

## **A Igreja diante da cultura midiática digital: Desafios, caminhos e perspectivas<sup>1</sup>**

Andréia GRIPP<sup>2</sup>

### **RESUMO**

O objetivo deste artigo é lançar um olhar sobre a ação pastoral da Igreja Católica diante da cultura criada pelos modernos meios de comunicação social. É um fragmento da minha Dissertação de Mestrado, defendida no Departamento de Teologia, da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, em março de 2017. É uma reflexão no campo da Teologia Prática, feita a partir da pesquisa bibliográfica de documentos do Magistério da Igreja Católica: do Concílio Vaticano II e do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais; iluminada pela semiótica cultural. Através do estudo de textos dos autores: Manuel Castells, Muniz Sodré, Ciro Marcondes Filho, com a "Nova Teoria", e Lúcia Santaella, apresento como conclusão a necessidade de uma mudança de perspectiva pastoral para que a Igreja<sup>3</sup> possa continuar a cumprir a sua missão de comunicar o Evangelho ao Homem contemporâneo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Igreja; pastoral; cultura digital; evangelização.

### **INTRODUÇÃO**

Existe uma ligação profunda entre Igreja e comunicação. Esta ligação está fundamentada teologicamente no fato da salvação do Deus revelado em Jesus Cristo ter se realizado essencialmente como um ato de comunicação. Conforme nos recorda a Carta aos Hebreus (1,1-2), Deus ao longo da história se comunicou de diversas formas com o ser humano, mas na plenitude dos tempos quis fazer isso por seu Filho.

O evento comunicativo por excelência, portanto, é Jesus Cristo. Por esse motivo, como continuadora da obra de Cristo no mundo, com a missão de anunciar o Evangelho a toda criatura (cf. Mc 16,15), a Igreja não pode negligenciar a comunicação como fator determinante da sua identidade (seu ser), e consequentemente, na sua pastoral (seu agir).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial (Eclesiocom), realizada na Pontifícia Universidade Católica – Campinas, 17/8/2017.

<sup>2</sup> Mestre em Teologia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo – pela Universidade Gama Filho, e Bacharel em Teologia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. É jornalista da Província Carmelitana de Santo Elias, e-mail: andreiagrippteo@gmail.com.

<sup>3</sup> Este artigo é escrito na perspectiva católica. No texto, ao me referir à Igreja, refiro-me à Igreja Católica Apostólica Romana e quando faço referência ao Magistério, refiro-me igualmente ao Magistério católico.

Como parte integrante do processo de autocomunicação de Deus, podemos afirmar que a Igreja é mistério de comunicação da graça divina e de comunhão visível entre Deus e a humanidade (BOMBONATO, 2009). Por isso estamos diante de uma realidade que constitui a Igreja, não permitindo que ela se contente em "usar a mídia" apenas para comunicar a si mesma: as suas reflexões teológicas, as suas tarefas, a sua posição política, a sua hierarquia e as suas funções<sup>4</sup>.

O advento da Internet e o desenvolvimento de uma cultura digital têm desafiado a Igreja em seu agir e em seu ser a "avançar para águas mais profundas" (Lc 5,1–11) e assim, mediante um processo de revisão do seu ser e do seu operar, integrar-se nessa nova ambiência criada pelas mídias. Afinal,

a comunicação é um processo dinâmico, instantâneo, pulsante, já que as tecnologias se superam a cada momento, já que se trata de operar uma “coisa viva”, cujos efeitos se sentem na vibração da vida a cada momento [...]. (MARCONDES FILHO, 2008, pp. 9-10).

Com a consolidação da tecnologia digital e sua incorporação na dinâmica da vida cotidiana, o ambiente criado por ela não pode ser visto apenas como "um mundo paralelo", virtual, entendendo virtual como algo não real. Pierre Lévy (2003) nos ensina com propriedade que o virtual não se opõe ao real, mas ao atual<sup>5</sup>.

O ambiente digital faz parte hoje do dia a dia de todas as pessoas, seja de forma ativa, seja de forma passiva. Isto não pode ser ignorado pela Igreja, pois as mediações feitas pelas tecnologias digitais estão mudando a forma de nos relacionarmos em sociedade e a nossa autoidentidade. O indivíduo imerso na cibercultura<sup>6</sup> não vê as

---

<sup>4</sup> Se assim o fizer a Igreja, incorre no erro apontado pelo Papa Francisco: ser uma instituição autorreferencial (Cf. *Evangelii Gaudium*, nn. 93-97).

<sup>5</sup> Pierre Lévy (2003) 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" nos permitem, não só olhar uma paisagem, mas sentir como se estivéssemos naquele lugar, dentro de um novo mundo.

<sup>6</sup> Martino explica que o prefixo “ciber” é uma expressão que agregada a outras palavras atribui a elas um sentido novo, atrelado à Internet e tecnologias digitais. A noção original de *cybernetics*, “cibernética”, foi uma elaboração teórica da relação entre informação, comunicação e controle em sistemas específicos. A partir dessa ideia, Pierre Lévy vai cunhar o conceito de “cibercultura” para designar a reunião de relações sociais, das produções artísticas, intelectuais e éticas dos seres humanos que se articulam em redes interconectadas de computadores multimídias, num espaço-tempo eletrônico, isto é, no ciberespaço. (MARTINO, 2015, p. 21 e 27).

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

---

mídias como um "meio" de comunicação apenas, mas como uma extensão de sua humanidade, essencial à sua vida social e à sua existência. Diante dessa realidade,

não há outra saída: ou nos instalamos nos processos comunicacionais para vê-los mais de perto, para poder melhor compreendê-los e comunicá-los a outros, ou seremos irremediavelmente deixados para trás no acompanhamento desse cometa que não para de nos escapar. (MARCONDES FILHO, 2008, pp. 9-10).

É, portanto, preciso compreender que isso interfere no processo de evolução da humanidade e, conseqüentemente, em todas as relações humanas (inclusive com o divino), porque certamente implica numa mudança em relação à sua percepção da vida e da experiência religiosa. Esta mudança provoca o surgimento de novos padrões de comportamentos, nova forma de se comunicar, novas sensibilidades e novas insensibilidades. Só será possível achar caminhos para integrar<sup>7</sup> a mensagem do Evangelho a essa realidade virtual/digital se compreendermos a sua complexidade.

Diante dessa constatação, o presente artigo está dividido em três partes: num primeiro momento, serão apresentados alguns desafios que a cultura midiática digital coloca para a evangelização do mundo contemporâneo. Em seguida, veremos alguns posicionamentos tomados pela Igreja Católica diante do desenvolvimento das novas tecnologias da comunicação e interação. Por fim, apontaremos alguns caminhos pastorais que podem iluminar a caminhada da Igreja neste tempo histórico.

Devido à complexidade do tema, será impossível esgotar neste artigo tudo o que se tem produzido no campo acadêmico acerca deste assunto. Pelo limite do número de páginas, nesta reflexão destaquei somente alguns pontos que julguei relevantes, segundo o objetivo desta edição da Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial.

---

<sup>7</sup> A proposta de integrar a mensagem do Evangelho à nova cultura criada pelos meios e comunicação foi proposta à Igreja pelo então Papa João Paulo II, em 1990, na Carta Encíclica *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." (n. 37c).

## 1. Internetização

Nos últimos anos a cultura midiática evoluiu a passos largos e seus efeitos repercutem por todas as áreas da sociedade humana: economia, educação, cultura, medicina, ciência, comunicação, política, religião etc., expandindo sua área de influência para muito além do *desktop*. Vivemos num mundo em tempo real, ou *online*. Estamos na sociedade dos indivíduos em rede digital<sup>8</sup>, que tende a se desenvolver e ampliar a cada dia. Diante disso, Castells (2001) vai defender que a questão que deve ocupar os atores sociais hoje está resumida no saber reconhecer os contornos do nosso novo terreno histórico, ou seja, o mundo em que vivemos, para se incluir nele e interagir com seus “habitantes”.

Vivemos um processo de "Internetização", ou seja, um tempo em que tudo (marca, produto, serviço, instituição ou pessoa) “deve” estar na Internet para existir. Isso já pode ser considerado uma norma social. Nesta lógica de vida, embora as pessoas não ignorem totalmente a Igreja, na maior parte do tempo em que estão "conectadas" não pensam em ser Igreja (obviamente nos referimos aos batizados) e não pensam na Igreja (como agência educadora).

Conceitos como: fé, humildade, escondimento, gratuidade, amor ao próximo, fraternidade, respeito, ética, fidelidade, hierarquia e obediência – entre outros que são importantes para a doutrina cristã –, ou são totalmente ignorados, ou possuem outro referencial na rede. Isto é questionador para o cristianismo. Onde estávamos enquanto a rede era tecida no cenário social? O que tínhamos como prioridade que nos impediu de estar influenciando ativamente na construção dessa cultura que de tão pluralista não conhece a Revelação?

Como templo do Espírito a Igreja deve deixar-se impulsionar e avançar. Isto exige uma conversão pastoral<sup>9</sup>, que por sua vez exige docilidade ao Espírito, mudança de

---

<sup>8</sup> Manuel Castells (2001) define a sociedade do século XXI como a “sociedade em redes” e, especialmente na comunicação contemporânea, essas redes são digitais, possibilitadas pelas novas e complexas tecnologias. A Internet passou da condição de mero instrumento, de veículo transmissor de informações (meio), para assumir o status de ambiente, novo continente, no qual indivíduos em diversas partes do mundo se tornam um ponto da rede mundial.

<sup>9</sup> A conversão pastoral consiste numa mudança de estruturas pastorais, métodos eclesiais e novas atitudes dos pastores: passar de uma pastoral interna para uma que dialoga com o mundo. Como afirma o Documento de

forma, de linguagem, de atitude. E esta é uma tarefa inadiável, pois a Igreja tem como missão principal a comunicação do Ressuscitado e do Reino de Deus. "Ide pelo mundo e evangelizai", foi a ordem de Jesus aos apóstolos (Mc 16, 15). Esse "ide" – imperativo – implica em sua essência a comunicação.

Por esse motivo, podemos afirmar que a comunicação está entre as prioridades pastorais da Igreja em sua ação evangelizadora, porque evangelizar nada mais é do que comunicar ao homem a Boa Notícia de Cristo. No emaranhado de redes digitais não pode ser diferente: a Igreja deve fazer-se presente como Corpo de Cristo, com seus membros inseridos em diversos pontos de produção, transmissão e diálogo cultural. Precisa, portanto, “internatizar-se”.

### **1.1 A lógica das novas mídias como desafio para a evangelização**

Ao voltarmos o olhar para a realidade em que vivemos no mundo contemporâneo constatamos que a verdade, a utilidade, o significado de tudo é definido a partir das novas tecnologias, que imprimem no tecido social seus valores.

Muniz Sodré (2012) afirma que, com a era digital, mídia passa a implicar em uma nova qualificação da vida, em um novo *bios*, o *bios* midiático, e em um novo *ethos*, o *ethos* midiático<sup>10</sup>, que implica numa transformação das formas tradicionais de sociabilização, num novo modo de presença do sujeito no mundo. Esse novo ambiente, também chamado ciberespaço<sup>11</sup>, é organizado a partir da interconexão entre os computadores ligados em rede.

Manuel Castells define a sociedade do século XXI como a “sociedade em redes” e, especialmente na comunicação, após o advento da Internet, elas são redes digitais. Também este autor defende que a Internet é um ambiente, no qual os indivíduos em

---

Aparecida: "nenhuma comunidade deve isentar-se de entrar decididamente, com todas as forças, nos processos constantes de renovação missionária e de abandonar as ultrapassadas estruturas que já não favoreçam a transmissão da fé" (n. 365).

<sup>10</sup> Em sua obra, Sodré explica que tomou de Aristóteles a noção de *bios* para qualificar a nova ambiência criada pelas mídias digitais. Ele explica que Aristóteles, em *Ética a Nicômaco*, distingue três âmbitos nos quais se desenrolam as ações humanas: o *biostheoretikos* – a vida contemplativa; o *biospolitikos* – vida política; e o *biosapolaustikos* – a vida prazerosa. A esses Sodré acrescenta mais um gênero de existência: o *bios* midiático, virtual.

<sup>11</sup> Ver nota de rodapé nº 7.

diversas partes do mundo se tornaram um ponto da rede mundial. Santaella explica que uma rede “acontece quando os agentes, suas ligações e trocas constituem os nós e elos de redes caracterizadas pelo paralelismo e simultaneidade das múltiplas operações que aí se desenrolam”. (SANTAELLA, 2003, p. 89).

## 1.2 O “trigo” e o “joio”

Assim como na Parábola do Trigo e do Joio (Mt 13, 24-30), será preciso, ao avaliarmos as características da cultura midiática, separar os benefícios e os malefícios que as novas tecnologias trazem para a sociedade. Das novas possibilidades criadas pela Internet, positivamente deve-se destacar o compartilhamento do conhecimento e da informação e o encurtamento das distâncias, através das tecnologias digitais de comunicação, que possibilitam duas pessoas conversarem em tempo real estando cada uma numa extremidade do planeta. Com isso, as novas tecnologias expandiram a capacidade do ser humano produzir conhecimento e se comunicar, dando-lhe ainda mais sensação de domínio sobre o mundo e as coisas: já não se está preso ao tempo (destemporalização) ou ao espaço (desterritorialização). Pode-se estar onde se quiser, no momento que se quiser (sentido de liberdade) e simultaneamente (ubiquidade) bastando um clique na plataforma ou aplicativo certo.

Esse empoderamento do indivíduo traz como consequência o enfraquecimento dos centros de poder, o que não é de todo ruim. O ciberespaço rompe a lógica dos *mass media*, que impôs uma massificação do público. A cultura midiática digital que caracteriza esse espaço virtual tornou possível o "EU.COM", numa lógica que coloca como importante tudo o que o indivíduo faz e pensa, gerando a necessidade de compartilhamento desse conteúdo.

O ciberespaço é um fenômeno remarcavelmente complexo que não pode ser categorizado a partir do ponto de vista de qualquer mídia prévia. Nele, a comunicação é interativa, ela usa o código digital universal, ele é convergente, global, planetária e até hoje não está muito claro como esse espaço poderá vir a ser regulamentado. (SANTAELLA, 2003, p. 72).

Como consequência negativa podemos perceber que se diminuiu a capacidade de uma pessoa ouvir, dar atenção, ao que o outro diz ou pensa, aumentando-se consideravelmente o individualismo e o narcisismo. Outra questão que merece atenção está relacionada às plataformas que estão sendo desenvolvidas para detectar nossas reações diante do computador. De certa forma isso dará aos que criam e gerenciam essas plataformas um certo poder de influenciar as escolhas dos indivíduos, podendo interferir de forma sutil no seu livre arbítrio<sup>12</sup>.

### **1.3 Comunicação e relacionamento**

O individualismo e os relacionamentos fluídos são outras questões importantes a serem consideradas neste contexto. A criação de comunidades em rede virtuais abriu ao ser humano a possibilidade de escolher a que comunidade pertencer e esta escolha pode se basear numa infinidade de possibilidades, que vão desde os interesses em comum, até projetos mais amplos como a experiência religiosa. Mas, como Bauman (2003) afirma, essas possibilidades geram 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.

Os laços que unem as pessoas nas novas redes de relacionamento criadas pelas modernas tecnologias podem deixar de ser interessante para a pessoa de um dia para outro. No mundo das redes digitais, é a quantidade de conexões ("relacionamentos"), e não sua qualidade, que faz toda a diferença para que o indivíduo (ou a instituição) seja considerado um sucesso ou um fracasso. Bauman afirma que "a realização mais importante da proximidade virtual parece ser a separação entre comunicação e relacionamento" (2003, p. 82), porque a capacidade dos equipamentos eletrônicos de multiplicar encontros entre indivíduos tornam os relacionamentos breves, superficiais e sobretudo descartáveis.

---

<sup>12</sup> Hoje já ingressamos na terceira geração das tecnologias da comunicação e informação: a WEB 3.0. Definida como a "Internet semântica" ou "WEB inteligente" possui um conteúdo mais personalizado: indicação de sites, aplicações inteligentes e publicidade baseada nas pesquisas e nos comportamentos de cada internauta. Com isso, a tecnologia fará por nós a escolha do que ver ou consumir na Internet, levando em conta até o nosso DNA, nossa pressão arterial, nossa função cerebral, tudo que for possível para entender nossos sentimentos e escolhas melhor do que nós mesmos.

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 necessidade de seu posterior estabelecimento ou ligações exclusivas. Por esse motivo, é fácil uma pessoa acumular mais de 2 mil “amigos” na sua rede, sem conhecer fisicamente nem 10% deles; assim como com a mesma facilidade pode-se desfazer a "amizade" com qualquer uma dessas pessoas num clique. Basta apertar um botão, excluí-la de seu perfil, ou bloquear o seu acesso. E isso é feito sem o menor constrangimento, ou necessidade de explicações, porque esse vínculo virtual não gera necessariamente um vínculo físico ou afetivo, nem evoca um compromisso em longo prazo.

## **2. Os caminhos adotados: de ameaça a novos areópagos**

Ao longo da história da Igreja católica as questões relativas à cultura criada pelos meios de comunicação não foi suficientemente refletida pelos documentos do Magistério. Por séculos o enfoque dos textos sobre a comunicação não era teológico, nem pastoral, mas sim doutrinário e moral. Somente a partir do Concílio Vaticano II foram abertas novas frentes de reflexão e pesquisa sobre o tema, mas ainda hoje a Igreja não conseguiu responder adequadamente em seus documentos àquilo que é o cerne dessa questão: a atualização da prática pastoral diante do novo homem criado pelas mídias. E permanecem as perguntas de fundo: “Como fazer?”, “Quem deve (pode) fazer?”, “Quando e onde fazer?”.

Desde a sua fundação, a Igreja passou pela invenção de diversos meios de comunicação e teve que aprender a lidar com eles e com a sociedade que deles surgia. A forma como realizou essa tarefa não foi aleatória, mas fruto da sua eclesiologia, porque, como afirma Barros, a Igreja se comunica de acordo como se entende, se organiza e se coloca diante da sociedade (BARROS, 2003).

Nas primeiras comunidades os cristãos eram por si mesmos um instrumento de comunicação. O anúncio era feito predominantemente de forma oral, pessoa a pessoa,

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

---

permitindo o diálogo e o debate. Era valorizado o testemunho dos batizados como forma de comunicação da Boa Nova.

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 é a autoridade – em sentido único –, para um grupo de receptores que têm pouca, ou nenhuma, possibilidade de interação e debate.

Nesse modelo, que é predominantemente linear e conservador, os meios de comunicação que surgiam na história (imprensa, cinema, rádio, TV) eram recebidos com prudência e desconfiança pelo Magistério da Igreja. A visão era moralista, interessando à Igreja impor regras para o uso dos meios com vista à tradição e à manutenção da tradição e dos "bons costumes" na sociedade, que eram tradições e costumes de uma cultura predominantemente cristã.

Com o Concílio Vaticano II, buscou-se aprofundar o diálogo entre a Igreja e a sociedade, que deixava de viver uma cultura exclusivamente cristã. O Magistério trilhou um caminho de *aggiornamento* e procura desenvolver ações mais eficazes e eficientes no campo da comunicação. O poder da mídia estava se consolidando na sociedade e o Concílio reconheceu que era necessário utilizar esses instrumentos para se comunicar com os fiéis.

O Magistério Conciliar viu o avanço tecnológico, que proporciona a possibilidade de existência de novas formas de interação social mediadas, como uma etapa importante da evolução humana, que também provoca mudanças na prática da evangelização, da missão, do ser Igreja no mundo e na história, porque primeiro provocou uma mudança no ser humano e na sociedade.

Entretanto, não era de entendimento comum ainda que as novas tecnologias da comunicação geram uma nova cultura, com uma linguagem própria, que condiciona o pensamento e a forma de agir dos indivíduos, inclusive com ressignificação da experiência religiosa por cada tecnologia. Por esse motivo, podemos constatar que o enfoque do Decreto *Inter Mirifica* pode ser definido ainda como instrumentalista. Ou seja, ainda era comum o pensamento de que para se inserir na sociedade comunicacional

bastava adquirir meios de comunicação e aprender a utilizar suas técnicas. Também acreditava-se que a simples regulação e normatização do uso dos meios seria suficiente para impedir que eles transformassem o indivíduo e, conseqüentemente, a sociedade. O que, ao longo da história, ficou comprovado que eram conclusões equivocadas.

### **3. Perspectivas para uma nova ação pastoral**

Diante de tudo o que vimos até aqui, podemos afirmar que resta à Igreja uma escolha crucial: tornar-se uma inimiga do progresso tecnológico, demonizando o uso das novas mídias, ou se inserir neste novo ambiente, tornando-se artífice dessa nova cultura para impregná-la de valores cristãos.

Pelo estudo dos documentos do Magistério Católico, constatamos que desde o Concílio Vaticano II a Igreja optou pela segunda alternativa e tem incentivado a utilização da mídia para a propagação do Evangelho. Um passo importante foi dado, sem dúvida. Porém, é preciso avançar. E o terreno em que precisa-se avançar é o do entendimento da cultura midiática. Passar de uma visão instrumentalista dos meios para uma real integração do Evangelho na cultura das comunicações, que atualmente é digital. Este "novo mundo" constitui hoje uma terra de missão para a Igreja, que precisa ser um sinal eficaz de Cristo e de seu Reino no *bios* midiático.

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

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

"É preciso fortaleza e coragem no mundo das comunicações" (PONTIFÍCIO, 2002. A ação evangelizadora deve levar em conta as características da cultura digital: reintermediação, liberdade, empoderamento do indivíduo, fragmentação, fluidez dos relacionamentos, descompromisso, ubiguidade, destemporalização e desterritorização, mas não deve se afastar dos princípios evangélicos, sob pena de não responder ao apelo, feito por João Paulo II<sup>13</sup>, de integrar a mensagem do Evangelho nesta nova cultura.

O desafio, portanto, não é estar sempre *up to date* (atualizados às últimas novidades), mas descobrir como através de uma efetiva ação pastoral a sabedoria da Igreja pode ajudar a rede de comunicação digital a ser aquilo que deve ser no plano de Deus acerca da humanidade e seu desenvolvimento sobre a terra. Não cabe a Igreja estar nem à frente, nem atrás nesse caminho. Ela deve caminhar junto, para levar Cristo a todos os que ali se encontrem, para que Ele seja um companheiro de viagem.

### **3.1 Os relacionamentos como caminho para a evangelização**

Como a limitação deste artigo não nos permite um maior aprofundamento nas diversas iniciativas possíveis e necessárias à Igreja nesse campo, apresento um dos caminhos que no decorrer da pesquisa mostrou-se ser fundamental: entender que a dinâmica da rede não é institucional, nem técnica, mas de relacionamentos pessoais. Marcondes Filho afirma que

comunicação é algo que ocorre entre as pessoas. Não é nada material, não é um esquema de caixinhas ligadas por fio, não é uma coisa que eu transmito, repasso, que eu desloco ao outro, como se eu pudesse abrir sua cabeça e pôr lá dentro minhas ideias, princípios, informações, seja o que for. Nada disso. Comunicação é uma relação entre pessoas, um certo tipo de ocorrência em que se cria uma situação favorável à recepção do novo. (MARCONDES FILHO, 2008, p.8).

Por esse motivo, não somente o clero e os religiosos de vida consagrada, mas todos os cristãos são convocados ao trabalho de integração do Evangelho no ambiente digital. Os leigos, como filhos da Igreja, que receberam no Batismo o múnus profético,

---

<sup>13</sup> Ver nota de rodapé nº 8.

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

---

sacerdotal e régio e como alegres discípulos missionários, são chamados a visibilizar a dinâmica do Reino de Deus na sociedade digital. Como sujeitos eclesiais, dotados de liberdade, responsabilidade e autonomia, possuem um ministério que vem ao encontro da nova cultura.

O cristão, seja leigo, consagrado ou clérigo, precisa assumir definitivamente a missão da Igreja, a partir da própria autenticidade, coerência entre fé e vida e respeito pelas outras pessoas. Precisa entender que não estará evangelizando porque posta uma imagem de santo, ou uma oração em sua rede social. Isso é muito pouco. Feita de relacionamentos, a sociedade em redes digitais será evangelizada a partir do que cada cristão é em sua essência: a forma como se apresenta e se comporta, as coisas que diz e escreve, a paciência que expressa e a tolerância que testemunha em suas redes sociais e sites. É a humanidade do batizado que envolverá as pessoas, de modo que elas encontrem algo de genuíno e interessante no cristianismo, e se sintam atraídas pela beleza, bondade e verdade.

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

## **CONCLUSÃO**

A partir do que foi refletido anteriormente, é possível concluir que para a Igreja continuar a cumprir a sua missão de comunicar o Evangelho e instaurar o Reino de Deus nos tempos atuais será preciso pensar a ação pastoral em chave de comunicação. O novo contexto social criado pelas tecnologias da comunicação e informação não deve ser avaliado com suspeita ou olhado com uma lente "apocalíptica". Pelo contrário, é necessário ler os sinais dos tempos e adotar uma nova prática comunicacional pastoral,

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

---

de forma que se possibilite a comunicação da Boa Notícia da salvação ao homem contemporâneo.

Deus precisa ser conhecido e reconhecido na cultura deste tempo que se chama "hoje". No novo ambiente criado pela cultura midiática digital o Reino de Deus deve ser anunciado e instaurado, para iluminar a sociedade com a mensagem do Evangelho, porque "também o mundo da mídia tem necessidade da redenção de Cristo" (JOÃO PAULO II, 1990, on line). Em pouco mais de dois mil anos de história do Cristianismo a realidade mudou muito, mas uma coisa continua a mesma: "a necessidade de proclamar Cristo. O nosso dever de dar testemunho da morte e ressurreição de Jesus e da sua presença salvífica na nossa vida é tão real e urgente como no tempo dos primeiros discípulos" (JOÃO PAULO II, 2000, on line)

Para que isso aconteça vimos que é necessário reconhecer que o advento da sociedade da técnoinformação é uma revolução cultural, que constitui o que Sodré chama de novo *bios* e novo *ethos*. Mas não só. É preciso ir além: é necessário habitar esse *bios*, como afirma Spadaro, porque é "um espaço do homem, um espaço humano já que é habitado pelo ser humano. Não é mais um contexto anônimo e asséptico mas um ambiente antropológicamente qualificado" (D. POMPILI apud SPADARO, 2012, p.17).

Concluimos que para uma evangelização ser considerada eficiente e eficaz na cultura midiática não adianta usar o computador, a Internet, para transmitir uma reflexão bíblica, publicar cartazes, orações ou imagens de santos e anjinhos. É preciso ir além e verdadeiramente integrar o Evangelho ao meio digital em que ele está sendo veiculado, entendendo "integrar" como "inculturar" e "gerar cultura". Essa integração precisa levar em conta o "novo" ser humano que surge a partir das mídias digitais, bem como a técnica e a linguagem da cultura midiática (PONTIFÍCIO, 1971), que entre outras características apresenta uma realidade mais afetiva que racional, mais persuasiva do que disciplinar, onde não existe qualquer distinção radical entre razão e afeto, entre o inteligível e o sensível, em que o pensar e o sentir emergem de um mesmo ato (GASPARETTO, 2001).

O Espírito Santo, que inspira a Igreja, já a preparou para esse contexto social através do Concílio Vaticano II. A Igreja que hoje está diante da cultura digital é uma Igreja no mundo, Sacramento Universal da Salvação, Corpo de Cristo, Povo de Deus. Como Igreja no mundo se preocupa com o homem imerso na realidade histórica, reconhecendo, acolhendo e respondendo aos desafios impostos por este tempo.

Como Sacramento Universal da Salvação é sinal e instrumento da íntima união do homem com Deus, anunciadora do Reino e partícipe do mistério de Cristo. Continuada de Sua obra no mundo, manifesta, atualiza e comunica o amor de Deus pela humanidade, bem como ocupa-se do anúncio do Evangelho a todas as culturas, para que a Revelação possa ser conhecida e todos possam fazer a experiência da salvação.

Como Corpo de Cristo é sinal visível da unidade dos fiéis entre si e com Jesus, cabeça da Igreja. Manifesta a unidade na pluralidade e a interdependência dos crentes. Dizer que é corpo, cuja cabeça é Cristo, expressa também que é Ele quem conduz a Igreja, que faz a Sua vontade e segue os Seus ensinamentos.

Como Povo de Deus manifesta a igual dignidade e responsabilidade de todos os batizados. Os diferentes ministérios e vocações não fazem uma pessoa superior à outra, mas complementar. Todo o Povo de Deus é missionário e chamado a tornar-se instrumento de unidade dos homens entre si e dos homens com Deus (LG 17) (CONCÍLIO VATICANO II, 1964).

A cultura midiática é uma cultura do relacionamento, muito embora sejam relacionamentos líquidos, fugazes e superficiais. E um relacionamento acontece entre pessoas. Ninguém se relaciona com uma doutrina. Por isso o testemunho de vida dos fiéis é extremamente importante para que o Evangelho fecunde a rede. Como ela é flexível e aberta, quanto mais a Igreja a utilizar (quanto mais o povo de Deus integrar a mensagem do Evangelho a ela), mais poderá influenciar o seu padrão sociotécnico, ao invés de ser influenciada por ele.

## REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Amor Líquido**. Sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

\_\_\_\_\_. **44 cartas do mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

BOMBONATTO, Vera Ivanise. **Evangelizar é comunicar**. Fundamentação bíblico-teológica da Pastoral da Comunicação. São Paulo: Paulinas, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**. Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

\_\_\_\_\_. **A sociedade em redes**. São Paulo: Paz & Terra, 1999.

CONCÍLIO VATICANO II. **Constituição Dogmática *Lumen Gentium***. In: <http://www.vatican.va>.

\_\_\_\_\_. **Constituição Pastoral *Gaudium et spes***. In: <http://www.vatican.va>.

\_\_\_\_\_. **Decreto Conciliar *Inter Mirifica*** – Sobre os Meios de Comunicação Social. In: <http://www.vatican.va>.

DARIVA, Noemi (org). **Comunicação social na Igreja** – Documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003.

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

\_\_\_\_\_. **Encontro com o Episcopado Brasileiro**. Rio de Janeiro: 2013. In: [www.vatican.va](http://www.vatican.va).

\_\_\_\_\_. **Exortação Apostólica *Evangelii Gaudium***. Vaticano: 2013. In: [www.vatican.va](http://www.vatican.va).

JOÃO PAULO II. **O Rápido Desenvolvimento**. Vaticano, 2005. In: [www.vatican.va](http://www.vatican.va).

\_\_\_\_\_. **Proclamar Cristo nos meios de comunicação social no alvorecer do novo milênio**. Mensagem para o 34º Dia Mundial das Comunicações Sociais, 2000. Disponível em [www.vatican.va](http://www.vatican.va)

LÉVY, Pierry. **O que é virtual**. São Paulo: Editora 34, 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a Comunicação**. Contatos antecipados com a Nova Teoria. São Paulo: Paulus, 2008.

MARTINO, L. M. Sá. **Mídia, religião e sociedade** – Das palavras às redes digitais. São Paulo: Paulus, 2016.

\_\_\_\_\_. **Teoria das Mídias Digitais**. Linguagens, ambientes e redes. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Vozes, 2015.

PONTIFÍCIO CONSELHO PAR AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. **Igreja e Internet**. Vaticano: 2002

\_\_\_\_\_. **Instrução Pastoral *Communio et Progressio***. Vaticano: 1971. In: [www.vatican.va](http://www.vatican.va)

SANTAELLA, Lúcia. “A comunicação à distância no mundo globalizado: mudanças paradigmáticas”. In: ALTEMEYER F., BOMBONATTO, V. I. (orgs). **Teologia e comunicação**. Corpo, palavra e interfaces cibernéticas. São Paulo: Paulinas, 2011.

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo  
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial  
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

---

\_\_\_\_. **Culturas e artes do pós-humano.** Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SODRE, Muniz. **A Ciência do Comum** – Notas Para o Método Comuni-cacional. Petrópolis: Vozes, 2014.

\_\_\_\_. **A interação humana atravessada pela midiaticização.** Entrevista ao IHU Online. Disponível em: [goo.gl/TDXk3m](http://goo.gl/TDXk3m). Acessado em 10/08/2016.

\_\_\_\_. **Antropológica do espelho:** uma teoria da comunicação linear e em rede. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2012.

SPADARO, Antonio. Ciberteologia. **Pensar o Cristianismo nos tempos da rede.** São Paulo: Paulinas, 2012.

SUZINA, Ana Cristina; RABELO, Desirée Cipriano; FAXINA, Elson (Orgs). **Mutirão Brasileiro de Comunicação.** Edições 1 e 2. São Paulo: UCBC/Pós-Escrito, 2003.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade.** 15ª Edição. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.