

Artigo

A Igreja diante da cultura midiática digital: história, desafios e perspectivas

The Church before the media culture: History, challenges and perspectives

Pe. Andrey Nicioli¹

Resumo

O presente trabalho tem por objetivo mostrar que a Igreja nasce da comunicação e para a comunicação. Ir e pregar o Evangelho a todas as nações, como manda Jesus no Evangelho de Mateus (28,16), é o elemento constitutivo da Igreja. A história de salvação é toda comunicação. Tal pensamento leva à reflexão sobre a comunicação na Igreja, onde é preciso se aproximar desse novo sujeito contemporâneo e reconhecer que os Meios de Comunicação Social são um importante instrumento para proclamar a mensagem evangélica. Missão ainda mais fortalecida diante das *new medias*, onde a Igreja não é apenas emissora de informações religiosas, mas aquela que compartilha e testemunha o Evangelho. Definitivamente, a rede é um lugar que precisa ser evangelizada.

Palavras-chave: Evangelização. Lugar teológico. Meios de Comunicação Social. Redes sociais. Testemunho.

Abstract

The present work has as a main purpose to show that Church is born from communication and for communication. Going and Preaching the Gospel to all nations, as Jesus tells us in the Gospel of Mathew (28,16). It is the constructive element of Church. The history of the salvation is all about communication. Such thought guides to a reflection about the communication in Church, where an approach is needed to introduce this new contemporary subject and recognize that the means of communication are important instruments to proclaim the evangelical Word. Even more stronger gets the mission before the new medias, on which Church isn't just a religious information provider, but the one that shares and testifies the Gospel. Definitely, network is a place which needs to be evangelized.

Keywords: Evangelization. Theological place. Means of social communication. Social networks. Testifying.

Introdução

Nos tempos antigos, muitas vezes e de muitos modos Deus falou aos antepassados por meio dos profetas. No período final em que estamos, falou a nós por meio do Filho. Deus o constituiu herdeiro de todas as coisas e, por meio dele, também criou os mundos. O Filho é a irradiação da sua glória e nele Deus se expressou tal como é em si mesmo (*Hb 1, 1-3*).

¹ Arquidiocese de Pouso Alegre, Rádio DifusoraHD. Travessa Dr. Sylvio Fausto, 33, Centro, 37550-188, Pouso Alegre, MG, Brasil. E-mail: <anicoli@hotmail.com>.

Deus, por bondade e sabedoria, quer fazer dos homens participantes da natureza divina. Por isso, Ele vai se dando a conhecer à humanidade afim de que esta também vá respondendo ao seu plano de amor. Essa entrega se dá livremente. Em nenhum momento Deus é coagido a tal ato, mas cria por amor.

O Concílio Vaticano II expressa com muita clareza esse deixar-se conhecer de Deus, estabelecendo uma relação de amizade. “O Deus invisível, na abundância de sua caridade, fala aos homens como a amigos, e com eles convive a fim de os convidar à comunhão com ele e de nela os acolher” (DV 2)².

Existe uma preparação divina, já que a revelação se dá gradualmente, por etapas, tendo como ponto máximo a Encarnação de Jesus Cristo. Desde a origem, Deus se dá a conhecer. A aliança é estabelecida na criação do Universo pelo Verbo, tem continuidade com Noé e, com Abraão até formar seu povo. A revelação do Antigo Testamento é apresentada como uma sábia pedagogia que durou séculos, ao longo dos quais Deus formou seu povo e preparou os caminhos para o Evangelho. A plenitude da Revelação se dá em Jesus Cristo. O Filho de Deus feito homem é a Palavra única, perfeita e insuperável do Pai.

Assim, é possível afirmar duas realidades dessa Revelação: a) comunicação pela pregação; b) a graça interior da aceitação (sedução, atração interior). O Espírito age no interior da pessoa, fixa definitivamente esta Palavra. O homem está voltado para Deus, que atrai para si a inteligência humana.

Karl Rahner³, ao falar dessa experiência do Divino, coloca o ser humano como ouvinte da Palavra, ou seja, em contato íntimo com o Criador. É o que o autor denomina de “existencial sobrenatural”.

A revelação pessoal-histórica pela palavra atinge em primeiro lugar a singularidade espiritual interna do homem. Deus lhe comunica em sua realidade mais própria, com sua luminosidade espiritual, e concede ao homem enquanto transcendência a possibilidade de receber e ouvir essa autocomunicação e manifestação pessoais e de acolhê-las na fé, esperança e caridade, de tal sorte que não sejam rebaixadas ao nível da criatura finita como tal, mas possam “chegar” realmente ao homem como automanifestação do próprio Deus (RAHNER, 1989, p.209).

Ainda segundo o autor, o homem está aberto ao contato com Deus. O ser humano pode entender-se como assumido por Ele, isto é, a criatura, cheia da graça, está aberta ao transcendente, o que lhe propicia ouvir a Palavra do Ser, a palavra de Deus.

É o divino que assume o não-divino. Deus que se mostra ao ser humano, dando-lhe a liberdade para dizer sim ou não. Ao passo que, o ser humano que se aproxima do divino, se torna

² Documentos do Concílio Ecumênico Vaticano II. Brasília: CNBB, 2018. p.179.

³ Karl Rahner (1904-1984) foi um sacerdote católico jesuíta de origem germânica e um dos mais influentes teólogos do século XX.

mais humano. Para Rahner (1989, p.149), “A autocomunicação divina significa, portanto, que Deus pode comunicar sua própria realidade a uma realidade não-divina, sem que deixe de ser a realidade infinita e o mistério absoluto, e sem que o homem deixe de ser o ente finito e distinto de Deus que é”.

Ao mesmo tempo em que Deus se comunica, Ele salva. E a Igreja Católica tem a missão de ser instrumento de salvação, anunciando e testemunhando o Evangelho. Portanto, a Igreja é comunicação por excelência. Vale ressaltar: não apenas comunicadora, mas comunicação. Os padres conciliares afirmaram:

Cristo Senhor, em quem toda a revelação do Deus Altíssimo atinge sua plenitude, ordenou aos Apóstolos que o Evangelho - prometido outrora pelos profetas, por Ele próprio cumprido e por seus próprios lábios promulgado - fosse a todos pregado como a fonte de toda a verdade salvadora e da disciplina dos costumes (DV 7)⁴.

O próprio Cristo ordenou que seus apóstolos continuassem a missão de evangelizar, anunciando a todos o Reino de Deus (Mc 16, 15). Ele também enviou outros setenta e dois discípulos para todas as cidades e lugares onde ele tinha de ir (Lc 10, 1). A transmissão do Evangelho não podia parar. Para tanto, os enviados de Jesus utilizaram-se de duas maneiras: oral e escrita (CIC 75). Esses escolhidos partilhavam e testemunhavam o que aprenderam com o próprio Mestre, beberam na fonte.

A esta transmissão viva, impulsionada pelo Espírito Santo, dá-se o nome de Tradição, em outros termos, os Apóstolos deixaram aos Bispos a missão de preservar e transmitir ao mundo tudo o que Jesus ensinou e testemunhou. A Constituição Dogmática *Dei Verbum* ensina:

Para que o Evangelho fosse perenemente conservado íntegro e vivo na Igreja, os Apóstolos deixaram os Bispos como seus sucessores, “entregando-lhes o seu próprio ofício de magistério”. Portanto, esta sagrada Tradição e a Sagrada Escritura dos dois Testamentos são como um espelho no qual a Igreja peregrina na terra contempla a Deus, de quem tudo recebe, até ser conduzida a vê-lo face a face tal qual Ele é (Jo 3,2). E assim, a pregação apostólica, que se exprime de modo especial nos livros inspirados, devia conservar-se, por uma sucessão contínua, até à consumação dos tempos. Por isso, os Apóstolos, transmitindo o que eles mesmos receberam, advertem os fiéis a que observem as tradições que tinham aprendido quer por palavras quer por escrito (cf. 2Tess 2,15), e a que lutem pela fé recebida uma vez para sempre (cf. Jud. 3). Ora, o que foi transmitido pelos Apóstolos, abrange tudo quanto contribui para a vida santa do Povo de Deus e para o aumento da sua fé; e assim a Igreja, na sua doutrina, vida e culto, perpetua e transmite a todas as gerações tudo aquilo que ela é e tudo quanto acredita (DV 7-8) (RAHNER, 1989, p.182).

⁴ Cf. Documentos do Concílio Ecumênico Vaticano II, p.182.

Portanto, a comunicação que o Pai faz de si mesmo na pessoa do Seu Filho é permanente e viva na Igreja.

Aqui, chega-se a um momento importante na reflexão: Deus sai de si e estabelece relação amorosa com o homem. Assim, não há como negar a realidade de que o ser humano é convidado a estabelecer um diálogo com Deus. Pensar o contrário seria negar a própria essência da categoria humana. É o movimento do ser humano para Deus. Reforça-se: o homem é criado para ser o destinatário desse Amor.

Vale ressaltar: a Igreja não é apenas comunicadora, mas comunicação, pois não repete apenas palavras, mas anuncia a Palavra perfeita; não repete gestos, mas faz memória, atualiza os próprios gestos do Verbo encarnado.

Com isso, conclui-se que não cabe à Igreja apenas utilizar-se dos meios de comunicação, mas deve ir além. Deve esforçar-se para comunicar a Verdade, a Bondade e a Beleza em pessoa.

Com o Cristo e os apóstolos, suas testemunhas, está concluída a revelação, Deus não nos dirige outra palavra, mas continua a dirigir-nos a palavra que disse uma vez para sempre. A Igreja, que nasceu da palavra de Cristo, conserva essa palavra e não cessa de a meditar, repetir e explicar aos homens de todos os séculos. Entre a Igreja e a revelação, entre a Igreja e a palavra, existe doravante múltiplo e vital relacionamento. A Igreja depende da palavra e a palavra depende da Igreja (LATOURELLE, 1972, p.526).

Deus quer que todos os homens conheçam a verdade e sejam salvos (1Tm 2, 4). Portanto, é preciso que o Verbo encarnado seja anunciado a todos os povos em todos os lugares, para que a Revelação seja conhecida em todas as extremidades do mundo. A Palavra não pode ficar esquecida, pois foi Nela e por Ela, durante o envio dos apóstolos e discípulos, que a Igreja foi fundada. A comunidade, antes de ser eucarística ou batismal, é uma comunidade atraída pela Palavra.

Mas, como o Magistério Eclesial se posiciona diante dessa realidade? Vários foram os pronunciamentos ao longo da história. No dia 7 de dezembro de 1990, na comemoração do XXV aniversário do Decreto Conciliar *Ad Gentes*, o Papa João Paulo II (1978-2005) entregou ao mundo a Carta Encíclica *Redemptoris Missio*, na qual, em seu artigo 37 afirmou:

O primeiro areópago⁵ dos tempos modernos é o mundo das comunicações, que está unificando 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, de guia e inspiração dos comportamentos individuais, familiares e sociais. Principalmente as novas gerações crescem num mundo condicionado pelos *mass-média*. Talvez se tenha descuidado, um pouco, desse areópago: deu-se preferência a outros instrumentos

⁵ Para o Santo Padre, o areópago representava o centro da cultura do douto povo ateniense, e hoje pode ser tomado como símbolo dos novos ambientes onde o Evangelho deve ser proclamado.

para o anúncio evangélico e para a formação, enquanto os *mass-média* foram deixados à iniciativa particulares ou de pequenos grupos, entrando apenas, secundariamente, na programação pastoral (PAPA JOÃO PAULO II, 1990, online).

A Igreja Católica tem consciência de que, com o evento, Jesus Cristo, o projeto salvífico, chegou à sua perfeição. Depois de sua morte e ressurreição, Jesus deixou a tarefa do anúncio e da comunicação do Evangelho e das maravilhas de Deus aos apóstolos. Hoje, essa missão cabe a Igreja, depósito de fé e comunicadora por excelência. Por isso, a Igreja deve utilizar de todos os meios, inclusive os meios de Comunicação Social, para cumprir sua missão salvadora.

Nessa época em que a humanidade se encontra numa encruzilhada do seu desenvolvimento, na qual os valores materiais, aparentemente, se sobrepõem aos valores humanos, a intervenção da e na Comunicação Social e nas novas mídias é determinante na promoção e defesa dos valores que a Igreja defende e anuncia. E a Igreja vem desenvolvendo e aprimorando o seu comunicar.

Dentro de sua missão, viver a revolução digital

Certos de que a Igreja carrega em sua história esse tesouro (2Cor 4,7), e que é responsável pelo anúncio da Verdade, a celebração de um dia destinado às Comunicações Sociais surge com o Decreto Conciliar *Inter Mirifica*, no ano de 1963. Mas, a primeira celebração desse dia ocorreu em 1967. Desde então, os Papas sempre emitem uma mensagem na qual orientam as reflexões da Igreja sobre o tema. Paulo VI, no ano inaugural das celebrações, escreveu: “Graças a estas maravilhosas técnicas, a convivência humana assumiu dimensões novas: o tempo e o espaço foram superados, e o homem tornou-se um cidadão do mundo” (n.2)⁶.

Os avanços tecnológicos não param e o número de pessoas conectadas também não para de crescer. Segundo o último relatório “*Digital in 2018*” divulgado pelos serviços *online Hootsuite* e *We Are Social* (KEMP, s.d.) no início deste ano, mais da metade da população está na rede, isto é, mais de 4 bilhões de pessoas, ou 53% da população mundial. O mesmo relatório traz que 3,196 bilhões (42%) usam as redes sociais. E o brasileiro é um dos povos que mais fica conectado, cerca de nove horas e quatorze minutos, enquanto a média mundial é de seis horas. Um universo no qual a Igreja precisa se fazer presente.

Mas, se hoje a Igreja se preocupa em evangelizar não somente através dos meios, mas também os próprios meios, ela demorou a se fazer presente no mundo *Web*. O primeiro *site* do Vaticano (www.vatican.va) foi lançado no dia 30 de março de 1997, um domingo de Páscoa. O primeiro *e-mail* pontifício ocorreu quatro anos depois, em 2001, quando o Papa João Paulo II enviou sua exortação pós-sinodal *Ecclesia in Oceania* aos bispos de todo mundo. E a presença do Sumo Pontífice nas redes sociais foi ainda mais tarde, mas não deixou de ser notícia. O Papa Bento XVI, em 28 de junho de 2011, escreveu em 140 caracteres: “Queridos amigos, acabo de lançar o *News.va*. Louvado seja Nosso Senhor Jesus Cristo! Com minhas orações e bênçãos”.

A instituição milenar, enfim, se rendia às novas mídias.

⁶ Paulo VI; João Paulo II; Bento XVI; Francisco, Papas. *Mensagens Dia Mundial das Comunicações Sociais*. Brasília: Edições CNBB, 2017. p.13.

Nas imagens registradas, percebe-se, por parte de Bento XVI, a curiosidade diante da “novidade” da comunicação midiática digital, assim como a dificuldade de manuseio da tecnologia para o envio da mensagem – o seu dedo, quase trêmulo, ao pressionar a tela do tablete, não ativa o software na primeira tentativa [...] Ao mesmo tempo que a cúpula da Igreja contava com a presença de um pontífice idoso, com mais de 80 anos, que nunca usava o computador e escrevia todos os seus documentos e livros manualmente a lápis, sem recorrer a qualquer outro aparato eletrônico, a instituição – sob sua liderança – investia seus esforços em novas modalidades comunicacionais (SBARDELOTTO, 2017, p.27).

Porém, o fato de estar nas redes traz algumas tensões à Igreja, como reflete Moisés Sbardelotto. A primeira delas é estar em um território alheio e nada neutro, isto é, ali ela não mais estabelece sentidos, “mas deve, agora, obedecer aos protocolos empresariais indicados por essas outras instituições comunicacionais e aos protocolos nelas estabelecidas” (SBARDELOTTO, 2017, p.30).

Uma segunda tensão se deve às reações de quem recebe a mensagem. A Igreja deve estar preparada para qualquer reação, “justamente pelo fato de as redes comunicacionais serem um ambiente sem a possibilidade de controles institucionais próprios ao que ali circula” (SBARDELOTTO, 2017, p.30). Uma última tensão se dá devido às vozes que se apresentam como oficiais, onde qualquer pessoa ou instituição pode produzir e divulgar conteúdos religiosos. Eles ganham credibilidade, fomentam reações e formam seguidores, como se falassem em nome da instituição ou até mesmo questionando a própria instituição.

E, diante dessa nova cultura comunicacional promovida pela revolução digital, a Igreja também tem se posicionado, apresentando seus valores e propostas ao mundo para que todos possam viver bem nessa nova realidade. Um exemplo dessa preocupação com a nova cultura e as relações constituídas a partir do mundo virtual, é o combate à cultura do *fakenews*, que tem alterado a rotina e influenciado a vivência cultural, política e econômica da sociedade. Haja visto a Índia, que sofreu com uma onda de linchamentos causados pelo compartilhamento de mentiras e inverdades através de aplicativos e redes sociais; as eleições americanas, impactadas pela divulgação e propagação de notícias falsas, situação também vivida pelo Brasil neste ano.

Em 2018, o Papa Francisco abordou a temática do *FakeNews*. Em sua mensagem, que trouxe o título “A verdade vos tornará livres (Jo 8, 32) – *Fake News* e jornalismo de paz”, o Santo Padre ajuda as pessoas a perceberem como elas podem se tornar, como já se tornaram muitas vezes, instrumentos de mentira, fofoca, divisão e discórdia. A solução está no próprio ser humano, responsável pela comunicação da verdade.

O melhor antídoto contra as falsidades não são as estratégias, mas as pessoas: pessoas que, livres da ambição, estão prontas a ouvir e, através da fadiga dum diálogo sincero, deixam emergir a verdade; pessoas que, atraídas pelo bem, se mostram responsáveis no uso da linguagem. Se a via de saída da difusão da desinformação é

a responsabilidade, particularmente envolvido está quem, por profissão, é obrigado a ser responsável ao informar, ou seja, o jornalista, guardião das notícias. No mundo atual, ele não desempenha apenas uma profissão, mas uma verdadeira e própria missão (PAPA FRANCISCO, 2018).

Segundo o Papa Francisco, a *fakenews* tem sua origem em um tempo muito distante, quando a serpente engana a Adão e Eva (*Gn 3,1-15*), como se lê no relato da criação do mundo. É a capacidade de criar espaço no coração do ser humano para enganá-lo. O combate passa pelo ser humano e pelo valor dado ao profissional de comunicação, principalmente o jornalista, ao qual o Papa denomina de “guardião da notícia”.

Em uma palestra durante o “Encontro Folha de Jornalismo”, em fevereiro deste ano, o diretor do jornal *El País*, Antonio Caño, reforçou a importância dos veículos de comunicação no combate às notícias falsas. Para ele, a criação de organismos reguladores não resolveria o problema das *fakenews*. “Nesse caso, corremos o risco de, para combater um mal, criarmos outro pior, a censura”⁷. Segundo Caño, em dois anos, 50% das notícias que circularem nas redes sociais serão falsas⁸.

Dados que são corroborados pelo cientista político Pablo Ortellado, do Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação (Gpopai) da Universidade de São Paulo. Segundo ele, em média, 3500 notícias são publicadas por dia na *Web*, das quais cerca de 200 são compartilhadas nas redes sociais. “Num dia de noticiário ‘quente’, os sites que produzem notícias falsas atingem o topo da lista. Já aconteceu de, entre as dez notícias mais lidas, seis serem fabricadas”⁹.

Se o objetivo da comunicação é criar comunhão, partilhar dons, vida e esperanças, a chegada das notícias falsas faz com que a comunicação defenda apenas interesses sectários, criando divisão. Eis um grande desafio: fazer com que a sociedade entenda que, pensar diferente não faz com que as pessoas sejam inimigas. Podem ser adversárias, mas não inimigas.

A Igreja Católica Apostólica Romana tem uma história de mais de dois mil anos. Uma tradição que, ao longo dos séculos, vem contribuindo e defendendo o desenvolvimento do ser humano em sua integridade. Sendo Jesus Cristo o centro, a Igreja tem por princípio anunciar a Palavra de Deus para todos os homens, conforme mandamento bíblico: “Ide, portanto, e fazei que todas as nações se tornem discípulos, batizando-as em nome do Pai, do Filho e do Espírito Santo e ensinando-as a observar tudo o que vos ordenei” (*Mt 28, 19-20a*).

Contudo, como os Bispos reunidos em Aparecida em 2007 já alertaram, vive-se um tempo de transformações profundas, que afetam a todos. Mudanças que não ficam apenas no campo geográfico, mas também social, ético, científico, tecnológico e, especialmente, cultural. Como se viu anteriormente, a sociedade passa pela revolução digital. Não é apenas uma época de mudanças, mas uma “mudança de época, e seu nível mais profundo é o cultural” (V CONFERÊNCIA..., 2009, p.32).

⁷ Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/20/actualidad/1519128638_053924.html>. Acesso em: 14 set. 2018.

⁸ *Ibid.*

⁹ Estas informações estão disponibilizadas pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor) e Universidade Estadual Paulista (Unesp). Disponível em: <<https://www.manualdacidadidade.com.br/desinformacao>>. Acesso em: 14 set. 2018.

Enfim, experimenta-se um novo tempo, buscam-se novos valores e conceitos. Surgem transtornos. As *news* medias não são apenas instrumentos, meios de comunicação ou conjunto de técnicas, mas tornaram-se extensão do próprio ser. O Homem vale menos do que as coisas. O Documento de Aparecida ainda afirma que:

A novidade dessas mudanças, diferentemente do ocorrido em outras épocas, é que elas têm alcance global que, com diferenças e matizes, afetam o mundo inteiro [...] Um fator determinante dessas mudanças é a ciência e a tecnologia, com sua capacidade de manipular geneticamente a própria vida dos seres vivos, e com sua capacidade de criar uma rede de comunicações de alcance mundial, tanto pública como privada, para interagir em tempo real, ou seja, com simultaneidade, não obstante as distâncias geográficas (V CONFERÊNCIA..., 2009, p.27).

É possível entender que as novas tecnologias, inclusive as novas formas de comunicação, estão estritamente relacionadas e tem interferência direta na constituição dessa nova cultura. E não há como a Igreja fugir ou se abster, é preciso dialogar com essa cultura, a qual busca desesperadamente a sua identidade (PUNTEL; CORAZZA, 2007, p.35). Mas, como estabelecer esse diálogo? Utilizando-se da própria comunicação, de forma organizada, ou seja, estabelecendo uma ação pastoral que obedeça a uma pedagogia, assim como Jesus Cristo, respeitando um processo de inculturação e encarnação da Mensagem. A autocomunicação de Deus continua se dando pelo anúncio da Igreja. Segundo Puntel e Corazza (2007, p.35), "a pedagogia para uma ação pastoral enquanto processo implica conjugar, com arte, o trinômio *Igreja-Evangelho-Cultura*".

Para tanto, não basta apenas querer, é preciso conhecer e entender a nova realidade e o lugar que se quer evangelizar. É o "lugar teológico" de atuação da Igreja. A mensagem de Cristo não pode ficar guardada ou restrita, mas deve ser anunciada a todos os povos, sem exceção, continuando a obra salvífica do Pai. É importante que as pessoas saibam que os valores do Reino são possíveis de serem vividos, e não apenas idealizados.

Conhecedora de seu novo interlocutor, principalmente aquele formado (ou formatado) pelo novo modo de se relacionar a partir da realidade virtual, e preocupada com a atual situação, a Igreja se posiciona diante dessa nova realidade e sabe dos desafios que tem que enfrentar para exercer sua missão. Ela não tem dúvidas de que é nesse ambiente que os católicos devem encarar a tarefa de manterem-se como portadores da Mensagem. E mais, a Igreja sabe que tem o melhor produto da história para oferecer: o depósito da Revelação, a Verdade Evangélica.

Juntamente ao anúncio da mensagem salvífica está a denúncia das injustiças e a quebra de toda estrutura que escraviza e mata o ser humano. A Igreja está para salvar almas, ou simplesmente, humanizar o humano.

A Igreja não pode abster-se de se aproximar desse indivíduo com realismo e confiança. Para tanto, deve reconhecer nos new medias um instrumento importante para proclamar a mensagem evangélica.

A internet pode oferecer magníficas oportunidades de evangelização, se usadas com competência e clara consciência de suas

forças e fraquezas. Os meios de comunicação, em geral, não substituem as relações pessoais nem a vida comunitária. No entanto, os sites podem reforçar e estimular o intercâmbio de experiências e informações que intensifiquem a prática religiosa através de acompanhamentos e orientações (V CONFERÊNCIA..., 2009, p.220).

Em consonância com a Igreja em todo o mundo, os bispos reunidos em Aparecida ainda estabeleceram objetos específicos para a Igreja da América Latina, como a promoção e a formação dos agentes e cristãos na área da cultura da comunicação; o apoio e a criação de meios de comunicações sociais próprios das dioceses e organismos, formando profissionais para esse campo; a presença nos meios de comunicação de massa; o desenvolvimento de uma política de comunicação que ajude os comunicadores cristãos a encontrar seus lugares na missão evangelizadora da Igreja.

Abertura já incentivada pelos padres conciliares no documento *Inter Mirifica*, quando, pela primeira vez, garantiu o direito de utilizar os instrumentos de comunicação para evangelizar. E mais, orientou o clero e todos os fieis a utilizarem-se desses meios, de forma ética e com reta intenção.

Desde então, a missão da Igreja constituiu-se em uma tarefa árdua, obrigando-a a refletir sobre esse novo “lugar teológico” de atuação e evangelização, conforme afirmou São João Paulo II.

Estamos conscientes sobre o fato de que as rápidas transformações tecnológicas estão determinando, sobretudo no campo da comunicação social, uma nova condição para a transmissão do saber, para a convivência entre os povos, para a formação dos estilos de vida e das mentalidades. A comunicação gera cultura e a cultura se transmite mediante a comunicação (PUNTEL, 2006. p.133).

Para tanto, a Igreja precisa tomar consciência de suas forças e de sua capilaridade em todo o mundo para definir uma boa estratégia de comunicação. Vale lembrar, sempre, que não se preza pelo simples fato de se comunicar pelos meios ou de apenas estabelecer qualquer tipo de relação, mas se pretende promover a comunicação no seu sentido original: tornar comum, estabelecer comunhão.

Essa estratégia depende de alguns elementos. O primeiro é a identidade clara da Igreja: sobrenatural e humana. Feita de homens, guarda a verdade revelada (depósito de fé) deixada pelo próprio Jesus Cristo, o Verbo encarnado. O que remete à reflexão de um segundo elemento, que é a missão de anunciar conforme ordem dada aos apóstolos, e chega até os atuais tempos pela Tradição. O Código de Direito Canônico, no cânone 747, parágrafo segundo, explicita e reforça que “compete à Igreja anunciar sempre e por toda a parte os princípios morais, mesmo referentes à ordem social, e pronunciar-se a respeito de qualquer questão humana, enquanto o exigirem os direitos fundamentais da pessoa humana ou a salvação das almas”. Uma terceira força é sua doutrina clara e objetiva (Verdade Revelada e Magistério) acompanhada de uma boa reputação e credibilidade diante dos seres humanos.

A Igreja precisa conhecer e se profissionalizar no campo comunicacional, compreendendo toda dinâmica desse processo para que possa desenvolver seu planejamento de evangelização. Mas, a Igreja não pode se contentar apenas em evangelizar pelos meios, mas também evangelizar os meios. Papa João Paulo II (1990), na encíclica *Redemptoris Missio*, afirmou que “não basta usar os meios para difundir a mensagem cristã [...] mas é preciso integrar a mensagem nesta nova cultura criada pela comunicação social” (n.37c).

É a mesma orientação dada por alguns estudiosos na área, como Díez (1997), ao diferenciar as perguntas que a Igreja se deve fazer dentro do campo comunicacional. Segundo ele, ao invés de se perguntar sobre o caráter pastoral, é preciso refletir sobre o caráter teológico da comunicação. Assim, não se deve indagar sobre que forma a Igreja deve utilizar os modernos meios de comunicação social para o cumprimento de sua missão evangelizadora, mas em que medida a natureza da Igreja pode ajudar a compreender e interpretar teologicamente o fenômeno da comunicação.

Isso é importante, pois não permite que a Igreja se esqueça que é fruto de uma convocação, que insere dinamicidade na ação dos discípulos, das primeiras comunidades. “A Igreja é o resultado direto da fé e da experiência pascal, da convocação dos discípulos pelo Ressuscitado. É o resultado de uma comunicação” (Díez, 1997).

Entendido e obedecido esse processo, daí sim a Igreja percebe que, por ser enviada por Deus e fruto de um amor comunicacional divino, Ela tem a vocação de anunciar o mesmo amor, utilizando-se dos meios que existem.

Conclusão

Não há dúvidas: o mundo *online* transformou as relações sociais. Mas, se a Igreja está no mundo, ela não pode deixar sua missão de anunciar Jesus Cristo neste novo mundo. A Igreja precisa estar nas redes e vencer as fronteiras, favorecendo para que as pessoas estejam em nossos templos. Por isso, é preciso pensar no seu interlocutor e entendê-lo, nem que seja preciso mudar a linguagem com que se comunica. Mudar a linguagem não significa, necessariamente, mudar o conteúdo, que continua o mesmo.

Os meios de comunicação social, e aqui inclui-se os novos meios utilizados para os mais diversos relacionamentos, são acolhidos com mais facilidade pelo ser humano. Por isso, ali a Igreja precisa se fazer presente, ensinando e ajudando na percepção dos valores, éticas, respeito etc. Basta olhar as redes sociais, principalmente no período eleitoral que o Brasil vive, para perceber como os conflitos e ataques são constantes. A tentativa sempre é de diminuir o outro, com discursos repletos de ódio, intolerância, preconceito e termos pejorativos, muitas vezes tendo como emissor-membros ordenados ou leigos, agentes das pastorais, movimentos e comunidades.

Neste mundo da “incivilidade”, a instituição eclesial tem muito a oferecer. Não é copiar o que se vive no mundo e reproduzir dentro da Igreja, mesmo porquê não pode existir essa diferenciação entre fé e vida, igreja e sociedade, sagrado e profano. O cristão tem que viver na sua rotina a fé celebrada e experimentada dentro das celebrações e orações.

E não adianta apenas instrumentalizar as redes, ou seja, apenas saber usar as *new medias*, é preciso saber viver bem nas redes. O Papa emérito Bento XVI, já em 2011, alertava que se “usadas sabiamente, as novas tecnologias podem contribuir para satisfazer o desejo de sentido, verdade e unidade que permanece a aspiração mais profunda do ser humano” (Bento XVI). É preciso criar comunhão, formar não apenas uma rede de fios, mas de seres humanos. E existe outra instituição mais preparada do que a Igreja para essa missão? A rede é, sim, lugar da vivência do Evangelho, ou seja, a internet deve ser evangelizada como qualquer outro espaço.

A atuação como Igreja, portanto, é ajudar a sociedade a entender que nesse novo espaço e lugar teológico, a “conexão” precisa se tornar “comunhão”. “A rede não é um novo meio de evangelização, mas, antes de tudo, um contexto no qual a fé deve se exprimir não por uma mera vontade de presença, mas por uma conaturalidade do cristianismo com a vida dos homens” (SPADARO, 2016, p.30).

As redes vêm ao encontro do desejo e missão da Igreja: formar uma única família humana. Independente das diferenças no pensamento e estilo de vida, a possibilidade do diálogo é sempre a grande mensagem e testemunho eclesial na *Internet*. “A rede não tem a vocação de uniformizar o mundo, mas sim de conectar as diferenças, abrir o diálogo, fazer com que os homens se sintam mais unidos” (SPADARO, 2016, p.30). E nesse aspecto, o testemunho do cristão é fundamental.

Referências

- DÍEZ, F.M. *Teologia da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1997. p.287-288.
- DOCUMENTOS do Concílio Ecumênico Vaticano II. Brasília: CNBB, 2018. p.179.
- V CONFERÊNCIA GERAL DO EPISCOPADO LATINO-AMERICANO E DO CARIBE. Brasília, 2009. p.220. (Texto Conclusivo).
- JOÃO PAULO II, PAPA. *Carta Encíclica Redemptoris Missio*. Vaticano: Editrice Vaticana, 1990. Disponível em: <http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio.html>. Acesso em: 19 set. 2018.
- KEMP, S. *Digital in 2017: Global Overview*. Available from: <<https://wearesocial.com/it/blog/2018/01/global-digital-report-2018>>. Cited: 19 Sept. 2018.
- LATOURELLE, R. *Teologia da revelação*. São Paulo: Paulinas, 1972. p.526.
- PAULO VI; JOÃO PAULO II; BENTO XVI; FRANCISCO, PAPAS. *Mensagens Dia Mundial das Comunicações Sociais*. Brasília: Edições CNBB, 2017. p.13-221.
- PUNTEL, J.T. *Cultura midiática e Igreja: uma nova ambiência*. São Paulo: Paulinas, 2006. p.133.
- PUNTEL, J.T; CORAZZA, H. *Pastoral da comunicação: diálogo entre fé e cultura*. São Paulo: Paulinas, 2007. p.35.
- RAHNER, K. *Curso fundamental da fé*. São Paulo: Paulus, 1989. p.209.
- SBARDELOTTO, M. *E o Verbo se fez rede: religiosidades em reconstrução no ambiente digital*. São Paulo: Paulinas, 2017. p.27-28.
- SPADARO, A. *Quanto a fé se torna social*. São Paulo: Paulus, 2016. p.26-30.
- TEOLOGIA da Comunicação. São Paulo: Paulinas, 1997. p.287-288.

Como citar este artigo/How to cite this article

NICOLI, A. A Igreja diante da cultura midiática digital: história, desafios e perspectivas. *Cadernos de Fé e Cultura*, v.3, n.2, p.117-127, 2018. <https://doi.org/10.24220/2525-9180.v3n22018a4441>