio entre o eu e o outro, sem isolamentos nos dons e funções individuais e sem aniquilamento da individualidade em função da comunidade, como na

¹⁶⁷ Cristãos leigos e leigas na Igreja e na sociedade, n. 125.

¹⁶⁸ Cristãos leigos e leigas na Igreja e na sociedade, n. 126.

¹⁶⁹ Cristãos leigos e leigas na Igreja e na sociedade, n. 132.

imagem do corpo, em 1Cor 12-15, tão bem utilizada pelo apóstolo Paulo para definir a Igreja como um corpo místico de Cristo: um conjunto de autonomias individuais.¹⁷⁰

4.4.3. Integração entre vida e missão, ação e oração

A *infopastoral*, como dimensão apostólica na cultura digital, precisa ser vivida pelos cristãos de forma a integrar as dimensões da sua vida como discípulo missionário e cidadão do mundo (*infofiel*), porque a fé em Jesus Cristo não os retira da história, mas os convoca verdadeiramente a serem construtores dela, a partir dos valores do Reino de Deus.

Se é oportuno ressaltar que a autonomia e responsabilidade do leigo deve ser valorizada no âmbito interno da Igreja, é igualmente necessário reforçar que o mundo secular é sua terra de missão privilegiada, porque um cristão é, igualmente, um cidadão. Não há como separar o “José dos Santos” (nome fictício) batizado, pertencente à paróquia B, do “José dos Santos”, registrado no cartório X, com o número de identidade Y, morador do bairro Z, porque eles são a mesma pessoa. Ele é cristão, mas é além disso cidadão e como tal deve assumir ativamente esta cidadania em toda a sua amplitude.

Esta cidadania brota do coração mesmo da missão da Igreja, inspirada no núcleo do Evangelho, o mistério da Encarnação: “a Palavra se fez carne e veio morar entre nós” (Jo 1,14). Quando imaginamos que, para encontrar e servir a Deus devemos nos elevar, no sentido de deixar as coisas do mundo, vemos nos Evangelhos o testemunho contrário do próprio Deus: ele “desce” e “entra” em nosso mundo e em nossa história para assumir em tudo a nossa existência. Desta forma, também os cristãos, para seguir e servir a Deus, devem “descer” e “entrar” em tudo o que é humano, que constrói um mundo mais humano e que nos humaniza.¹⁷¹

Através dos batizados, a Igreja cumprirá a missão de expandir o Reino de Deus sobre a terra, em comunhão com todos os homens e mulheres de boa vontade que convergem para este projeto.¹⁷²

A espiritualidade do *infofiel* é uma dimensão que precisa ser integrada na ação evangelizadora na cultura digital. E ela tem características bem definidas: é a

¹⁷⁰ Cristãos leigos e leigas na Igreja e na sociedade, n. 131.

¹⁷¹ Cristãos leigos e leigas na Igreja e na sociedade, n. 163.

¹⁷² AA 2.

espiritualidade do discípulo missionário inserido na *infosfera*, daquele que integra ação e oração.

Sabe-se que a oração e a contemplação são fundamentais para a vida dos cristãos e que é inevitável cultivar a vida interior, por meio de um espírito contemplativo, “que ajude a cuidar da integridade da consciência e do coração e dê sentido cristão ao compromisso e às atividades”.¹⁷³ A vivência integral dessa dimensão, possibilita ao *infofiel* descobrir-se, no encontro pessoal com Deus a cada dia, por meio da oração, como um ser que possui um “bem que humaniza”. É ele quem capacita a se viver uma vida nova e a trabalhar para que todos a encontrem.¹⁷⁴

Essa espiritualidade deve ser “encarnada”, ou seja, sem fuga das realidades temporais para encontrar Deus, mas encontrá-Lo no trabalho, sendo iluminado pela fé, rejeitando-se a tentação de uma espiritualidade intimista e individualista.

A fé, não o saber, é a mediação entre o ser humano e Deus. A fé em Deus também está permeada pela imaginação, pelo subjetivo. Como não é possível definir Deus plenamente, o Deus conhecido é também o Deus imaginado. Por isso, sua Revelação está canalizada pela interpretação humana.¹⁷⁵

Este fato é relevante quando se fala de acolhimento da Revelação pelo ser humano contemporâneo. O contexto cultural predominante no modernismo, difundido pelo racionalismo e o materialismo, levou a uma racionalização da religião e uma intelectualização da Revelação e dos conteúdos doutrinários. Mas a fé não está diretamente ligada apenas ao que se sabe intelectualmente e racionalmente. Pode-se saber muito de religião e não ter nenhuma fé. É preciso unir o saber ao sentir, o racional ao imaginário, sem dualismos reducionistas.

Como convicção pessoal, a fé nasce a partir de uma experiência com o Absoluto. Estrada defende que tal experiência, entretanto, nunca tem como objeto a divindade. Deus se revela, de acordo com o autor, através de uma situação, um tema que dá possibilidade de sentido e compreensão da Revelação. Por esse motivo, a mesma experiência pode ter interpretações diversas. As experiências são

¹⁷³ Cristãos leigos e leigas na Igreja e na sociedade, n. 186.

¹⁷⁴ Cristãos leigos e leigas na Igreja e na sociedade, n. 186.

¹⁷⁵ ESTRADA, J. A., Qué décimos cuando hablamos de Dios? La fe en una cultura escéptica, 2015, p. 120.

ambíguas e podem ser questionáveis. A Revelação, não.¹⁷⁶ Quando uma pessoa fala sobre Deus expõe o que Deus é para ela ou para a religião que professa e não o que Deus é em si. Pois o que Deus é em si não é possível ao ser humano definir.

A fé não pode ser imposta e, portanto, é preciso que seja proposta. É necessário que seja vivenciada pela pessoa, porque a Revelação divina é também mediada pela subjetividade de seu receptor.¹⁷⁷

É assim que a fé como resposta pessoal a uma experiência com o Absoluto transforma a vida do indivíduo, que passa a orientar seus atos conforme a verdade que lhe foi revelada. “Porque ter fé significa ir mais além, confiar numa realidade transcendente que chamamos Deus e assim libertar o ser humano para que ultrapasse o círculo fechado do egocentrismo em direção aos outros.”¹⁷⁸

4.4.4. Clericalismo: um desafio à *infopastoral*

Dentre os desafios para que a Igreja como Povo de Deus realize a *infopastoral* e seja uma forte expressão evangelizadora na sociedade como um todo e, em especial, na cultura digital, um se destaca: a clericalização, ainda tão presente nas comunidades católicas. Em parte, devido à formação recebida pelo clero e que determina uma conversão pastoral da hierarquia para ser, de fato, renunciada, mas também devido ao infantilismo que muitos leigos vivem em virtude da atuação pastoral; e à falta de formação e entendimento de sua corresponsabilidade na missão da Igreja. Há, também, o receio de que a percepção errada acerca de seu protagonismo e autonomia, na Igreja e na sociedade, venha ferir a unidade do Corpo de Cristo e ocorra uma desvalorização da estrutura ministerial da Igreja, especialmente do sacerdócio e da vida religiosa tradicional.

Outrossim, é necessário entender bem a natureza dessa autonomia do leigo, que não é divisão ou separação, porque o leigo está e continuará unido ao corpo eclesial, como os dedos de uma mão. Estão ligados ao corpo, mas possuem autonomia de ação, especialmente na sociedade e nas mídias e redes sociais, lugares privilegiados de sua atuação missionária.

¹⁷⁶ ESTRADA, J. A., Qué décimos cuando hablamos de Dios? La fe en una cultura escéptica, 2015, p. 127.

¹⁷⁷ ESTRADA, J. A., Qué décimos cuando hablamos de Dios? La fe en una cultura escéptica, 2015, p. 157. Tradução livre.

¹⁷⁸ MIRANDA, M. F., Evangelizar ou humanizar? 2014, p. 537.

Porém, não só a sociedade é seu campo de ação. Também no interior da Igreja há uma missão específica do leigo, que colabora com o sacerdócio ministerial, complementando-o, não o substituindo.

Para vencer essas dificuldades, a Igreja, através dos documentos do Magistério, tem ressaltado a necessidade de se investir na formação. Este é o passo decisivo. Este, até, é o grande desafio: investirem num laicato adulto, capaz de assumir as próprias responsabilidades dentro e fora da Igreja, nos serviços e ministérios eclesiais, mas com projetos de vida próprios. Para se atingir essa finalidade, é salutar vencer o clericalismo remanescente em diversos setores, inclusive entre os próprios leigos, que, de certa forma, freia esse processo. Porém, não o poderá impedir de avançar, porque esse avanço é inevitável, especialmente na sociedade secularista e globalizada da atualidade.

Considerações finais

A Igreja como Sacramento da Salvação é sinal eficaz do Reino de Deus na cultura midiática digital, mediante sua ação pastoral, que superando o reducionismo tecnicista deve influenciar, a partir de dentro, os padrões e leis das mídias e redes sociais, assim como dos novos estudos e desenvolvimento tecnológico, nas diversas áreas do conhecimento.

Em vista dos recentes estudos de filósofos da tecnologia e da informação, como o italiano Luciano Floridi, não faz mais sentido definir a atividade evangelizadora da Igreja no ambiente digital como *ciberpastoral*. Como o próprio comprovou em suas pesquisas, no atual contexto de desenvolvimento das tecnologias digitais, não há mais divisão entre tempo *on-line* e *off-line*, assim como não há mais limite estabelecido entre o físico e o digital, pois essas realidades se inter-cambiam elementos de existência mutuamente e criam uma dinâmica de vida *on-life*.

O prefixo *ciber* traz em sua concepção a existência entre dois ambientes distintos: um físico e outro digital e, por esse motivo, para Floridi, está superado, sendo substituído pelo conceito de *infosfera*, ambiente “feito de informações, flu-

xos de dados e interações com softwares e sistemas automáticos, em um misto de analógico e digital”.¹⁷⁹

Diante da *infosfera*, a Igreja, como sacramento da salvação e Povo de Deus, é desafiada a desenvolver uma *infopastoral* ou *infopraxis*, que se diferencia da Pastoral da Comunicação (Pascom) não somente pelo nome, mas pelos princípios e objetivos.

A *infopastoral* é uma forma de fazer pastoral a partir da dinâmica da sociedade da informação, inserindo-se profeticamente no ambiente digital. Vai além da posse e uso de mídias, quer tradicionais, quer digitais.

Pela *infopraxis*, a Igreja é chamada a integrar o Evangelho na *infosfera*, seguindo a inspiração de São João Paulo II, que na Carta Encíclica *Redemptoris Missio* (n. 37) garantiu não ser suficiente usar a mídia para difundir a mensagem cristã e o Magistério da Igreja. Integrar é inculturar, é superar o dualismo entre a fé e a cultura digital.

O *infofiel*, agente da *infopastoral*, não possui duas formas de existir ou de crer: uma analógica e outra digital. É uma pessoa íntegra, com todas as suas dimensões: corpórea e biológica, espiritual, intelectual e cultural. A relação é dialética.

Na teologia cristã, “o autenticamente humano é também o autenticamente divino. Na expressão do Concílio Vaticano II: ‘Cristo manifesta plenamente o homem ao próprio homem e lhe descobre a sua altíssima vocação’ (GS 22)”.¹⁸⁰

O Evangelho se incultura na medida em que os fiéis se fazem presente na dinâmica da *infosfera* com tudo o que têm e são. E essa é a tarefa mais urgente; mais do que possuir meios (embora sejam importantes), mais do que dominar as técnicas de uso das plataformas e do marketing digital (embora essas não sejam dispensáveis).

A pandemia de Covid-19 trouxe a consciência da importância dos meios de comunicação digitais. A pesquisa realizada no âmbito desta tese com 182 agentes de pastorais evidenciou o quanto as comunidades estavam despreparadas para a presença e atividade nas mídias digitais. Revelou, também, que a grande preocu-

¹⁷⁹ FLORIDI, L., Ser humano e inteligência artificial: os próximos desafios do *on-life*. Entrevista com Luciano Floridi, 2020. Artigo digital.

¹⁸⁰ MIRANDA, M. F., A fundamentação teológica da inculturação da fé, p. 34.

pação das equipes ainda é de nível tecnicista e instrumentalista, e não sociotransformador.

A presença pastoral e teologal na cultura digital faculta que a Igreja cumpra sua missão de ser sal da terra e luz do mundo (Mt 5,13-16) no novo ambiente criado pelas tecnologias. Enseja que exerça profeticamente a promoção do ser humano em sua dignidade, que seja a voz dos invisibilizados e excluídos digitais, denunciando as práticas que contradizem a verdade, a justiça, o bem, a liberdade, a solidariedade.

Por sua parte, favorecerá, ainda, uma presença transformadora, na proporção em que leva para a pauta de discussões o verdadeiro humanismo, que promove o ser humano em sua integralidade.

Essa *infopraxis* é uma tarefa de todo o Povo de Deus (clero, religiosos e leigos; jovens e adultos), com destaque para a força do laicato, que pelo exercício profissional amplia a capilaridade e a penetração do Evangelho nas comunidades em rede que assinalam o ambiente digital.

5 Conclusão

Ao encerrar essa pesquisa sobre a Igreja e sua missão evangelizadora na cultura midiática digital há por um lado o sentimento de trabalho concluído, dever cumprido, como tão bem definiu São Paulo: “Combati o bom combate, acabei a carreira, guardei a fé” (2Tm 4,7). Ao mesmo tempo, como São Francisco, ecoa no coração a frase: "Vamos começar a servir a Deus, meus irmãos, porque até agora fizemos pouco ou nada".¹

Na verdade, conhecemos somente a ponta do iceberg, pois, no momento atual, este fenômeno continua em plena expansão e, portanto, não somos, ainda, capazes de colher plenamente a sua amplitude e de prever as conseqüências, no tempo, sobre os vários planos: psicológico; social; cultural; religioso; teológico; político; ético; econômico; e etc. Até porque o seu ritmo de desenvolvimento aumenta em progressão exponencial e em nível mundial.²

De fato, esta tese abre a reflexão de que o tema não se esgota aqui, pelo contrário, inicia-se um caminho, que assim como a cultura midiática digital é complexo e aceleradamente mutável. O que permite a afirmação de que este é o primeiro passo de uma pesquisa que se expandirá a outras áreas da teologia sistemática, e dentro dela, ainda mais aprofundado na Teologia Pastoral.

Foram muitas as dificuldades encontradas no decorrer da investigação: a variedade de fontes e pontos de vista sobre a questão da tecnologia, sobre a internet e a cultura digital, desde os otimistas e positivos aos pessimistas e negativos; passando pelos negacionistas e instrumentalistas, que não conseguem perceber a mudança de época que a humanidade vive.

Foi preciso escolher uma via, e optou-se por seguir a inspiração do Magistério da Igreja a partir do Concílio Ecumênico Vaticano II: um olhar positivo, mas crítico. Ao mesmo tempo que vê os grandes benefícios que as novas tecnologias

¹ CELANO, Frei Tomás., Primeira Vida – Vida de São Francisco de Assis escrita em 1228, n. 103, p. 79, posição 1464.

² MORAES, A. O., Cultura midiática e religião: Contribuições para uma hermenêutica prospectiva, p. 107.

da comunicação e da informação trazem para a humanidade e para a evangelização, consegue perceber as limitações e desafios que oferecem para o ser humano, especialmente no tocante ao seu desenvolvimento enquanto pessoa integral e portadora de valor e dignidade invioláveis; com respeito à sua individualidade, mas com promoção da solidariedade e da comunhão, para construção de uma verdadeira cultura do encontro, sinal do Reino de Deus entre os seres humanos.

Somado a essas dificuldades pertinentes ao tema, ainda foi necessário enfrentar o grande desafio da pandemia de Covid-19, que trouxe além de uma grande insegurança humana acerca da possibilidade de se viver e superar uma doença desconhecida, todo o processo social que se desenvolveu por conta das medidas sanitárias: universidades, bibliotecas e centros culturais fechados; improbabilidade de encontros presenciais de orientação e carência de recursos. Porém, a união e o esforço conjunto entre a instituição universitária (PUC-Rio), a instituição financiadora da pesquisa (CNPq) e o altruísmo dos professores, sobretudo do orientador (Professor Abimar Oliveira de Moraes), deram o suporte necessário para o enfrentamento e superação das dificuldades. Era tempo de enfrentar um tema tão denso e contexto social e sanitário desfavorável.

No primeiro capítulo inicia-se a trajetória, com um olhar sobre a realidade. As transformações sociais em curso nos tempos atuais estão intimamente ligadas à terceira revolução industrial e tecnológica, que permitiu a universalização da informação através da internet e, com ela, a revolução nas comunicações, com criação e popularização dos dispositivos móveis. Em poucas décadas, essas metamorfoses aceleraram a sociedade e fizeram eclodir o que há de melhor e o que há de pior na humanidade: a contar da viabilidade de difusão de uma rede solidária e de comunhão, até o crescimento do individualismo, preconceito e fundamentalismos, gerando divisões e guerras ideológicas diversas.

A passagem de uma cultura de massas (proporcionada pelos meios de comunicações tradicionais) para uma cultura de nichos (a partir do surgimento das redes digitais de comunicação) deixou um rastro de mudança comportamental que precisa ser compreendida no processo evangelizador.

Na impossibilidade de em um único estudo esgotar todas as mudanças sociais operadas pelas novas tecnologias, buscaram-se aquelas características que mais afetam o processo evangelizador, porque interferem diretamente sobre o ser humano e sua forma de viver neste tempo histórico. Foram elencados, entre ou-

tros, aspectos da aceleração do tempo, o aumento dos fluxos da informação, a dadificação de todas as coisas, a mudança na vivência e compreensão da territorialidade, o empoderamento do indivíduo e a perda de poder das instituições.

Através da reflexão de pesquisas de diversos autores das áreas da comunicação, sociologia, filosofia e teologia, foi sendo construído um pensamento crítico a respeito da revolução tecnológica da contemporaneidade, que tudo tende a transformar e encarar como dados (informação). Neste panorama, é imperativo pensar o lugar do ser humano e a responsabilidade da fé cristã em dar uma resposta profética que seja sinal do Reino de Deus neste tempo histórico.

Viu-se como o ser humano está se empobrecendo de humanidade. A fragmentação da cultura tecnológica tem atingido o seu ser e leva, muitas vezes, à perda do sentido de vida. Face a esse momento, a Igreja é impelida a ser uma resposta aos anseios e à dor do indivíduo, perdido em seu egocentrismo reducionista.

Depois de se *ver* a realidade, elaborou-se o segundo capítulo. É uma etapa relevante de todo o processo investigativo. Para dar o passo do *judgar*, revisitaram-se os documentos do Magistério do Concílio Vaticano II: o Decreto *Inter Mirifica*, a Constituição Dogmática *Lumen Gentium*, a Constituição Pastoral *Gaudium et Spes*, e o Decreto *Ad Gentes*. Seguindo-se, posteriormente de textos do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais (PCCS) e algumas ponderações dos papas, especialmente os três mais recentes João Paulo II, Bento XVI e Francisco.

A reflexão do Magistério da Igreja é um farol a iluminar a caminhada pastoral nas estradas da comunicação. Nem sempre esse diálogo foi fácil, mas desde o Decreto *Inter Mirifica* pretende-se acertar a rota. Por vezes, a prática nas bases não consegue alcançar a profundidade das reflexões contidas nos documentos, como no caso da cultura digital, que desde João Paulo II já era apontada como um novo horizonte cultural, que necessitava da integração do Evangelho para que a missão da Igreja de anunciá-lo a toda criatura (Mc 16, 15-20) fosse alcançada em plenitude.

Junto às ideias sobre a questão cultural, os registros conciliares favoreceram o desenvolvimento de uma Teologia da Comunicação, principalmente a Instrução Pastoral *Communio et Progressio*, que, reafirmando os ensinamentos do Concílio Vaticano II, apresenta o Cristo como fundamento da comunicação humana e eclesial, e modelo para o comunicador cristão.

A teologia pastoral que avançou após o Concílio Vaticano II suscitou a atuação da Igreja nas comunicações não somente como instituição, mas como Povo de Deus, em movimento, missionário, com autonomia e maturidade eclesial. Como servidora da humanidade, esforçou-se e empenha-se, ainda hoje, a discernir os sinais dos tempos e atuar em prol dos mais desfavorecidos, também na cultura midiática, muitas vezes, colocados à margem do processo social. Como Sacramento Universal da Salvação, tem um contributo para a sociedade que está mergulhada na cultura digital. E os textos magisteriais deixam prerrogativas como essas em destaque.

Pelo estudo e aperfeiçoamento dos temas tratados nos documentos, é plausível compreender que a Igreja não pode reduzir sua presença comunicativa às bem-acabadas artes e aos vídeos. A instituição religiosa age em benefício da educação dos indivíduos para o bom uso da mídia; para a consolidação de uma visão crítica dos processos comunicacionais e sociais; para o fortalecimento de uma rede de comunhão e solidariedade, entre outras finalidades.

A reflexão ética também é um fértil campo de sua ação, assim como a produção de sentido. A Igreja é um importante sujeito no processo social na cultura midiática digital, com a missão de iluminar as consciências e defender o pobre. As vozes dos cristãos não devem ser silenciadas, por serem importantes para o trabalho pela paz. E aqui se fala da verdadeira paz, aquela que vai muito além da ausência de conflito: o *Shalom* do Pai: “a plenitude de bênção, de felicidade, de salvação, de benevolência, de harmonia interior, de bem-estar, de prosperidade material e espiritual, de totalidade, de integralidade e de relacionamentos harmoniosos”.³

Com a sua comunicação, a Igreja não deseja apenas fazer publicidade e marketing. Seria proselitismo. A Igreja, Sacramento da Salvação e Povo de Deus, trabalha para que o Reino de Deus seja visível e experienciável pelos homens neste tempo histórico. Ela empreende pela realização do ser humano e de seus relacionamentos,

[...] expresso, também, no bem-estar da existência, no dia-a-dia de cada pessoa, num estado de plena harmonia com Deus, consigo, com o próximo e com a natureza. Por isso mesmo, a Sua paz atinge todas as dimensões da pessoa humana: psico-

³ SOUZA, A. D. G., *Jesus o Shalom do Pai*, 2011, p. 4.

lógica e física; pessoal e familiar; e espiritual; tornando-a completa, intacta, íntegra.⁴

O constante desenvolvimento das tecnologias da comunicação é um desafio para o ser e agir da Igreja, como examinado no capítulo 2. Como resposta a essa adversidade, esta tese propôs uma atualização da ação pastoral, denominada pelo neologismo *infopastoral* ou *infopráxis*, sob a influência do termo cunhado por Luciano Floridi. O filósofo italiano definiu o complexo ambiente informacional-criado pelas novas tecnologias. Ambiente este formado por entidades informacionais, com suas propriedades, interações, processos e relações.

Neste ponto encontra-se um amplo campo de estudos, que alcança muito do domínio das técnicas e linguagens de marketing e programação. A *infopastoral* é uma resposta profética às novas provocações que já se apresentam à pastoral e que ainda estão por vir: adiciona a boa aplicabilidade das técnicas, claro, mas não se resume a este método; vai além, ao pensar na *algorética* (termo concebido por Paolo Benanti) e difundir a criação de padrões sociotécnicos inclusivos e promotores da dignidade e evolução humanas, mediante valores, de fato, humanísticos.

Por meio de uma *infopráxis*, a Igreja, enquanto Povo de Deus, poderá, de fato, influir na sociedade informacional, para que passe de um individualismo a uma verdadeira individuação, com valorização do que é singular em cada pessoa; de um relativismo a uma relatividade construtiva; de um pluralismo desumanizante e gerador de fundamentalismos, a uma pluralidade rica em respeito, promotora do verdadeiro humanismo.

A Igreja poderá comunicar verdadeiramente a Revelação ao ser humano hodierno, imerso numa história caracterizada pela negação de Deus e dos valores evangélicos. Poderá Deus, através da ação pastoral da Igreja, falar ao indivíduo. Como sinal do Reino de Deus no mundo, a Igreja exercerá profeticamente sua missão, impulsionando a comunhão entre os povos, denunciando a injustiça e dando voz aos silenciados.

A *infopastoral*, logo, perpassa a Pastoral da Comunicação, a qual, inclusive, ressignifica. A Pascom assente a partir de uma *infopráxis*, de ter uma visão e preocupação meramente tecnicista e publicitária. Passa a atuar na construção de sentido e na formação da vida comunitária e social.

⁴ SOUZA, A. D. G., Jesus o Shalom do Pai, 2011, p. 4.

O término desta tese, conseqüentemente, abre muitas possibilidades de continuidade do trabalho de investigação sobre a relação entre o Evangelho e a cultura digital. Por sua vez, a pandemia de Covid-19 também trouxe muitos assuntos à tona: pensar a eclesiologia em diálogo com o ambiente criado pelas novas mídias e a realidade social que dele emerge; pensar os aspectos da experiência de fé e a espiritualidade no *infoespaço* ou na *infosfera*. Em termos de Antropologia Teológica, o estudo da relação de corporeidade e da evolução da humanidade em sua relação com as novas tecnologias: tem-se diante o surgimento de um *homo digitalis*? Entre tantas outras questões em aberto.

A própria Teologia Pastoral possui muitas lacunas para especialização em pesquisas: a catequese digital; as novas famílias nascidas já fragmentadas pela cultura digital; a educação religiosa e a formação humana dos adolescentes e jovens; a formação dos seminaristas e religiosos; a missionariedade da Igreja no ambiente digital; a conversão pastoral; a mudança na vivência e percepção da territorialidade e a destemporalização.

Finaliza-se esta pesquisa como foi elaborada: longe de ser o fechamento de uma questão, este estudo é a abertura de um diálogo entre a teologia e a cultura digital. Sendo assim, faz-se propício encerrar com o texto de Moraes:

Sabemos que a Comunicação Social não é neutra, mas é portadora de valores e de desvalores. Mas, ao mesmo tempo, sabemos que ela pode ser também reveladora do *Mysterium fascinosum et tremendum*, abrindo e indicando espaços onde a profundidade do ser humano se revela e onde nasce a invocação do Sagrado. Pode falar e fazer falar de Deus, num modo não somente concreto e convincente, mas também particularmente rico e penetrante, como outros meios não saberiam fazer. Reconhecemos e somos conscientes de que essa busca não pode ser fruto de iniciativas pessoais e individuais de poucos eleitos, mas, sim, deve ser reflexo da ânsia apostólica e espiritualidade de todos os Católicos, de todos os consagrados e de todos os formadores. Esta é uma busca que está à espera de novos “santos” da Comunicação Social. Porque somente no “santo” se liberta a capacidade de integrar fé e vida de maneira convincente, exemplar e duradoura.⁵

⁵MORAES, A. O., O Programa de Educação para a Comunicação. O ministro ordenado como interlocutor num novo contexto cultural, p. 451.

6

Referências bibliográficas

ACEDO, S. O. **Interatuantes e Interatuados na Web 2.0**. In: APARICI, R. (Org.). *Conectados no Ciberespaço*. São Paulo: Paulinas, 2012, p. 147-163.

ACCOTO, C. **O mundo dado**. Cinco breves lições de filosofia digital. São Paulo: Paulus, 2021.

ALMEIDA, J. A. **Paróquia, Comunidades e Pastoral Urbana**. São Paulo: Paulinas, 2009.

AMADO, J. P. **Aspectos antropológicos para a evangelização junto às Juventudes**: reflexões a partir do Sínodo dos Bispos de 2018. *Revista Atualidade Teológica*, Rio de Janeiro, v. 23, n. 61, p. 39-61, jan./abr.2019. Disponível em: <https://doi.org/10.17771/PUCRio.ATeo.37784>. Acesso em: 03 set. 2021.

AUGÉ, M. **Sobre modernidade: do mundo tecnológico de hoje ao desafio essencial do amanhã**. In: MORAES, Dênis de (Org.). *Sociedade Midiatizada*. 1ª reimpressão. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008, p. 99-117.

BABIN, P.; MCLUHAN, M. **Era electrónica um novo homem um cristão diferente**. Lisboa: Multinova, 1978.

BAUMAN, Z. **Amor Líquido**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BAUMAN, Z. **44 Cartas do Mundo Líquido Moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

BENANTI, P. **A algorética e o colonialismo digital**. *Revista IHU On-Line*. Artigo Digital, 03/03/2021. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/607154-a-algoretica-e-o-colonialismo-digital-artigo-de-paolo-benanti>. Acesso em: 20 nov. 2021.

BENANTI, P. **Digital Age. Teoria del cambio d'epoca**. Persona, famiglia e società. Milano: San Paolo, Prima edizione digitale (Kindle), 2020.

BENANTI, P. **Por uma inteligência artificial humanística**. Entrevista ao Instituto Humanitas Unisinos, 2020. Artigo digital. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/596566-paolo-benanti-o-chamado-da-pontificia-academia-para-a-vida-por-uma-inteligencia-artificial-humanistica>. Acesso em: 20 nov. 2021.

BENANTI, P. **Postumano, troppo postumano**. Neurotecnologie e human enhancement. Roma: Lit Edizioni Srl, Primeira edição digital (Kindle), 2018.

BENTO XVI. **Carta Apostólica sob Forma de Motu Próprio Porta Fidei**. Com a qual se proclama o Ano da Fé. Vaticano: 2011. Disponível em: https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/pt/motu_proprio/documents/hf_ben-xvi_motu-proprio_20111011_porta-fidei.html. Acesso em: 30 nov. 2020.

BENTO XVI. **Carta Encíclica Caritas in veritate**. Sobre o desenvolvimento humano integral na caridade e na verdade. Vaticano: 2009. Disponível em: https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/pt/encyclicals/documents/hf_ben-xvi_enc_20090629_caritas-in-veritate.html. Acesso: em 18 jan. 2021.

BENTO XVI. **Mensagem à VI Assembleia Ordinária do Foro Internacional da Ação Católica em Iasi**, Romênia, 10 de agosto de 2012. Disponível em: https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/pt/messages/pont-messages/2012/documents/hf_ben-xvi_mes_20120810_fiac.html. Acesso em: 17 abr. 2021.

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: https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/pt/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20090124_43rd-world-communications-day.html. Acesso em: 03 fev. 2020.

BERGER, Peter L. **Os múltiplos altares da Modernidade**. Rumo a um paradigma da religião numa época pluralista. Rio de Janeiro: Vozes, 2017.

BINGEMER, M. C. L. **Alteridade e Vulnerabilidade**. São Paulo: Loyola, 1993.

BINGEMER, M. C. L. **O mistério e o mundo**. Paixão por Deus em tempos de descrença. Rio de Janeiro: Rocco, 2013.

BINGEMER, M. C. L. **Um rosto para Deus**. São Paulo: Paulus. 2005

BINGEMER, M. C. L.; ANDRADE, P. F. C. **O mistério e a história**. São Paulo: Loyola, 2003.

BINGEMER, M. C. L. **Os Desafios que os Modernos Areópagos apresentam para a Evangelização segundo a Encíclica Redemptoris Missio do Papa João Paulo II**. Revista Atualidade Teológica, Rio de Janeiro, n. 38, p. 357-360, Maio/Ago. 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.17771/PUCRio.ATeo.20333>. Acesso em 23 mai. 2011.

BOMBONATTO, V. I. **Evangelizar é comunicar**. Fundamentação bíblico-teológica da Pastoral da Comunicação. São Paulo: Paulinas, 2009.

BOSTROM, N., **Intensive seinar on transumanism**. Uale University, 26 June 2003. In: POSTIGO, E. Transumanismo e postumano: principi teorici e implicacioni bioetiche, p. 271-289.

BRAVO, C. B.; COSLADO, Á. B. **Uma geração de usuários da mídia digital**. In: APARICI, R. (Org.). Conectados no Ciberespaço. São Paulo: Paulinas, 2012, p. 117-144.

BRIGHENTI, A. **A Igreja perplexa**. Novas perguntas, novas respostas. São Paulo: Paulinas/Soter, 2004.

BRIGHENTI, A. **A Pastoral dá o que pensar**. A inteligência da prática transformadora da fé. São Paulo: Paulinas, 2006.

BRIGHENTI, A. **Teologia Pastoral**. A inteligência reflexa da ação evangelizadora. Rio de Janeiro: Vozes, 2021.

CASTELLS, M. **A Galáxia da Internet**. Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz & Terra, 1999.

CASTELLS, M. **Fim do Milênio**. 2ª. ed. São Paulo: Paz & Terra, 2000.

CASTELLS, M. **O poder da comunicação**. 3ª. ed. São Paulo: Paz & Terra, 2019.

CASTILLO, J. M. **Jesus A humanização de Deus**. Rio de Janeiro: Vozes, 2015.

CATECISMO DA IGREJA CATÓLICA. 3ª. ed. Petrópolis: Vozes; São Paulo: Paulinas, Loyola, Ave-Maria, 1993.

CELANO, F. T. **Primeira Vida – Vida de São Francisco de Assis escrita em 1228**. Editora Família Católica: E-book Kindle, 2018.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia científica**. 6ª. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CONCÍLIO VATICANO II. **Decreto ad Gentes**. Sobre atividade missionária da Igreja. Disponível em: https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19651207_ad-gentes_po.html. Acesso em: 15 mai. 2021.

CONCÍLIO VATICANO II. **Constituição Dogmática Lumen Gentium**. Sobre a Igreja. Disponível em: https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19641121_lumen-gentium_po.html. Acesso em: 15 mai. 2021.

CONCÍLIO VATICANO II. **Constituição Pastoral *Gaudium et Spes***. Sobre a Igreja no mundo atual. Disponível em: https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19651207_gaudium-et-spes_po.html. Acesso em: 15 mai. 2021.

CONCÍLIO VATICANO II. **Decreto Conciliar *Apostolicam Actuositatem***. Sobre o apostolado dos leigos. Disponível em: https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19651118_apostolicam-actuositatem_po.html. Acesso em: 15 mai. 2021

CONCÍLIO VATICANO II. **Decreto Conciliar *Christus Dominus***. Sobre o munus pastoral dos bispos na Igreja. Disponível em: https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19651028_christus-dominus_po.html. Acesso em: 15 mai. 2021.

CONCÍLIO VATICANO II. **Decreto Conciliar *Inter Mirifica***. Sobre os Meios de Comunicação Social. Disponível em: https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_po.html. Acesso em: 15 mai. 2021.

CONCÍLIO VATICANO II. **Decreto Conciliar *Presbyterorum Ordinis***. Sobre o ministério e vida dos sacerdotes. Disponível em: https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19651207_presbyterorum-ordinis_po.html. Acesso em: 15 mai. 2021.

CNBB – CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. **Cristãos Leigos e Leigas na Igreja e na Sociedade**. Sal da Terra e Luz do Mundo (Mt 5, 13-14). Documento 105. Brasília: CNBB, 6ª Ed., 2017.

CNBB – CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. **Cristãos Leigos e Leigas na Igreja e na Sociedade**. Sal da Terra e Luz do Mundo (cf. Mt 5, 13-14). Estudos da CNBB 107. Brasília: CNBB, 2014.

CNBB – CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. **Comunidade de Comunidades: uma nova paróquia**. Documento 100 da CNBB. Brasília: Edições CNBB, 2ª Ed., 2020.

CNBB – CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. **Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil**. Documento 99 da CNBB. Brasília: Edições CNBB, 2014.

CNBB – CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. **Diretrizes Gerais da Ação Evangelizadora da Igreja no Brasil 2019-2023**. Documento 109 da CNBB. Brasília: Edições CNBB, 2ª Ed., 2019.

CELAM – CONSELHO EPISCOPAL LATINO-AMERICANO. **Conclusões de Medellín**. São Paulo: Paulinas, 1987.

CELAM – CONSELHO EPISCOPAL LATINO-AMERICANO. **Documento de Aparecida**. Brasília: Edições CNBB, 2007.

CELAM – CONSELHO EPISCOPAL LATINO-AMERICANO. **Documento de Puebla**. Disponível em: https://www.celam.org/documentos/Documento_Conclusivo_Puebla.pdf. Acesso em: 16 ago 2021.

CZERNY, M. **Prefácio do livro Vida após a Pandemia**. Papa Francisco. Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2020.

DARIVA, N. (Org). **Comunicação social na Igreja** – Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003.

DI FELICE, M. **A Cidadania Digital**. A crise da ideia ocidental de democracia e a participação nas redes digitais. São Paulo: Paulus, 2021.

DI FELICE, M. (Org.). **Martin Heidegger**. A questão técnica. São Paulo: Paulus; FAPCOM, 2020.

ECHANIZ, A.; PAGOLA, J. **Ética do profissional da comunicação**. São Paulo: Paulinas, 2007.

ENDERS, A.; FERREIRA, M.; e FRANCO, R. (Org). **História em Curso. Da antiguidade à Globalização**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas; São Paulo: Editora do Brasil, 2008.

ESTRADA, J. A. **Pueblo de Dios**. *Mysterium Liberationis II*, Madrid: 1990.

ESTRADA, J. A. **Qué decimos cuando hablamos de Dios?** La fe em una cultura escéptica. Madrid: Trotta, 2015.

FACULDADE JESUÍTA. **Diálogos online de Teologia Pastoral**. Tecendo Redes com o Cardeal José Tolentino Mendonça. Ciclo 2020, episódio 1. *Live* realizada no dia 22 jun. 2020. Disponível em: <https://youtu.be/8oQYr43YNlq>. Acesso em 30 nov. 2021.

FAXINA, E.; GOMES, P. G. **Midiatização** – Um novo modo de ser e viver em sociedade. São Paulo: Paulinas, 2016.

FLORIDI, L. **Ser humano e inteligência artificial: os próximos desafios do on-life, 2021**. Artigo digital. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/604136-ser-humano-e-inteligencia-artificial-os-proximos-desafios-do-onlife-entrevista-com-luciano-floridi>. Acesso em: 20 nov. 2021.

FLORIDI, L. **Information**. A Very Short Introduction. New York: Oxford University Press, Eletronic Version - Kindle 2010.

FLORIDI, L. **The Fourth Revolution**. How the Infosphere is Reshaping Human Reality. New York: Oxford University Press, Eletronic Version - Kindle 2014.

FRANCISCO. **Bênção *Urbi et orbi***. Momento extraordinário de oração em tempo de pandemia. Vaticano: 27 março 2020. Disponível em: https://www.vatican.va/content/francesco/pt/messages/urbi/documents/papa-francesco_20200327_urbi-et-orbi-epidemia.html. Acesso em 25 out. 2020.

FRANCISCO. **Comunicação ao serviço de uma autêntica cultura do encontro**. Mensagem para o 48º Dia Mundial das Comunicações Sociais. Vaticano: 2014. Disponível em: https://www.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html. Acesso em: 03 jun. 2021.

FRANCISCO. **Discurso do Santo Padre na Comemoração do Cinquentenário da instituição do Sínodo dos Bispos**. Vaticano: 2015. Disponível em: https://www.vatican.va/content/francesco/pt/speeches/2015/october/documents/papa-francesco_20151017_50-anniversario-sinodo.html. Acesso em: 04 out. 2020.

FRANCISCO. **Discurso do Papa Francisco no Congresso Internacional de Pastoral das Grandes Cidades**. Vaticano: 27 novembro 2014. Disponível em: https://www.vatican.va/content/francesco/pt/speeches/2014/november/documents/papa-francesco_20141127_pastorale-grandi-citta.html. 01 ago. 2021.

FRANCISCO. **Discurso do Santo Padre à Cúria Romana na apresentação de votos natalícios**. Vaticano: 21 dezembro 2019. Disponível em: <https://www.vaticannews.va/pt/papa/news/2019-12/papa-francesco-discorso-natal-curia-romana.html>. Acesso em 02 ago. 2021.

FRANCISCO. **Encontro com o Episcopado Brasileiro**. Visita apostólica do Papa Francisco ao Brasil por ocasião da XXVIII Jornada Mundial da Juventude. Rio de Janeiro: 2013. Disponível em: https://www.vatican.va/content/francesco/pt/speeches/2013/july/document_s/papa-francesco_20130727_gmg-episcopato-brasile.html. Acesso em: 10 set. 2020.

FRANCISCO. **Exortação Apostólica *Evangelii Gaudium***. Sobre o anúncio do Evangelho no mundo atual. Vaticano: 2013. Disponível em: https://www.vatican.va/content/francesco/pt/apost_exhortations/document_s/papa-francesco_esortazione-ap_20131124_evangelii-gaudium.html. Acesso em: 13 out. 2020.

FRANCISCO. **“Vem e verás” (Jo 1, 46)**. Comunicar encontrando as pessoas onde estão e como são. Mensagem para o 55º Dia Mundial das Comunicações Sociais. Vaticano: 2021. Disponível em: https://www.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20210123_messaggio-comunicazioni-sociali.html. Acesso em: 03 nov. 2021.

FRANCISCO. **Vida após a Pandemia**. Papa Francisco. Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2020.

GRIPP, A. **O desafio de transmitir a mensagem cristã numa sociedade midiaticizada**. Revista Faces da Teologia, Vol. 2. Itaboraí: Faces, 2020, p. 143-159.

HACKMANN, G. L. B. **Lumen gentium**. Simpósio sobre o Vaticano II – PUCRS: Revista Teocomunicação, Porto alegre, v. 43, n. 1, Jan./jun. 2013.

HAN, B. C. **No enxame**. Perspectivas do digital. Rio de Janeiro: Vozes, 2018.

HAN, B. C. **Sociedade do Cansaço**. Rio de Janeiro: Vozes, 3ª Reimpressão, 2019.

HOONAERT, E. **Teologia que vem das catacumbas: desafios atuais**. In: www.deus.com – Desafios da Teologia num mundo virtual. São Paulo: Loyola, 2003.

JENKINS, H. **Cultura da Conexão**. Criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2ª. ed. 8ª Reimpressão. São Paulo: Aleph, 2009.

JOÃO PAULO II. **Carta Apostólica O Rápido Desenvolvimento**. Aos responsáveis pelas comunicações sociais. Vaticano, 2005. In: https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/apost_letters/2005/documents/hf_jp-ii_apl_20050124_il-rapido-sviluppo.html. Acesso em 13 out. 2020.

JOÃO PAULO II. **Carta Encíclica Veritatis Splendor**. Sobre algumas questões fundamentais do ensinamento moral da Igreja. Vaticano, 1993. Disponível em: https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_06081993_veritatis-splendor.html. Acesso em: 10 nov. 2021.

JOÃO PAULO II. **Carta Encíclica Redemptoris missio**. Sobre a validade permanente do mandato missionário. Vaticano: 1990. Disponível em: https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio.html. Acesso em 11 set. 2021.

JOÃO XXIII. **Carta Encíclica Mater et Magistra**. Sobre recente evolução da questão social à luz da doutrina cristã. Vaticano: 1961. Disponível em: https://www.vatican.va/content/john-xxiii/pt/encyclicals/documents/hf_j-xxiii_enc_15051961_mater.html. Acesso em 20 jan. 2021.

JOÃO XXIII. **Constituição Apostólica Humanae Salutis**. Para Convocação do Concílio Vaticano II. Disponível em: <https://www.vatican.va/content/john->

[xxiii/pt/apost_constitutions/1961/documents/hf_j-xxiii_apc_19611225_humanae-salutis.html](https://www.vatican.va/humananae-salutis/xxiii-encyclical/xxiii-encyclical.html). Acesso em 20 nov. 2021.

JÚNIOR, G. **Entrevista com Muniz Sodré**. Especial Revolução Genômica. Revista de Pesquisa FAPESP. Setembro de 2008. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/muniz-sodre/>. Acesso em 01 nov. 2021.

LIBÂNIO, J. B. **Igreja Contemporânea – Encontro com a modernidade**. São Paulo: Loyola, 2002.

LÉVY, P. **A conexão planetária**. O mercado, o ciberespaço, a consciência. 1ª Reimpressão. São Paulo: Editora 34, 2003.

LÉVY, P. **As tecnologias da Inteligência**. O futuro do pensamento na era da informática. 1ª ed. São Paulo: Editora 34, 1993.

LÉVY, P. **Cibercultura**. 3ª Reimpressão. São Paulo: Editora 34, 2003.

LÉVY, P. **O que é virtual**. 4ª Reimpressão. São Paulo: Editora 34, 2001.

MCLUHAN, M. **A Galáxia de Gutenberg**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1972.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Editora Cultrix, 1974.

MANOVICH, L. **The Language of New Media**. London/Massachusetts/Cambridge: MIT Press, 2001.

MANZATTO, A. **Fundamentos Teológicos da *Gaudium et spes***. Revista de Cultura Teológica. São Paulo: PUC-SP, V. 17, n. 68 – Jul/Dez 2009, p. 75-92. Disponível em: <https://doi.org/10.19176/rct.v0i68.15446>. Acesso em: 10 jan. 2021.

MARTINO, L. M. S. **Mídia, religião e sociedade – Das palavras às redes digitais**. São Paulo: Paulus, 2016.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais**. Linguagens, ambientes e redes. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Vozes, 2015.

METZ, J. B. **Memoria Passionis**. Uma evocación provocadora em uma sociedad pluralista. Santander: Sal Terrae, 2007.

MIRANDA, M. F. **A alegria do Evangelho e sua incidência em nossa Igreja**. Revista Atualidade Teológica, Rio de Janeiro, v.47, mai./ago 2014, p. 401-416. Disponível em: <https://doi.org/10.17771/PUCRio.ATeo.23708>. Acesso em: 08 ago 2021.

MIRANDA, M. F. **A fundamentação teológica da inculturação da fé**. Perspectiva Teológica, [S. l.], v. 32, n. 86, p. 25, 2000. DOI: 10.20911/21768757v32n86p25/2000. Disponível em:

<http://www.faje.edu.br/periodicos/index.php/perspectiva/article/view/820>. Acesso em: 10 nov. 2021.

MIRANDA, M. F. **A Igreja em transformação**. Razões atuais e perspectivas futuras. São Paulo: Paulinas, 2019.

MIRANDA, M. F. **A Igreja que somos nós**. São Paulo: Paulinas, 2013.

MIRANDA, M. F. **Evangelizar ou humanizar?** Revista Eclesiástica Brasileira, v. 74, n. 295, p. 519-548, 18 out. 2014. Disponível em: <https://revistaeclesiasticabrasileira.itf.edu.br/reb/article/view/477>. Acesso em: 20 nov. 2021.

MORAES, A. O. **Cultura midiática e religião: Contribuições para uma hermenêutica prospectiva**. Revista Atualidade Teológica, Ano XIV, nº 34, janeiro a abril, 2010, p. 103-112. Disponível em: <https://doi.org/10.17771/PUCRio.ATeo.17669>. Acesso em: 25 nov. 2021.

MORAES, A. O. **Inter Mirífica. Uma tentativa de reconhecer e entender o mundo da Comunicação Social**. Revista Atualidade Teológica, Rio de Janeiro, nº 18, 2004, p. 381-390.

MORAES, A. O. **João Paulo II e a "nova cultura" da comunicação social**. Revista Atualidade Teológica, Rio de Janeiro. Ano XV nº 39, setembro a dezembro/2011, p. 675-685. Disponível em: <https://doi.org/10.17771/PUCRio.ATeo.20486>. Acesso em: 3 set. 2021.

MORAES, A. O. **O programa de educação para comunicação. O ministro ordenado como interlocutor num novo contexto cultural**. Revista Eclesiástica Brasileira, 71(282). Rio de Janeiro: Vozes, 2011, p. 439-453. Disponível em: <https://doi.org/10.29386/reb.v71i282.1039>. Acesso em: 11 nov. 2021.

MORAES, A. O. **Uma "nova" antropologia na era da Comunicação Social**. Revista *Communio*, vol. 22, nºs. 2 e 3. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2004, p. 385-401.

MORAES, A. O.; GRIPP, Andréia. **Ações evangelizadoras numa cultura urbana marcada pelo digital**. Fronteiras - Revista de Teologia da Unicap, [S.l.], v. 3, n. 1, p. 145-167, jun. 2020. Disponível em: <http://www.unicap.br/ojs/index.php/fronteiras/article/view/1640>. Acesso em 28 jun. 2021.

MORIN, E. **O método 4**. Tradução de Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MUSSO, P. **Ciberespaço, figura reticular da utopia tecnológica**. In: MORAES, D. (Org.). Sociedade Mídia-tizada. 1ª reimpressão. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008, p. 191-224.

NOLLI, J. M. **Laudato Si' e Comunicação**: breves reflexões sobre as possibilidades da pessoa. Revista IHU on-line. Setembro: 2020. Artigo

Digital. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/602867-laudato-si-e-comunicacao-brevs-reflexoes-sobre-as-possibilidades-da-pessoa>. Acesso em: 13 out. 2021.

NUNES, M. V. e OLIVEIRA, C. T. F. **Cidadania e cultura digital: Apropriações populares da Internet**. Rio de Janeiro: e-papers, 2011.

O'MALLEY, John W. **O que aconteceu no Vaticano II**. São Paulo: Loyola, 2014.

O'MALLEY, J. W. **O que aconteceu no Vaticano II**. São Paulo: Loyola, 2014.

PAULY, W. (Org.). **História da Teologia Cristã**. São Paulo: Loyola, 2012.

PAULO VI. **Carta Encíclica *Populorum Progressio***. Sobre o desenvolvimento dos povos. Vaticano: 1967. Disponível em: https://www.vatican.va/content/paul-vi/pt/encyclicals/documents/hf_p-vi_enc_26031967_populorum.html. Acesso em: 06 mai. 2021.

PERASSO, V. **O que é a 4ª revolução industrial** – e como ela deve afetar nossas vidas. Artigo publicado no site BBC News, em 22 out. 2016. Acesso em 21 jul. 2021. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/geral-37658309>.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. **Ética nas Comunicações Sociais**. Vaticano: 2000. Disponível em: https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20000530_ethics-communications_po.html. Acesso em: 10 jul. 2020.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. **Ética na Internet**. Vaticano: 2002. Disponível em: https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_po.html. Acesso em: 10 jul. 2020.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. **Ética na Publicidade**. Vaticano: 1997. Disponível em: https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22021997_ethics-in-ad_po.html. Acesso em: 10 jul. 2020.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. **Igreja e Internet**. Vaticano: 2002. Disponível em: https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_po.html. Acesso em 08 jul. 2020.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. **Instrução Pastoral *Aetatis Novae***. Vaticano: 1991. Disponível em: https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22021992_aetatis_po.html. Disponível em: 06 jul. 2020.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. **Instrução Pastoral *Communio et Progressio***. Vaticano. Disponível em: https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio_po.html. Acesso em: 06 ago. 2020.

PUNTEL, J. **Comunicação: diálogo dos saberes na cultura midiática**. São Paulo: Paulinas, 2010.

PUNTEL, J. **Cultura midiática e Igreja – Uma nova ambiência**. São Paulo: Paulinas/Sepac, 2005.

RAHNER, K. **Curso Fundamental da Fé**. 4ª. Ed. São Paulo: Paulus, 2008.

RASCHIETTI, E. **Ad Gentes**. Texto e Comentário. São Paulo: Paulinas, 2011.

RATZINGER, J. **O novo Povo de Deus**. São Paulo: Paulinas, 1974.

ROCHA, S. **Sinodalidade: participação e comunhão em vista da missão**. Disponível em <http://www.revistamissoes.org.br/2017/08/sinodalidade-participacao-e-comunhao-em-vista-da-missao/>. Acesso em 08 ago. 2021.

RUBIO, A. G.; AMADO, J. P. **Fé cristã e pensamento evolucionista**. Aproximações teológico-pastorais. São Paulo: Paulinas, 2012.

RUIZ, E. M. **A paróquia na mudança de época: uma rede de comunidades na era da informação**. Rio de Janeiro, 2015. 171p. Dissertação (mestrado). Departamento de Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Teologia.

RUSHKOFF, D. **As 10 questões essenciais da era digital**. São Paulo: Saraiva, 2010.

SANTAELLA, L. **A hipermídia e a transmídia: as linguagens de nosso tempo**. Palestra ministrada no 4º Simpósio Hipertexto e Tecnologias na Educação. Universidade Federal de Pernambuco, novembro 2012. Disponível em: <https://youtu.be/vzlhvVHLE1s>. Acesso em: 15 maio 2021.

SANTAELLA, L. **Um novo mundo. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano**. Porto Alegre: Revista FAMECOS, nº 22, dezembro 2003, p. 28. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3229/2493>Acesso em 05 maio 2021.

SASSI, S. **Aprofundando a relação entre pastoral e comunicação**. Revista Vida Pastoral, edição de janeiro-fevereiro de 2009.

SBARDELOTTO, M. **E o verbo se fez rede. Uma análise da circulação do “católico” em redes comunicacionais online**. São Leopoldo, 2016.

496p. Tese (doutorado). Departamento de Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

SERRA, J. P. **Manual de Teoria da Comunicação**. Covilhã: Livros Labcom, 2007.

SILVA, A. A. **Amigas e amigos no amigo: uma Cristologia comunicativa da amizade em tempos digitais e de pandemia**. Porto Alegre, 2021. 442p. Tese (doutorado). Escola de humanidades, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

SILVA, A. A. **Catequese digital**. Por onde começar? São Paulo: Paulus, 2021.

SILVA, A. A.; Gripp, A. **Cybertheology and Digital Theology: the development of theological reflection on the digital in brazilian Catholic Theology**. Cursor_ Zeitschrift für explorative Theologie [Internet]. 2021 Jul 9. Disponível em: <https://cursor.pubpub.org/pub/j0c68ls5>. Acesso em 23 set. 2021.

SPADARO, A. **Ciberteologia – Pensar o cristianismo nos tempos da rede**. São Paulo: Paulinas, 2012.

SPADARO, A. **Quando a fé se torna social**. São Paulo: Paulus, 2016.

SPADARO, A. **Web 2.0: Redes Sociais**. São Paulo: Paulinas, 2013.

SODRE, M. **A interação humana atravessada pela midiatização**. Entrevista à ihuonline. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/artigo/2476-muniz-sodre>. Acesso em: 10 ago. 2021.

SODRE, M. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2012.

SODRE, M. **Eticidade, campo comunicacional e midiatização**. In: MORAES, Dênis de (Org.). Sociedade Midiatizada. 1ª reimpressão. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008, p. 19-31.

SOUZA, A. D. G. **A Igreja diante da cultura midiática digital: desafios, caminhos e perspectivas**. Rio de Janeiro, 2017. 110p. Dissertação (mestrado). Departamento de Teologia, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

SOUZA, A. D. G. **Jesus, o Shalom do Pai**. Rio de Janeiro, 2011. 53p. Monografia de Final de Curso (graduação). Faculdade de Teologia, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

SQUARASI, D. **Manual de redação e estilo para mídias convergentes**. 2ª. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2013.

STRATE, L.; BRAGA, A.; LEVINSON, P. **Introdução à Ecologia das Mídias**. Rio de Janeiro: Editora PUC; São Paulo: Loyola, 2019.

TEPEDINO, A. M. A. L. **Iniciação Teológica** (apostila). Rio de Janeiro: Departamento de Teologia PUC-Rio, 2006.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**. 15ª Edição. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

VALENTINI, D. **Revisitar o Concílio Vaticano II**. São Paulo: Paulinas, 2011.

VALERA, L. **Três teses sobre transumanismo**. In. OLIVEIRA, J.; LOPES, W. E. S. (orgs). *Transumanismo o que é, quem vamos ser*. Caxias do Sul: EDUCS, p. 39-53.

WE ARE SOCIAL; HOOTSUITE. **Relatório Digital 2021**. Disponível em <https://www.amper.ag/post/we-are-social-e-hootsuite-digital-2021-resumo-e-relat%C3%B3rio-completo> . Acesso em: 03 nov. 2021.

ZANON, D. **Comunicar o Evangelho** – Panorama histórico do magistério da Igreja sobre a comunicação. São Paulo: Paulus, 2021.

ZANON, D. **Para ler o Concílio Vaticano II**. São Paulo: Paulus, 2012.

ZILLES, Urbano. **A Gaudium et Spes e as ciências**. *Revista Teocomunicação*, Porto Alegre, v. 35, n. 150, dez. 2005, p. 695-710. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/teo/article/view/1715>. Acesso em 25 jun. 2021.