

Evangelização e novas tecnologias

LUÍS MIGUEL FIGUEIREDO RODRIGUES*

É muito sugestivo o número de pronunciamentos do Magistério e a produção teológica sobre as novas tecnologias, procurando incentivar o seu uso na evangelização. Reconhece-se que uma das características hodiernas é a comumente chamada «era da informação», pois os meios de comunicação social configuram, de facto, o pensamento e a acção das sociedades.

1. Sociedade Informacional

Actualmente existe um considerável conjunto de descrições e análises das estruturas sociais emergentes na passagem do século vinte para este que destacam o facto de as sociedades contemporâneas estarem a ser palco de extraordinárias transformações a nível económico, político, cultural, social e tecnológico. Na viragem de século, houve vários autores que, sob diferentes perspectivas, estudaram esta transformação radical do modo de produção do social e identificaram nela uma ruptura com os padrões da sociedade industrial¹.

* Docente de carreira da Faculdade de Teologia-Braga (UCP).

Email: lmrodrigues@braga.ucp.pt

¹ Cf. CASTELLS, Manuel, *A Galáxia Internet*, ed. Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa 2007; IDEM, *A Sociedade em Rede. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*, Vol. I, ed. Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa 2007; SCHAFF, Adam, *A Sociedade Informática*, ed. Brasiliense, São Paulo 1993; TOFFLER, Alvin, *Os Novos Poderes*, Col. Vida e Cultura 121, ed. Livros do Brasil, Lisboa 1991; IDEM, *Choque do Futuro*, Col. Vida e Cultura 44, ed. Livros do Brasil, Lisboa 1972; IDEM, *A Terceira Vaga*, Col. Vida e Cultura 104, ed. Livros do Brasil, Lisboa 1984; IDEM, *A Revolução da Riqueza*,

A tecnicização, informatização e globalização da sociedade colocam o conhecimento em posição privilegiada como fonte de valor e de poder, e provocam profundas alterações na organização do trabalho, com a consequente mudança de paradigma compreensivo da sociedade. No paradigma anterior, o industrial, a organização do trabalho baseava-se numa rígida repartição das tarefas, numa nítida hierarquia de funções e numa forte divisão entre planeamento e execução (trabalho intelectual e trabalho manual), com tudo o que isso implica no modo de perceber e estar em sociedade. Com o novo paradigma, o informacional – tal como Manuel Castells o entende –, a característica central das sociedades é basearem-se no conhecimento, quer na sua produção quer na sua partilha.

Manuel Castells, o autor em cuja obra se faz uma das mais lúcidas descrições da sociedade da informação apresenta em *A sociedade em rede*², a sua obra mais emblemática sobre esta matéria, uma importante contribuição para o debate sobre a morfologia social das sociedades de tecnologia avançada no século XXI. Ele descreve a sociedade contemporânea como uma sociedade globalizada, centrada no uso e aplicação de informação e conhecimento, cuja base material está a ser aceleradamente alterada por uma revolução tecnológica concentrada na tecnologia da informação, com uma consequente mudança nas relações sociais, nos sistemas políticos e nos sistemas de valores.

Para examinar a complexidade da nova economia, da sociedade e da cultura em formação, Castells utiliza como ponto de partida a revolução da tecnologia da informação, pela sua penetrabilidade em todas as esferas da actividade humana.

1.1. Espírito Informacionalista

O «Espírito Informacionalista» é uma expressão de Castells, compreensível através da analogia que faz com a obra de Max Weber sobre *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*, onde surge o conceito de «Espírito Capitalista».

Os elementos que estão associados a este novo paradigma organizacional, congregados num todo conceptual, são:

– Antes de mais, as *redes de empresas* sob diferentes formas, em diferentes contextos e a partir de expressões culturais diversas;

Editora Actual, Lisboa 2007; LÉVY, Pierre, *As Tecnologias da Inteligência. O Futuro do Pensamento na Era Informática*, Col. Epistemologia e Sociedade 23, Ed. Instituto Piaget, Lisboa 1994.

² Cf. CASTELLS, Manuel, *A Sociedade em Rede. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*, pp. 33-264.

– Há que considerar as *ferramentas tecnológicas* onde novos trabalhadores e gerentes conectados entre si, em torno de tarefas e desempenhos, são capazes de falar a mesma língua, a língua digital.

– Existe ainda a *concorrência global*, forçando definições constantes de produtos, processos, mercados, inclusive capital e informação;

– E, por último, o *Estado*. Desenvolvimentista no estágio inicial, como no Leste Asiático. Agente de incorporação quando as instituições económicas precisam de ser reconstituídas, como é o caso da unificação europeia. Coordenador quando as redes localizadas no território precisam de apoio inicial dos governos locais e regionais para gerar efeitos sinérgicos que estabelecerão os mecanismos. E, por último, o mensageiro com determinada missão quando direcciona uma economia nacional ou a ordem mundial para um novo curso histórico, planeando na tecnologia, mas não realizado na prática empresarial, como no projecto do governo norte-americano de construir a infovia do século XXI, ou impor uma ordem liberal mundial.

1.2. Ethos

As empresas em rede caracterizam-se por serem organizações bem sucedidas, capazes de gerar conhecimentos e processar informações com eficiência. Adaptam-se à geometria variável da economia global e são flexíveis a ponto de transformar os seus meios tão rapidamente quanto mudam os objectivos, sob o impacto da rápida transformação cultural, tecnológica e institucional. E inovam, pois a inovação torna-se a principal arma competitiva.

Manuel Castells formula uma questão que urge responder³. Ele pergunta sobre o fundamento ético do informacionalismo e diz-nos que a resposta está na *empresa em rede*.

Mais do que outros factores, o que verdadeiramente impulsiona a empresa em rede é o facto da organização económica não assentar num sujeito, individual ou colectivo, mas sim numa *cultura de rede*, composta por muitas culturas, muitos valores e muitos projectos «que trespasam as mentes e informam as estratégias dos vários participantes nas redes, mudando ao mesmo ritmo que os membros da rede e seguindo a transformação organizacional e cultural das unidades da rede. É de facto uma cultura, mas uma cultura do efémero, uma cultura de cada decisão estratégica, uma amálgama de experiências e interesses, mais que uma carta de direitos e obrigações»⁴.

³ Cf. *Ibidem*, p. 262.

⁴ *Ibidem*, p. 263.

Esta cultura multifacetada e virtual é uma força concreta na medida em que dá forma e origina poderosas decisões económicas no ambiente das redes. As decisões deixam de ser locais e parcelares, para serem planetárias. As tecnologias da informação favorecem e propiciam a virtualização das organizações, através das ferramentas de interactividade que oferecem, assim, as novas tecnologias da informação e da comunicação ao mesmo tempo possibilitam o surgimento da empresa em rede, obrigam, de certa maneira, aderir a esta nova cultura que acaba por se impor.

Já não se pode mais olhar as empresas como realidades singulares, mas sim como uma cadeia produtiva, interligada e interdependente, onde existem associações das mais variadas ordens e beneficiando todos membros dessa rede.

1.3. Sociedade em Rede

O surgimento da *sociedade em rede* torna-se possível com o desenvolvimento das novas tecnologias da informação que, no processo, se agruparam em torno de redes de empresas, organizações e instituições para formar um novo paradigma sociotécnico, cujos aspectos centrais representam a base material da sociedade da informação.

É preciso ainda aduzir o conceito de *rede* apresentado por Castells. Este parte de uma definição bastante simples: «a rede é um conjunto de nós interligados»⁵. Pela sua maleabilidade e flexibilidade torna-se uma ferramenta de grande utilidade para dar conta da complexidade da configuração das sociedades contemporâneas sob o paradigma informacional. Assim, diz Castells, definindo ao mesmo tempo o conceito e as estruturas sociais empíricas que podem ser analisadas: «As redes são estruturas abertas, capazes de se expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar dentro da rede, nomeadamente, desde que partilhem o mesmo código de comunicação (por exemplo valores ou objectivos de desempenho). Uma estrutura social, com base em redes, é um sistema altamente dinâmico, aberto, susceptível de inovação e isento de ameaças ao seu equilíbrio»⁶.

Esta definição dá-nos a possibilidade de penetrar compreensivamente a sociedade informacional, compreende-la e perceber que os processos de transformação social sintetizados na sociedade em rede ultrapassam a esfera das relações sociais e técnicas. Afectam a cultura. «Como resultado da convergência

⁵ *Ibidem*, p. 606.

⁶ *Ibidem*, p.607.

da evolução histórica e da mudança tecnológica, entramos num modelo genuinamente cultural de interacção e organização social»⁷.

2. A aprendizagem em rede

Mas este modo de ser e de se organizar em sociedade, faz com que a aprendizagem ocorra também ela de modo diferente. Viver numa sociedade em rede, ou então *informacional*, postula que a pessoa seja capaz de habitar o *mundo da* informação como um espaço que é seu, que lhe é familiar e está à vontade. Logo a *rede* não pode ser algo totalmente estranho, exterior, tem, de certa maneira, de estar no indivíduo e o indivíduo nela: interpenetrar-se. Senão, o que acontece é que o indivíduo não percebe os signos que constituem a rede, logo não a apreende, a ponto de se poder dizer que, para quem não domina os signos que tornam possível a rede, esta não existe.

Porque a rede possibilita e pede uma identidade partilhada, a cada indivíduo acaba por ser transformado pelos significados que lhe vêm da rede ou redes a que pertence, logo a *rede* faz o indivíduo, embora os indivíduos é que constituam a rede. A identidade é relacional.

Mas, para saber o contributo que as novas tecnologias podem dar à evangelização é preciso perceber como se processa a aprendizagem numa sociedade tecnológica e informacional.

Há que ter presente que as três grandes teorias da aprendizagem (behaviorismo, cognitivismo e construtivismo) são teorias anteriores à transformação cultural descrita acima. Aqui há um outro autor que nos pode ajudar a responder à questão formulada: George Siemens⁸, se bem que temos consciência que em ‘diálogo’ com Stephen Downes. Aquele afirma que se passou de uma época em que o conhecimento se media em décadas para outra em que se mede em meses e anos. A mobilidade dos aprendentes, o crescente impacto da aprendizagem informal – não se limita à escola mas estende-se à comunidade e redes –, a aprendizagem como processo contínuo levam a que *saber como* e o *saber o quê* sejam suplantados pelo *saber onde*: o conhecimento de onde se encontra o conhecimento de que se precisa. A sua teoria denomina-se *conetivismo*.

George Siemens⁹, e na leitura que dele faz José Mota, «no seu *Learning Ecology, Communities, and Networks: Extending the Classroom*, manifestava estas

⁷ *Ibidem*, p. 615.

⁸ George Siemens, para além de uma densa presença em diversas redes sociais, tem a sua reflexão acessível nestes sítios: <http://www.elearnspace.org/> e <http://www.connectivism.ca/>.

⁹ MOTA, José *Da Web 2.0 ao e-learning 2.0: aprender na rede*. [<http://hdl.handle.net/10400.2/1381/> e de forma interativa em <http://orfeu.org/weblearning20/>].

e outras preocupações, de simbiose entre o virtual e o físico, entre o mundo do trabalho, a aprendizagem formal e a aprendizagem informal, contínua, permanente, face a uma cultura institucional universitária e educativa, em geral, que pareciam alheadas das grandes mudanças em curso»¹⁰.

Embora não se possa dizer que a aprendizagem denominada 'tradicional' não tenha o seu lugar imprescindível, George Siemens na sua obra *Knowing Knowledge*¹¹ postula que a aprendizagem é, em muitos dos casos, um itinerário com vários estádios e diferentes componentes. Existem muitas actividades preparatórias ainda antes de nos envolvermos na aprendizagem, como sejam a exploração, a tomada de decisões e a selecção, entre outras. Na sociedade em rede a aprendizagem é multifacetada, orientada e determinada pela tarefa, por algo concreto que se quer perceber, saber ou conhecer.

George Siemens pormenoriza o carácter multidimensional e complexo da aprendizagem, distribuindo-a por quatro domínios: transmissão, emergência, aquisição e acreção¹².

A aprendizagem por transmissão baseia-se na perspectiva tradicional, em que o aprendente é exposto a um conhecimento estruturado, através de palestras e cursos, inserido num sistema. Esta abordagem é útil na construção de um conjunto de conhecimentos básicos e essenciais relativamente a uma disciplina ou área científica. É, contudo, um modelo dispendioso e lida mal com algumas das características fundamentais da aprendizagem em rede.

A aprendizagem por emergência dá maior destaque à reflexão e à cognição, através das quais o aprendente adquire e cria ou, pelo menos, interioriza, o conhecimento. É uma abordagem efectiva para uma aprendizagem profunda – não superficial – e pode promover a inovação e a cognição de alto nível. É um modelo difícil de implementar em larga escala, pois requer boas competências e pensamento crítico por parte de todos os estudantes, bem como um elevado nível de familiaridade com os conteúdos.

A aprendizagem por aquisição é exploratória e baseada na inquirição. Cabe ao aprendente definir o conhecimento de que necessita e participar activamente no processo de modo a garantir a sua motivação e a consecução dos seus interesses pessoais. A aprendizagem auto-dirigida pode revelar-se problemática em algumas organizações em que haja objectivos de aprendizagem muito claramente definidos, pois a liberdade e o controlo dados ao aprendente não são facilmente conciliáveis com os objectivos predeterminados que se querem atingir. É frequente associar-se a falta de estrutura à falta de enfoque, e por isso a aprendizagem

¹⁰ MOTA, J., *Da Web 2.0 ao e-learning 2.0: aprender na rede*, p. 100.

¹¹ SIEMENS, G., *Knowing Knowledge*, 2006. [E-Book disponível em http://www.elearnspace.org/KnowingKnowledge_LowRes.pdf].

¹² Cf. MOTA, José, *Da Web 2.0 ao e-learning 2.0: aprender na rede*, p. 101-104.

auto-dirigida tende a ser vista como pouco rigorosa, mas a verdade é que ela constitui a maior parte da nossa aprendizagem, pois estamos constantemente a dedicar-nos a matérias e a conhecimentos que é do nosso interesse pessoal ou se relaciona com a nossa competência profissional.

A *aprendizagem por acreção*, processo pelo qual o conhecimento aumenta gradualmente devido à adição constante de partes menores, é contínua. Enquanto função do ambiente, o aprendente procura o conhecimento quando e onde ele é necessário. É a vida real, e não a teoria, que comanda este tipo de aprendizagem, que constitui uma actividade constante na nossa vida: através de diálogos, de um workshop, de um artigo, aprendemos coisas novas; ganhamos experiência através da nossa reflexão sobre os projectos que desenvolvemos, sejam eles bem ou mal sucedidos, conectamos e associamos uma grande variedade de elementos e actividades, moldando e criando constantemente a nossa compreensão e o nosso conhecimento.

O conhecimento na sociedade informacional não é apenas um produto; ele é, também, um processo, e não flui da mesma forma que os bens físicos na era industrial. É comum associarmos a aquisição ou a criação de conhecimento com a aprendizagem formal, mas a verdade é que o encontramos de muitas e variadas formas: aprendizagem informal, experimentação, diálogo, pensamento e reflexão. A aprendizagem é contínua, não é uma actividade que aconteça à margem das nossas vidas quotidianas¹³.

3. Uma leitura do Magistério

Há uns tempos pensava-se que estar no mundo dos media, entendendo-os como comunicação de massas – os *mass media* –, era possuir e utilizar as comunicações de grande difusão. Aqui poucos comunicadores podiam chegar a um grande número de receptores, com uma mensagem bem delineada e clara. Actualmente, graças à televisão por cabo, à rádio que se ouve *à la carte*, graças ao *podcasting*, e às ferramentas da Web 2.0, que permitem a cada cibernauta produzir e difundir aquilo que quiser, de forma rápida, gratuita e muito eficaz, estamos no tempo, não já dos *mass media*, mas sim dos *cross media*. E os cristãos são chamados a estar neste mundo, porque é um mundo novo também a evangelizar.

Mas antes de vermos as declarações do Magistério eclesial sobre esta matéria, vamos ouvir as interpelações lúcidas e incisivas de José Mourão¹⁴

¹³ Cf. SIEMENS, G., *Knowing Knowledge*.

¹⁴ Cf. MOURÃO, J.A., “Comunicação e religião. O fantasma de uma oportunidade”, *Revista Portuguesa de Ciências das Religiões*, 2 (2002) pp. 85-91.

quando diz: «a idade da religião como estrutura acabou, a sua função social está a apagar-se. Resta a função subjectiva da experiência religiosa»¹⁵. Até mesmo os sítios onde se faz eco ou dá expressão católica da religião são sítios propícios ao esoterismo e a uma nebulosa de tal modo intrincada que torna difícil a proposta e educação da fé, o testemunho, tornando evidente a necessidade de um «atlas da verdade»¹⁶. Mas «abraçar a fé implica *ipso facto* para o crente uma auto-exposição às dificuldades duma situação de desolação. 'A experiência é um embaraço absoluto (...) que pertence à vida do próprio cristão. A afirmação (da Palavra) é para ele uma auto-exposição à ferida da linguagem, antes de mais. Este embaraço é uma característica fundamental, uma inquietude absoluta no horizonte da parusia escatológica'»¹⁷.

Ainda de acordo com aquele autor, «estamos a assistir: a) à atomização das pequenas narrativas crentes em que a experiência pessoal se torna o seu próprio critério de verificação; b) à substituição progressiva da relação autorizada com a memória crista (Magistério) por uma pragmática com o *stock* disponível das significações cristãs, transformadas em caixa de ferramentas a que se recorre conforme as necessidades (...) c) ao processo de eufemização das tradições na Tradição com as suas arestas, práticas e conflitos. O catolicismo sobrevive como 'meio ético-afectivo' numa sociedade laicizada em profundidade. O cristianismo não pode pretender ao universal senão com a consciência da sua particularidade histórica: 'É à luz duma teologia da cruz que se pode reaver a singularidade do cristianismo como religião da alteridade. A verdade cristã é relativa, no sentido de relacional à pluralidade das verdades próprias de cada tradição religiosa. À parte de verdade irreduzível que toda a tradição religiosa transporta'. **A sociedade dos media coloca aos cristãos uma questão sobre o acto de tradição: um simples acto de repetição, ou de recriação do lado do emissor, se quer ser criação do lado do receptor?** A perspectiva utilitarista e instrumental que a Igreja tem dos media é excessivamente redutora do seu papel – os media determinam novos universos mentais, uma nova cultura»¹⁸. Perante a problemática agora exposta, precisamos, então, de uma ferramenta mental que nos ajude a calibrar o nosso olhar. Que nos dê a possibilidade de a Igreja estar no mundo dos media e aí realizar a sua missão. Vamos começar por ouvir o Magistério.

Desde 1967, ininterruptamente, os diversos Papas dirigem todos os anos uma mensagem alusiva ao Dia Mundial das Comunicações Sociais. São dirigidas a todos os cristãos, mas também às «pessoas de boa vontade», ou seja,

¹⁵ *Ibidem*, p. 85.

¹⁶ Cf. *Ibidem*, p. 86-88.

¹⁷ *Ibidem*, p. 87.

¹⁸ *Ibidem*, p. 89-90. O sublinhado é nosso.

aqueles que não sendo cristãos, têm as mesmas preocupações que a Igreja e aceitam dialogar com ela, numa perspectiva de enriquecimento recíproco. Esta perspectiva, muito querida e emergente do Concílio Ecuménico Vaticano II, é possível porque a Igreja, marcada pela esperança escatológica, coloca-se no mundo, relacionando-se com outros cristãos, não apenas católicos, com outros crentes e todas as pessoas de boa vontade¹⁹. Esta atitude de diálogo está bem presente em todas as sessões de trabalho do Concílio e nos diversos documentos produzidos²⁰, o que se torna não apenas uma atitude, mas também uma chave de leitura imprescindível para compreender os pronunciamentos do Magistério subsequente.

3.1. Até 2001

A primeira referência que encontrámos nas Mensagens ao tema das novas tecnologias remonta a 1985²¹, onde João Paulo II afirma a sua preocupação e constatação de que os meios de comunicação social, todos eles, «até o sempre mais sofisticado computador, representam já uma fonte importante, se não única, através da qual o jovem entra em contacto com a realidade externa e vive o próprio dia-a-dia. (...) [e] afrouxou-se o tradicional controle educativo sobre o uso de tais meios»²². Aqui, a preocupação é sobretudo educativa, e mais concretamente, no âmbito da educação para os valores cristãos. Mas a consciência de que as novas tecnologias começam a ter na educação já é aí sublinhado. Ainda de uma forma insipiente, é certo, mas a realidade técnica não tinha desabrochado, tal como a vimos na última década.

Uma reflexão expressa sobre esta matéria acontecerá cinco anos mais tarde, em 1990²³. João Paulo II olha para esta nova realidade com o olhar moldado pelo Concílio Ecuménico Vaticano II²⁴. O primeiro parágrafo da «Constituição Pastoral *Gaudium et Spes* sobre a Igreja no mundo actual» mostra o modo como a Igreja se quer perceber e estar *no* e *com* o Mundo. Esta viragem provocou, e

¹⁹ Cf. CONCÍLIO ECUMÉNICO VATICANO II, *Gaudium et Spes*, 22, AAS 58 (1966) 1025-1120.

²⁰ Cf. SILVA LIMA, J., *Teologia Prática Fundamental. Fazei vós, também*, ed. UCP, Lisboa 2009, pp. 85-87.

²¹ JOÃO PAULO II, XIX Dia Mundial das Comunicações Sociais, 1985 – «As comunicações sociais e a promoção cristã da juventude», in *L'Osservatore Romano*, ed. em português, 05 de Maio de 1985, pp. 209-211.

²² *Ibidem*, nº 4.

²³ JOÃO PAULO II, XXIV Dia Mundial das Comunicações Sociais, 1990 – «A mensagem cristã na cultura informática actual», in *L'Osservatore Romano*, ed. em português, 11 de Março de 1990, p. 113. [As Mensagens para este dia nem sempre têm os parágrafos numerados. As que os tiverem serão citadas sempre pelo número de parágrafo, as outras não terão mais nenhuma indicação]

²⁴ Cf. GS, 1.

continua a provocar, uma mudança copernicana na relação entre a Igreja e o Mundo, com as consequentes dificuldades que estas transformações costumam trazer. E os novos media não são excepção.

É reforçada a ideia de que a acção humana tem um grande valor e significado, porque podemos «considerar o trabalho humano como “um prolongamento do trabalho do Criador” (...) e como sua contribuição pessoal à realização dos desígnios divinos na história»²⁵. É aqui que, num olhar de futuro a Igreja, é chamada a discernir o seu papel e o seu lugar na missão de anunciar Jesus Cristo, num mundo em que se pode ver «claramente que o progresso da tecnologia estava já “transformando a face da terra” (...). Reconheceram [os Padres conciliares] que os progressos da tecnologia das comunicações, especialmente, eram de tais proporções que provocavam reacções em cadeia com consequências imprevisíveis»²⁶. Perante esta realidade, foi intenção do Concílio que a Igreja se mantivesse, não à distância, mas «no coração do progresso humano, partícipe das experiências do resto da humanidade, para procurar compreendê-las e interpretá-las à luz da fé. É próprio dos fiéis do povo de Deus o dever de fazer uso criativo das novas descobertas e tecnologias para o bem da humanidade, e a realização do desígnio de Deus para o mundo»²⁷.

O reconhecimento das mudanças rápidas e esta abertura às novas evoluções do mundo, tidas em conta no último Concílio, foram depois confirmadas, nos anos que se seguiram, com a consequente mudança cultural que isso acarreta. Até porque já «não se pensa ou não se fala mais de comunicações sociais como simples instrumentos ou tecnologias. São, antes, considerados como parte de uma cultura sempre em evolução cujas implicações ainda não se vêem com precisão e cujas potencialidades são, no momento, só parcialmente desfrutadas»²⁸. É aqui que está o dado inovador desta mensagem: hoje verifica-se como uma realidade presente, diria mais, omnipresente, aquilo que antes era apenas um desejo e uma visão de futuro. «Uma visão que previa a possibilidade de um diálogo concreto entre povos longínquos, de um intercâmbio universal de ideias e aspirações, de um crescimento no conhecimento e na compreensão recíprocos, de um fortalecimento da fraternidade, muito além das muitas barreiras no momento insuperáveis»²⁹.

É aqui que entramos no cerne das possibilidades que os novos media oferecem. «Com o advento das telecomunicações computadorizadas e dos chamados sistemas computadorizados de participação, foram oferecidos à Igreja outros

²⁵ JOÃO PAULO II, «A mensagem cristã na cultura informática actual».

²⁶ *Ibidem*.

²⁷ *Ibidem*.

²⁸ *Ibidem*.

²⁹ *Ibidem*.

meios para o cumprimento de sua missão. Métodos de comunicação agilizada e de diálogo entre os seus mesmos membros podem fortalecer os liames de unidade entre si. O acesso imediato à informação permite à Igreja aprofundar o diálogo com o mundo contemporâneo. Na nova cultura do computador a Igreja pode informar mais rapidamente o mundo sobre o seu “credo” e explicar as razões de sua posição sobre cada problema ou acontecimento. Pode escutar mais claramente a voz da opinião pública, e entrar num debate contínuo com o mundo que a cerca, empenhando-se assim, mais tempestivamente, na busca comum de soluções dos muitos e urgentes problemas da humanidade»³⁰.

A Igreja é, então, convidada pelo Beato João Paulo II a usar estes novos meios, quer para a pesquisa, quer para a divulgação da sua mensagem. A Igreja é desafiada a dizer Deus nos novos areópagos, sabendo que a verdade não se impõe, antes se propõe pela forma coerente como é apresentada, recorrendo às potencialidades e características dos novos recursos tecnológicos. E mais uma vez se recorre aos ensinamentos do Concílio quando recorda que «Deus falou à humanidade segundo a cultura própria de cada época. Igualmente a Igreja, vivendo no correr dos séculos em condições diversas, usou os recursos das diferentes culturas para difundir e explicar a mensagem de Cristo»³¹. Mais, a Igreja, no dizer de Paulo VI, deveria sentir-se culpada se não usasse estes novos meios para a prossecução da sua missão³².

João Paulo II aponta duas notas características que vão acompanhar todos os ensinamentos futuros. *Primeiro* o de considerar que é na população juvenil que as novas tecnologias mais irão plasmar a sua influência, pois são estes que crescem já nesta nova cultura. E reconhece-o com uma atitude de grande confiança: «Confiemos nos jovens!»³³. Depois, em *segundo* lugar, o de olhar para esta nova realidade com grande gratidão e empenhado esforço de acolhimento das novas descobertas tecnológicas e as possibilidades que daí advêm. «Certamente devemos ser agradecidos à nova tecnologia que nos permite armazenar a informação em vastas memórias artificiais criadas pelo homem, fornecendo assim um amplo e imediato acesso aos conhecimentos, que são o nosso património humano, à tradição e ao ensinamento da Igreja»³⁴. É, pois, intenção da Igreja que a ‘era do computador’, que estava então no seu alvor, seja utilizada ao serviço do homem e das suas aspirações mais profundas.

³⁰ *Ibidem*.

³¹ GS, 58.

³² Cf. PAULO VI, *Evangelii Nuntiandi*, 45, in AAS 58 (1976) pp.5-76.

³³ JOÃO PAULO II, «A mensagem cristã na cultura informática actual».

³⁴ *Ibidem*.

Em 2001, o Papa João Paulo II, coloca um título muito sugestivo: «Anunciai-o do cimo dos telhados: o Evangelho na era da comunicação global»³⁵. O cimo dos telhados, naquele tempo, era o local mais normal para se colocar as antenas de transmissões, ícones de uma sociedade que se deseja em permanente comunicação entre todos os seus membros. O Papa lança o apelo de que «é vitalmente importante assegurar que entre estas inúmeras mensagens a palavra de Deus seja escutada. Proclamar hoje a fé sobre os telhados significa anunciar a palavra de Jesus no e através do mundo dinâmico das comunicações»³⁶. O apelo papal fundamenta-se no facto de que as questões fundamentais do ser humano, as questões do sentido, continuam a ecoar em todos os ambientes e culturas. A estas, a Igreja tem uma resposta para dar em todos os tempos: a Pessoa de Jesus Cristo, como dom recebido pela Igreja, que ela oferece a cada cultura, no diálogo e na escuta recíprocas³⁷.

É neste contexto de diálogo e esperança evangélica que começa a ser patente nas mensagens papais a nova cultura digital, aí denominada «rede global das comunicações»³⁸. A Igreja tem de estar comprometida neste ‘novo mundo’ por causa da consciência que tem dos efeitos da rede global sobre a cultura e a sua transmissão. Mas esta presença eclesial não é ingénua e superficial, antes consciente dos reais perigos e dificuldades já então consciencializados. Os perigos apontados são «a relação entre a realidade e os mass media tornou-se mais complicada, e este é um fenómeno profundamente ambivalente»³⁹. A ambivalência acontece na indefinição entre verdade e ilusão, e numa cultura pós-moderna, onde o acesso à verdade absoluta é tido como inacessível. Apesar disso, esta nova realidade tem potencialidades que há que aproveitar, para «tornar a verdade mais vastamente acessível a um maior número de pessoas»⁴⁰. Os cristãos «têm o dever e o privilégio de declarar a verdade – a verdade gloriosa acerca da vida humana e do destino do homem, revelado no Verbo que se fez carne»⁴¹. Para isso, o recurso às possibilidades oferecidas por este ‘novo mundo’ sublinha as potencialidades

³⁵ JOÃO PAULO II, XXXV Dia Mundial das Comunicações Sociais, 2001 – «Anunciai-o do cimo dos telhados: o Evangelho na era da comunicação global», in *L’Osservatore Romano*, ed. em português, 27 de Janeiro de 2001, p. 6.

³⁶ *Ibidem*, 1.

³⁷ Cf. CONCÍLIO ECUMÉNICO VATICANO II, Constituição dogmática *Dei Verbum*, 8, in AAS 58 (1966) pp. 817-836.

³⁸ JOÃO PAULO II, «Anunciai-o do cimo dos telhados: o Evangelho na era da comunicação global», 1.

³⁹ *Ibidem*, 2.

⁴⁰ *Ibidem*.

⁴¹ *Ibidem*, 4.

aí presentes para «transmitir informações religiosas e ensinamentos, para além de todas as barreiras e fronteiras»⁴².

A mensagem é clara ao afirmar que a educação da fé, ao abordar vocação missionária da Igreja, não se faz só com o recurso a estes medias, mas estes «podem desempenhar um papel essencial na evangelização directa e na transmissão aos povos das verdades e dos valores que salvaguardam a enobrecem a dignidade humana. A presença da Igreja nos mass media é efectivamente um importante aspecto da inculturação do Evangelho, exigida pela nova evangelização, para a qual o Espírito Santo está a exortar a Igreja no mundo inteiro»⁴³.

3.2. O ano marcante de 2002!

Em 2002 dá-se, por parte da Santa Sé, um fenómeno de ímpar realce e de muita transcendência, que se consubstanciariam em três documentos: a mensagem do Papa João Paulo II para o 36º Dia dos Meios de Comunicação Social⁴⁴; e dois documentos do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, intitulados «Ética na Internet»⁴⁵ e «Igreja e Internet»⁴⁶. De realçar que na sua elaboração um aparece associado ao outro, e citam-se reciprocamente, embora, epistemologicamente, o primeiro é imprescindível para a compreensão do segundo.

3.2.1. Mensagem de João Paulo II

A mensagem tem um título cheio de ressonâncias históricas e desafios: «Internet: um novo foro para a proclamação do Evangelho»! A aproximação deste novo meio por parte da Igreja é feita com «realismo e confiança. Como os outros instrumentos de comunicação, ele é um meio e não um fim em si mesmo»⁴⁷. Ao recorrer à palavra foro, ou fórum, está a remontar aquilo que eram os fóruns romanos, espaços de encontro e de diálogo, onde se tomavam decisões políticas e económicas, onde a vida social se desenrolava com tudo o

⁴² *Ibidem*, 3.

⁴³ *Ibidem*, 3.

⁴⁴ JOÃO PAULO II, XXXVI Dia Mundial das Comunicações Sociais, 2002 – «Internet: um novo foro para a proclamação do Evangelho», in *L'Osservatore Romano*, ed. em português, 26 de Janeiro de 2002, p. 43.

⁴⁵ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, «Ética na internet», in *L'Osservatore Romano*, ed. em português, 23 de Março de 2002, p.138-140.

⁴⁶ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, «Igreja e Internet», in *L'Osservatore Romano*, ed. em português, 16 de Março de 2002, p.126-128.

⁴⁷ JOÃO PAULO II, «Internet: um novo foro para a proclamação do Evangelho», 3.

que de positivo e negativo ela tinha. O Papa fá-lo depois de afirmar a consciência de que «o Cristianismo se enraizava em muitos lugares e aprendia a falar as diversas línguas do mundo, sempre em obediência ao mandato de Cristo, de anunciar o Evangelho a todas as nações»⁴⁸. A internet, como novo fórum, é «outra porta de entrada»⁴⁹ por onde a Igreja é chamada a promover o anúncio da mensagem de Jesus Cristo, em complementaridade com outras vias e espaços já existentes, e património da cultura eclesial e da humanidade.

O espaço cibernético «é uma nova fronteira que se abre no início deste novo milénio. (...) [e] está cheia da ligação entre perigos e promessas, e não é desprovida do sentido de aventura que caracterizou os outros grandes períodos de mudança. Para a Igreja, o novo mundo do espaço cibernético é uma exortação à grande aventura do uso do seu potencial para proclamar a mensagem evangélica»⁵⁰.

Depois de uma parte mais expositiva daquilo que é o entendimento da Igreja sobre os novos meios de comunicação social, são apontados os momentos do processo evangelizador em que estes podem ter um contributo ímpar a dar, já que a «internet pode oferecer magníficas oportunidades de evangelização, se for usada com competência e uma clara consciência das suas forças e debilidades»⁵¹.

O processo evangelizador é constituído por três momentos: primeiro anúncio, etapa catecumenal ou catequética, e etapa pastoral ou de aprofundamento⁵². A internet pode ser um precioso instrumento no primeiro e no terceiro momento. No momento de primeiro anúncio, destinado aos não crentes e aos afastados, «oferecendo informações e suscitando o interesse, ela torna possível um encontro inicial com a mensagem cristã»⁵³. A esta acção devem estar associadas outras que promovam o acolhimento físico nas comunidades cristãs. Esta advertência é de transcendente importância, sempre mas mais hoje no contexto eclesial que vivemos. Nunca se realizou na história da Igreja a evangelização sem ser através do contacto efectivo e afectivo entre aqueles que evangelizam e os que são evangelizados, pelo que uma presença na internet, em chave de primeiro anúncio, tem de estar associada a ofertas de acolhimento nas distintas comunidades cristãs, onde o simpatizante se considerar mais próximo. Por isso, se a comunidade eclesial não tem uma atitude de abertura em relação aos não crentes, de diálogo, de escuta e acolhimento,

⁴⁸ *Ibidem*, 1.

⁴⁹ *Ibidem*, 1.

⁵⁰ *Ibidem*, 2.

⁵¹ *Ibidem*, 3.

⁵² Cf. EN, 14-34.

⁵³ JOÃO PAULO II, «Internet: um novo foro para a proclamação do Evangelho», 3.

para propor com solicitude a mensagem de Cristo, de nada servirá o recurso a estas novas possibilidades.

O outro momento onde a internet pode ser um excelente recurso é na etapa pastoral ou de aprofundamento, porque permite uma certa continuidade que a evangelização carece, ou seja, na educação permanente dos cristãos: quer de educação em geral para todos os cristãos, quer de formação específica para os diversos agentes de pastoral. «Especialmente numa cultura desprovida de fundamentos, a vida cristã exige a instrução e a catequese permanentes e este é, talvez, o campo em que a Internet pode oferecer uma ajuda excelente. Na “Net” já existem inúmeras fontes de informação, documentação e educação sobre a Igreja, a sua história e a sua tradição, a sua doutrina e o seu compromisso em todos os sectores, em todas as partes do mundo. Assim é óbvio que, apesar de a Internet nunca poder substituir aquela profunda experiência de Deus, que só a vida concreta, litúrgica e sacramental da Igreja pode oferecer, ela pode certamente contribuir com um suplemento e um apoio singulares, tanto preparando para o encontro com Cristo na comunidade, como ajudando o novo crente na caminhada de fé, que então tem início»⁵⁴.

Há, contudo, algumas questões a ter em conta no uso da internet na evangelização, e que são sobretudo questões antropológicas. A primeira questão tem a ver com a verdade, pois o fluxo praticamente infinito de informação que existe na internet faz com a questão da verdade seja relativizada, e se dê mais importância ao efémero e passageiro. De realçar a importância que se dá aos valores, aqui não os hierarquiza, reconhece apenas a sua importância, para depois advertir: a «Internet oferece vastos conhecimentos, mas não ensina valores; e quando estes são ignorados, a nossa própria humanidade é diminuída e o homem facilmente perde de vista a sua dignidade transcendente. Apesar do seu enorme potencial para o bem, alguns dos modos degradantes e prejudiciais em que a internet pode ser usada já são óbvios para todos»⁵⁵. Outra das questões alertadas refere-se à redefinição da relação psicológica da pessoa com o tempo e o espaço: «Presta-se atenção àquilo que é tangível, útil e alcançável instantaneamente; pode vir a faltar o estímulo para o pensamento e a reflexão mais profundos. Contudo, os seres humanos têm a necessidade vital do tempo e do silêncio interior, para reflectir e examinar a vida e os seus mistérios, e para crescer de modo gradual até atingir um domínio amadurecido de si mesmos e do mundo que os rodeia. A compreensão e a sabedoria são o fruto de uma análise contemplativa do mundo, e não derivam de uma simples acumulação de factos, por mais interessantes que sejam. São o resultado de uma introspecção que penetra o significado mais profundo das coisas, na relação de umas com

⁵⁴ *Ibidem*, 3.

⁵⁵ *Ibidem*, 4.

as outras e com o conjunto da realidade. Além disso, como foro em que praticamente tudo é aceitável e quase nada é duradouro, a Internet favorece uma forma relativista de pensar e, às vezes, alimenta a fuga da responsabilidade e do compromisso pessoais»⁵⁶.

A mensagem termina com uma série de questões, às quais há que responder. As mensagens dos anos seguintes e os Documentos do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais dão uma ajuda precisa nessa tarefa. As questões são⁵⁷:

– Como havemos de cultivar a sabedoria que deriva não só da informação, mas da introspecção, a sabedoria que compreende a diferença entre o que é correcto e o que é errado, e sustenta a escala de valores que provém desta diferença?

– Como é que a Igreja orienta a partir do tipo de contacto que se tornou possível pela internet, para uma comunicação mais profunda, exigida pela proclamação do Evangelho?

– Como edificamos sobre os primeiros contactos e permuta de informações, que a internet tornou possíveis?

– Como podemos garantir que a revolução da informação e das comunicações, que tem na internet o seu primeiro motor, actuará em benefício da globalização do desenvolvimento e da solidariedade humana, objectivos que estão estreitamente ligados à missão evangelizadora da Igreja?

– A internet pode favorecer a cultura do diálogo, da participação, da solidariedade e da reconciliação, sem a qual a paz não consegue florescer?

– Desta galáxia de imagens e sons, emergirá o rosto de Cristo e ouvir-se-á a sua voz?

3.2.2. *Ética na Internet*

Este documento, que lembra outros dois anteriores: *Ética na Publicidade*⁵⁸ e *Ética nas Comunicações Sociais*⁵⁹, é a definição identitária da Igreja que se coloca em diálogo com o mundo, neste caso concreto, com o mundo da internet, dizendo a sua perspectiva. Neste documento, coloca-se a questão ética, na sua relação à internet, da seguinte forma: «A questão ética consiste em saber se isto [a internet] está a contribuir para um desenvolvimento autêntico e a ajudar os indivíduos e os povos a corresponder à verdade do seu destino transcendente»⁶⁰.

⁵⁶ *Ibidem*, 4.

⁵⁷ Cf. *Ibidem*, 3-6.

⁵⁸ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, «Ética na Publicidade», in *L'Osservatore Romano*, ed. Em português, 12 de Abril de 1997, pp.161-164.

⁵⁹ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, «Ética nas Comunicações Sociais», in *L'Osservatore Romano*, ed. em português, 10 de Junho de 2000, pp.277-280.

⁶⁰ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, «Ética na internet», 1.

A resposta é claramente positiva, embora se alerte para um ou outro problema, como sejam o caso da manipulação e corrupção.

O princípio ético fundamental é «a pessoa e a comunidade humanas são a finalidade e a medida do uso dos meios de comunicação social; a comunicação deveria fazer-se de pessoa a pessoa, para o desenvolvimento integral das mesmas»⁶¹. Daqui se depreende que a reflexão da Igreja sobre esta matéria vai centrar-se sempre no respeito pela pessoa humana, e a consequente inserção e participação na comunidade. A participação eclesial neste diálogo centra-se no «bem comum», entendido como o conjunto das condições de vida social que permitem tanto aos grupos humanos, como a cada um dos seus membros individualmente, atingir mais plena e facilmente a sua perfeição⁶².

Verifica-se, contudo, este paradoxo: a internet pode unir, mas também pode dividir. Por isso, a bondade ética da internet depende da utilização que dela se fizer. É neste sentido que, de seguida, são apresentadas algumas preocupações.

A primeira é a denominada «*divisão digital*», como concretização de uma forma de discriminação entre ricos e pobres, sendo agora a separação não entre os que têm bens materiais e os outros, mas entre os que são ricos de informação e os pobres em informação⁶³.

A nível cultural, e esta é a segunda preocupação, a internet pode dar origem a uma nova forma de *imperialismo cultural*. Este verifica-se quando «uma cultura predominante transmite valores falsos, contrários ao bem genuíno dos indivíduos e dos grupos»⁶⁴. A solução, também aqui, está no diálogo intercultural para se construir e conservar o diálogo, o sentido da solidariedade internacional.

Uma terceira preocupação tem a ver com *a verdade e a sua defesa*, dentro de um quadro de liberdade. A verdade sofre atentados quando há mecanismos para impedir o acesso à informação, quando se realizam campanhas de desinformação, ou então quando, mercê da fragilidade económica e a consequente carência de meios, alguns grupos minoritários se vêem desconsiderados nos seus propósitos e reduzidos a uma dimensão fragmentária⁶⁵. Vê-se aqui uma oposição clara da entre a Igreja católica e o denominado liberalismo radical. Aliás é esta, a nosso ver, a principal diferença entre a visão católica das novas tecnologias e a atual cultura ambiente. Esta oposição centra-se essencialmente

⁶¹ *Ibidem*, 3.

⁶² Cf. GS, 26; *Catechismus Catholicae Ecclesiae*, ed. Libreria Editrice Vaticana, Città del Vaticano 1997, 1906.

⁶³ Cf. PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, «Ética na internet», 9.

⁶⁴ *Ibidem*, 10.

⁶⁵ Cf. *Ibidem*, 12.

nas perspectivas diferentes sobre o conceito de verdade⁶⁶. O conceito de *verdade* apresentado por João Paulo II, na *Veritatis Splendor*, é de basilar importância para o pensamento da Igreja porque, a ser como João Paulo II descreve, a ética individualista leva ao desaparecimento da possibilidade de comunidades autênticas, da existência do bem comum e, em consequência, da solidariedade. Não é, pois, de estranhar que, nos diversos documentos eclesiais, esta questão – verdade e autenticidade – sejam recorrentes, porque enraízam no essencial do pensamento cristão: Deus Trindade (comunidade de amor) enviou o seu Filho (Jesus Cristo), para revelar a vontade de Deus (que cada pessoa humana viva em comunhão com Deus, seja salva) e dar-lhe a possibilidade de receber e viver desse modo, graças à acção do Espírito Santo. Ora, este fenómeno dá-se pela recepção de algo que vem de fora, que embora tenha algo de subjectivo e muito íntimo e pessoal, tem sempre que aceitar algo externo e não apenas aquilo que a consciência pessoal, à margem da graça de Deus, quer e deseja. É a dicotomia entre autonomia e heteronomia.

É dentro deste quadro conceptual que se compreendem as recomendações que o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais faz no documento que estamos a ver. Começa por sublinhar, de novo, que «a virtude da solidariedade constitui a medida do serviço da Internet em prol do bem comum»⁶⁷. E a referência a este último permite responder à pergunta se a internet está a ser utilizada para o bem ou para o mal.

A concluir este documento, refere-se que a Igreja católica, tal como todas as outras confissões religiosas, deve estar presente, de forma ativa, na internet e dar o seu contributo «no diálogo público sobre o seu desenvolvimento»⁶⁸. Há a consciência, por parte dos redatores deste documento, de que a Igreja não pretende ditar as decisões e escolhas, isso cabe a cada pessoa, mas procura ajudar através da oferta de critérios éticos, que se radicam não apenas estritamente nos valores cristãos, mas também nos valores humanos em geral. Afirma-se que a internet pode oferecer um contributo valioso para a humanidade, promovendo a prosperidade, a paz, o conhecimento e o diálogo entre todos os povos.

Neste sentido, a Igreja apenas pretende ser uma presença dialogante, procurando ajudar cada pessoa que se interroga pelo sentido da sua vida, a responder às interrogações fundamentais do ser humano. À Igreja não cabe impor respostas, mas deve proclamar a resposta que ela recebeu: «derradeira resposta satisfatória aos mais profundos interrogativos da vida — Jesus Cristo, que “manifesta perfeitamente o homem ao próprio homem e lhe descobre a sublimidade da sua vocação”. [conscientes que] a esperança de uma terra nova

⁶⁶ Cf. JOÃO PAULO II, *Veritatis Splendor*, 32, in AAS 85 (1993) pp. 1133-1228.

⁶⁷ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, «Ética na internet», 15.

⁶⁸ *Ibidem*, 18.

não deve enfraquecer mas, antes, estimular a preocupação de cultivar esta terra, onde cresce o corpo da nova família humana»⁶⁹.

3.2.3. Igreja e Internet

No documento *Igreja e Internet*, o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais vai reflectir sobre o papel e o lugar que a internet desempenha na missão da Igreja. Começa por afirmar, e isto é paradigmático, que o «interesse da Igreja pela internet constitui uma particular expressão do seu antigo interesse pelos meios de comunicação social. (...) [estes] já contribuem em grande medida para ir ao encontro das necessidades humanas e podem fazê-lo ainda mais»⁷⁰.

A instituição eclesial vê na história da comunicação humana uma longa peregrinação que, à semelhança do povo bíblico, vai desde Babel, baseado no orgulho, confusão e incompreensão (cf. *Gn* 11, 1-9) até ao Pentecostes, onde todos conseguiam comunicar entre si (cf. *Act* 2,8). Neste itinerário, a Igreja descobre que Jesus Cristo é o comunicador perfeito⁷¹. Ela dá-se conta de que a sociedade actual é animada e moldada pela comunicação, e apesar de se terem descoberto nela limitações, contradições e práticas que a obrigam a adaptar-se e a transformar-se, muitas das suas consequências são-nos ainda desconhecidas. É necessário compreendê-las, uma vez que a mentalidade resultante daqui modela a cultura, e os modos de pensar tornaram-se diferentes dos do passado. E a Igreja bem o sabe pela sua própria experiência.

O mundo tecnológico apresenta-se como algo de enigmático aos seus olhos, tanto mais que acarreta consigo um estado de crise⁷². Esta é-o porque não tem paralelo com nenhuma época anterior. A especificidade desta vem-lhe da enorme mudança que a caracteriza. Mas, falar do ser humano e das suas mudanças é falar de comunicação, já que o ser humano não pode passar sem comunicar; partilhando com o outro as suas intuições, verifica a sua validade. É este exercício que impele para uma vida comunitária. À Igreja cabe apresentar o Deus que quer estar em relação estreita com a humanidade. Por isso, as questões desta devem ser tidas em conta, em ordem a uma oferta de alternativas válidas, dialogadas com as categorias de pensamento usadas na contemporaneidade. Face a Cristo, o «comunicador perfeito», subsistem ainda ruídos, provenientes

⁶⁹ *Ibidem*.

⁷⁰ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, «Igreja e Internet», 1.

⁷¹ Cf. MARTINS, Nuno Brás da Silva, *Cristo, o comunicador perfeito: delineamento de uma teologia da comunicação à luz da instrução pastoral «Communio et Progressio»*, ed. Didaskalia, Lisboa 2000.

⁷² Que não é necessariamente mau e pode fazer emergir novos paradigmas mais satisfatórios. Cf. MORIN, Edgar, *Sociologia. A sociologia do microsocial ao macroplanetário*, Col. Biblioteca Universitária 39, ed. Publicações Europa-América, Lisboa 1986, pp. 263-359.

do ser humano, do medo e da incapacidade para se interrogar. A comunicação perfeita só se realiza num contexto escatológico, onde o ruído é anulado e o homem entra em comunhão perfeita com Deus, num perpétuo e sempre novo diálogo.

Tendo presente o acima dito, estamos em condições de entender o interesse que a Igreja católica vê na internet. E este é duplo: por um lado, procura encorajar o seu progresso de forma humana e respeitadora do bem comum; por outro, vê na internet um poderoso instrumento para a comunicação interna e externa, que o documento resume desta forma: «encontra o seu ponto de partida na comunhão de amor entre as Pessoas divinas e na sua comunicação connosco, e é na realização da comunhão trinitária que “alcança a humanidade: o Filho é o Verbo, eternamente ‘pronunciado’ pelo Pai; em e mediante Jesus Cristo, Filho e Verbo que se fez homem, Deus comunica-se a si mesmo e a sua salvação às mulheres e aos homens”».

Deus continua a comunicar-se com a humanidade através da Igreja, portadora e guardiã da sua revelação, confiando unicamente ao seu ofício do ensinamento vivo a tarefa de interpretar a sua palavra de maneira autêntica. Além disso, a própria Igreja é uma *communio*, uma comunhão de pessoas e de comunidades eucarísticas que derivam da comunhão com a Trindade e nela se reflectem; por conseguinte, a comunicação pertence à essência da Igreja. Mais do que qualquer outro motivo, esta é a razão pela qual “a prática eclesial da comunicação deve ser exemplar, reflectindo os padrões mais elevados de verdade, credibilidade e sensibilidade aos direitos humanos e a outros importantes princípios e normas”»⁷³.

Daí que não é de estranhar que a Igreja se sinta impulsionada para o uso das novas tecnologias, até porque tem consciência que há uma nova cultura, criada pelos meios de comunicação social, nomeadamente os digitais, onde também é preciso estar presente, para anunciar o Evangelho. «Realizar isto é ainda mais importante nos dias de hoje, não apenas porque os meios de comunicação actuais influenciam fortemente sobre aquilo que as pessoas pensam acerca da vida mas também porque, em grande medida, “a experiência humana como tal se tornou uma experiência vivida através dos mass media”»⁷⁴.

Chegados aqui, entramos no núcleo deste documento, onde são apresentados as *oportunidades e desafios* que a internet representa para a Igreja. Esta espera que as comunicações que se realizam na Igreja e por ela constituam sempre no anúncio da Boa Nova de Jesus Cristo. Este deverá ser sempre o tema central, que se desdobra, depois, na palavra profética e libertadora, dirigida a cada pessoa;

⁷³ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, «Igreja e Internet», 3.

⁷⁴ *Ibidem*.

«é o testemunho prestado, face a uma secularização radical, à verdade divina e ao destino transcendente da pessoa humana; é, perante os conflitos e as divisões, a tomada de posição pela justiça, em solidariedade com os crentes, ao serviço da comunhão entre os povos, as nações e as culturas»⁷⁵. Este anúncio precisa de ser precedido, por parte da Igreja, por uma aturada pesquisa compreensiva do fenómeno da internet: «a Igreja precisa de compreender a Internet»⁷⁶, para poder comunicar eficazmente com os indivíduos e as culturas que se encontram imersas e emergem do uso das novas tecnologias.

Os benefícios que as novas tecnologias advêm à Igreja são, desde logo, o acesso imediato e directo a grandes quantidades de recursos: livrarias, museus, lugares de culto, documentos do Magistério⁷⁷, escritos dos Padres e Doutores da Igreja, bem como muita da sabedoria popular que vai sendo deixada nas presenças individuais dos crentes na internet, em fóruns, blogues e redes sociais. A internet tem a capacidade de ultrapassar distâncias e derrubar isolamentos, promovendo e tornando possíveis contactos, ainda que virtuais num primeiro momento, entre pessoas de boa vontade que têm os mesmos interesses. Aos crentes que participam em comunidades de fé presencial, e aquelas que forem surgindo no espaço virtual, esta nova possibilidade dá as ferramentas necessárias para se encorajarem e auxiliarem mutuamente. Por tudo isto, «mediante a selecção e a transmissão de dados úteis, através deste meio de comunicação, a Igreja pode prestar um importante serviço tanto aos católicos como aos não-católicos»⁷⁸.

A utilização da internet por parte da Igreja é relevante para muitas acções da Igreja, nomeadamente na nova evangelização, através do serviço que pode prestar às catequese, à educação, ao governo e à informação institucional, «assim como algumas formas de conselho pastoral e de direcção espiritual»⁷⁹. Salvaguardado sempre que a comunicação deve passar sempre do virtual ao presencial.

De facto, os documentos anteriores já apontavam neste sentido, diz-se mesmo que «a tecnologia é nova, mas não a ideia»⁸⁰. Na Constituição Dogmática sobre a Igreja, *Lumen Gentium*, o Concílio diz expressamente que os fiéis devem manifestar «as suas necessidades e aspirações. Segundo o grau de ciência, competência e autoridade que possuam, têm o direito, e por vezes mesmo o dever, de expor o seu parecer sobre os assuntos que dizem respeito ao bem da Igreja.

⁷⁵ *Ibidem*, 5.

⁷⁶ *Ibidem*.

⁷⁷ Veja-se como exemplo o sítio da Santa Sé: www.vatican.va/.

⁷⁸ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, «Igreja e Internet», 5.

⁷⁹ *Ibidem*.

⁸⁰ *Ibidem*, 6.

Se o caso o pedir, utilizem os órgãos para isso instituídos na Igreja, e procedam sempre em verdade, fortaleza e prudência»⁸¹. Compreende-se a prudência na abordagem desta realidade nova e tão emergente, como é o lugar e papel da Comunicação Social na missão da Igreja. O Pontifício Conselho para os Meios de Comunicação Social publica, então, a 23 de Maio de 1971 a Instrução Pastoral sobre os Meios de Comunicação Social, *Communio et Progressio*⁸². Este foi um documento marcante no peregrinar da Igreja, no que diz respeito aos meios de comunicação social. Não estranhemos que aí não se aborde a internet, estávamos em 1971, mas abordam-se princípios que, agora sim, a internet ajuda a tornar mais evidentes e concretizáveis. Referimo-nos concretamente à necessidade de diálogo entre todos os membros da Igreja⁸³.

Outro dos campos onde a internet é vista com particular interesse pela Igreja é no campo da formação e do ensino. E olha-a em duas perspectivas: na aprendizagem de como usar bem estes recursos e no potencial que estes recursos são para a educação dos cristãos. Quanto à formação para o uso destes recursos, exorta-se não só a que se adquira competências para estar com sabedoria neste mundo informático, mas também que a formação dos diversos agentes de pastoral contemple o treinamento para a sua utilização. Como recurso para a formação, exorta-se a que se ofereçam recursos para a formação permanente, quer em grupo, quer para a aprendizagem individual⁸⁴.

Esta nova realidade que está a desabrochar, a internet, coloca novos desafios à Igreja católica e esta vê aqui alguns perigos, ou melhor, preocupações, que têm a ver, sobretudo, com o conceito de verdade. Por isso, se a única verdade absoluta é aquela que diz que não há verdades absolutas, a missão eclesial está seriamente comprometida. A presença no mundo da web tem de ser acompanhada de algumas cautelas. Desde logo, distinguindo o que são sítios fidedignos e doutrinalmente sólidos, daqueles que, mesmo denominando-se “católicos”, não são reconhecidos como tal, em razão do seu conteúdo. Os grupos ligados à Igreja devem estar presentes e actantes na internet, mas é preciso também saber distinguir «as interpretações doutrinais excêntricas, as práticas devocionais idiossincrásicas e as colocações ideológicas que se identificam como “católicas”, das posições autênticas da Igreja»⁸⁵. Mas como fazer isso? Como «capacitar» os cristãos para uma justa e equilibrada seleção? A resposta está, a nosso ver, no «sensus fidei», ou seja, numa iniciação à experiência cristã integral que capacite

⁸¹ CONCÍLIO ECUMÉNICO VATICANO II, *Lumen gentium*, 37, in AAS 57 (1965) 5-71.

⁸² PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, *Communio et Progressio*, in AAS 63 (1971) pp. 593-656.

⁸³ Cf. CP, 115; Cf CP 116.

⁸⁴ Cf. PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, «Igreja e Internet», 7.

⁸⁵ *Ibidem*, 8.

cada membro da Igreja para um adequado e esclarecido discernimento, a partir da vocação baptismal, pois, «o Povo santo de Deus participa também da função profética de Cristo, difundindo o seu testemunho vivo, sobretudo pela vida de fé e de caridade oferecendo a Deus o sacrifício de louvor, fruto dos lábios que confessam o Seu nome. (...) já não recebe simples palavra de homens mas a verdadeira palavra de Deus (cf. 1 Tess. 2,13), adere indefectivelmente à fé uma vez confiada aos santos (cf. Jud. 3), penetra-a mais profundamente com juízo acertado e aplica-a mais totalmente na vida»⁸⁶.

Esta capacidade de discernimento não existe em ordem a um quietismo doutrinal, mas sim à natural e querida evolução da Tradição, que no diálogo com cada situação e cultura, vai retirando sempre significados novos do tesouro da fé. Pois o «Espírito Santo não só santifica e conduz o Povo de Deus por meio dos sacramentos e ministérios e o adorna com virtudes, mas distribuindo a cada um os seus dons como lhe apraz, distribui também graças especiais entre os fiéis de todas as classes, as quais os tornam aptos e dispostos a tomar diversas obras e encargos, proveitosos para a renovação e cada vez mais ampla edificação da Igreja»⁸⁷. A aprendizagem para a distinção entre o que é correcto e errado faz-se no diálogo recíproco entre todo o Povo de Deus, com o respeito pela missão de cada fiel. Quanto maior for o diálogo e a presença dos cristãos na internet, mais facilmente cada membro da Igreja poderá, em comunidade crente, discernir da verdade de cada presença digital.

Juntamente com a fragmentação da fé, há a ‘virtualização’ da vida religiosa. Não é possível fazer uma experiência de fé cristã sem a presença física numa comunidade de crentes. Com o recurso às novas tecnologias é possível fazer algum tipo de experiência religiosa, mas não total⁸⁸. O desafio está em «pensar em como orientar as pessoas no espaço cibernético para a verdadeira comunidade e como, através do ensino e da catequese, a internet pode vir a ser utilizada em ordem a apoiá-las e a enriquecê-las no seu compromisso cristão»⁸⁹. À medida que o documento se encaminha para o final, começa a fazer algumas recomendações. Assim, desafia «as pessoas, a todos os níveis da Igreja, [para que] lancem mão da Internet de maneira criativa, para assumirem as responsabilidades que lhes cabem e para ajudarem a Igreja a cumprir a sua missão. Na perspectiva das inúmeras possibilidades positivas apresentadas pela Internet, não é aceitável hesitar timidamente, por medo da tecnologia ou por algum outro

⁸⁶ LG, 12; Cf. TERRA, Domingos, *Devenir chrétien aujourd’hui. Un discernement avec Karl Rahner*, ed. L’Hamattan, Paris 2006; IDEM, *O Sentido da Fé*, ed. Universidade Católica Portuguesa, Lisboa 2009.

⁸⁷ LG, 12.

⁸⁸ Cf. PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, «Igreja e Internet», 9.

⁸⁹ *Ibidem*.

motivo»⁹⁰. Para isso, desafia os líderes da Igreja a esforçarem-se por compreender esta nova realidade, para que a internet possa ser usada como instrumento de diálogo, formação e promoção humana.

As pessoas comprometidas nos diversos âmbitos da pastoral deve-lhes ser facultada formação sobre o uso e o impacto da comunicação social na vida dos indivíduos, para que os possa ajudar a adquirir uma linguagem e forma de comunicar, capaz de «dialogar com as pessoas na cultura dos mass media»⁹¹.

Os educadores e catequistas é-lhes recomendado que formem pessoas capazes de serem utentes dos meios de comunicação social apoiados nos princípios cristãos relevantes, para mais na era da internet, com todo o impacto que ela tem⁹².

A vigilância e acompanhamento é a principal tarefa pedia aos pais cristãos, se bem que para isso estes terão de se esforçar por conhecer e manusear as novas tecnologias, e disponibilizá-las, sempre que possível, aos educandos.

Os jovens e as crianças são alertados para o «isolamento patológico» e a darem testemunho cristão. «No espaço cibernético, pelo menos na mesma medida que em qualquer outro lugar, eles podem ser chamados a navegar contra a corrente, a praticar o contraculturalismo e até mesmo a ser perseguidos por amor àquilo que é verdadeiro e bom»⁹³.

O documento conclui com a sugestão de algumas virtudes a serem cultivadas não só pelos cristãos, mas por todas as pessoas de boa vontade, em ordem ao bom uso da internet⁹⁴. São elas: prudência, justiça, fortaleza e coragem, e temperança.

Prudência para observar as implicações deste novo instrumento de comunicação e a enfrentar de maneira criativa os seus desafios e as suas oportunidades. A *justiça* ajudará a eliminar a divisão digital, entre ricos e pobres, em ordem ao bem comum. A *fortaleza* e *coragem* são necessárias para «defender a verdade diante do relativismo religioso e moral, o altruísmo e a generosidade perante o consumismo individualista, e o decoro face à sensualidade»⁹⁵. Por último, a *temperança* é a virtude que ajudará a utilizar com disciplina este recurso de forma sábia e apenas para fins bons.

⁹⁰ *Ibidem*, 10.

⁹¹ *Ibidem*, 11.

⁹² *Ibidem*.

⁹³ *Ibidem*.

⁹⁴ *Ibidem*, 12.

⁹⁵ *Ibidem*.

3.3. Rápido Desenvolvimento

Em 2005, o Beato João Paulo II publica a Carta Apostólica *Rápido Desenvolvimento*⁹⁶, podemos ver aí, não sem perplexidades e tensões, a síntese autorizada do Papa sobre tudo o que a Igreja se tem pronunciado sobre este tema, até então. Passadas mais de quatro décadas desde a publicação da *Inter mirifica*, a Igreja continua a reflectir e a procurar perceber o melhor modo de utilizar os media, e neste caso os *digitais*, ao serviço da sua finalidade: evangelizar. Mais, «a Igreja não está chamada unicamente a usar os mass media para difundir o Evangelho mas, hoje como nunca, está chamada também a integrar a mensagem salvífica na “nova cultura” que os poderosos instrumentos da comunicação criam e amplificam. Ela sente que o uso das técnicas e das tecnologias da comunicação contemporânea é parte integrante da sua missão no terceiro milénio»⁹⁷.

É esta consciência que está na origem das muitas iniciativas, dos cristãos individualmente e diversas igrejas locais, na utilização dos meios digitais no âmbito das suas tarefas, como seja o caso da educação, da catequese e da formação contínua dos diversos agentes de pastoral. Mas os desafios lançados pela «nova evangelização» são ainda maiores, num mundo cheio de possibilidades comunicativas, aliás o mundo da comunicação foi chamado, e muito bem, o «novo areópago dos tempos modernos», pela capacidade que eles têm de unificar o mundo, criando a chamada «aldeia global». Por isso, «os meios de comunicação social alcançaram tal importância que se tornaram para muitos o principal instrumento de guia e de inspiração para os comportamentos individuais, familiares e sociais. Trata-se de um problema complexo, visto que esta cultura nasce, ainda antes do que dos conteúdos, do próprio facto que existem novos modos de comunicar com técnicas e linguagens inéditas»⁹⁸. À Igreja cabe perceber a nova cultura e evangelizar, enculturando-se⁹⁹ e gerando novas propostas culturais. Até porque a instituição eclesial «não pode prescindir do facto que se destina a sujeitos que são influenciados pela linguagem e pela cultura contemporâneas»¹⁰⁰.

Outro dos dados a realçar é que o novo mundo dos media também é um campo de missão para a Igreja, que ela se sente na obrigação de evangelizar, procurando compreender as novas linguagens com os olhos da fé, servindo-se

⁹⁶ João Paulo II, *Rápido Desenvolvimento*, in AAS 97 (2005) pp. 265-274.

⁹⁷ RD, 2.

⁹⁸ *Ibidem*, 3.

⁹⁹ Cf. LANZA, Sergio, *La inculturación de la fe, hoy*, in SESÉ, JAVIER; PELLITERO, RAMIRO, *La transmisión de la fe en la sociedad contemporánea*. Col. Simposios Internacionales de Teología, 28, ed. EUNSA, Pamplona 2008, pp. 97-136.

¹⁰⁰ RD, 8.

da ajuda «Sagrada Escritura, a qual se apresenta como um “grande código” de comunicação de uma mensagem não efémera nem ocasional, mas fundamental devido ao seu valor salvífico»¹⁰¹, retomando assim, o modelo da revelação divina, que se revela como Deus Trindade, como o grande paradigma comunicacional da Igreja. Com ele, a Igreja quer aprender continuamente a falar com cada ser humano, «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. (...) [Confiante que] O encontro pessoal com Ele não deixa ninguém indiferente»¹⁰².

O pleno encontro com Cristo nunca pode acontecer apenas pela mediação digital. É preciso o encontro presencial com a Igreja, que está sacramentalmente na Comunidade cristã, sobretudo na celebração da Eucaristia. Esta necessidade não exclui, antes incentiva, a utilização dos meios digitais de comunicação, porque, para anunciar a mensagem de Cristo, a Igreja «assume as oportunidades oferecidas pelos instrumentos da comunicação social como recursos dados providencialmente por Deus nos dias de hoje para aumentar a comunicação e tornar o anúncio mais incisivo. Os mass media permitem manifestar o carácter universal do Povo de Deus, favorecendo um intercâmbio mais intenso e imediato entre as Igrejas locais, alimentando o conhecimento recíproco e a colaboração»¹⁰³. Este diálogo com o mundo, atenta aos «sinais dos tempos», leva 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»¹⁰⁴.

A internet é também vista, mais uma vez, como um repositório de grande acervo documental, muito útil para a formação dos cristãos, mas isso implica que os cristãos se habituem, e sejam estimulados a isso, a utilizarem uma comunicação interactiva, quer como método, quer como conteúdo. Mas se por um lado João Paulo II defende esta posição, por outro pede algo muito difícil, para não dizer impossível, e que vai contra a mentalidade da nova cultura digital: «é necessário um sistema de gestão que seja capaz de salvaguardar a centralidade e a dignidade da pessoa, a primazia da família, célula fundamental da sociedade, e a correcta relação entre os diversos sujeitos»¹⁰⁵. Ora, se há característica inerente ao desenvolvimento dos meios digitais, com todas as ferramentas disponíveis é que ela é tudo menos organizada: é caótica¹⁰⁶.

¹⁰¹ *Ibidem*, 4.

¹⁰² *Ibidem*, 5.

¹⁰³ *Ibidem*, 6.

¹⁰⁴ *Ibidem*, 8.

¹⁰⁵ *Ibidem*, 10.

¹⁰⁶ Cf. MOURÃO, J.A., “Comunicação e religião. O fantasma de uma oportunidade”, pp. 85-91.

A Carta Apostólica conclui, apontando três desafios: formação, participação e diálogo.

No que toca à *formação*, exorta-se a que se ofereça uma vasta oferta formativa, para que os mundo dos media seja conhecido e rectamente valorizado, introduzindo «as novas linguagens por ela introduzidas [que] modificam os processos de aprendizagem e a qualidade das relações humanas, razão pela qual sem uma adequada formação se corre o risco que ela, em vez de estar ao serviço das pessoas, as instrumentalize e condicione com grande incisividade»¹⁰⁷. Esta formação, embora deva ser dirigida a todas as pessoas, deverá incidir mais na população juvenil, que tem uma tendência natural para as inovações tecnológicas.

A *participação* de todos deve ser co-responsável, apelando-se mesmo a que haja disposições legislativas que favoreçam o crescimento de uma cultura de co-responsabilidade.

O *diálogo* que os media permitem e possibilitam deve ser sempre usado ao serviço da paz e do diálogo, bom como, do conhecimento recíproco dos vários povos, e nunca como meio para instar à guerra e à violência.

3.4. De 2006 até hoje

Na primeira Mensagem de Bento XVI¹⁰⁸ propõe-se reflectir sobre os conceitos de media «que se pode configurar como uma rede capaz de facilitar a comunicação, a comunhão e a cooperação»¹⁰⁹. Fá-lo a partir das implicações do Deus Trindade, que se dá a conhecer pelo Filho, Jesus Cristo, o Verbo encarnado, dizendo que o chamamento a «ser fiéis à comunicação de Deus em Cristo é uma chamada a reconhecer a Sua força dinâmica dentro de nós, que depois se alarga aos outros, para que este amor se torne realmente a medida dominante do mundo»¹¹⁰. Aqui vemos uma novidade em relação às mensagens anteriores, o centro da mudança de mentalidades já não está na sociedade ou nas organizações, mas sim no indivíduo que faz uma experiência de encontro com Deus, e que depois plasma essa experiência nas diversas dimensões da sua vida, incluído, sobremaneira, o seu modo de utilizar as novas tecnologias. Mas esta tarefa, que implica uma fé pensada, não é fácil. Os media são chamados a

¹⁰⁷ RD, 11.

¹⁰⁸ BENTO XVI, XL Dia Mundial das Comunicações Sociais, 2006 – «A mídia: rede de comunicação, comunhão e cooperação», in *L'Osservatore Romano*, ed. em português, 28 de Janeiro de 2006, p. 40.

¹⁰⁹ BENTO XVI, «A mídia: rede de comunicação, comunhão e cooperação», 1.

¹¹⁰ *Ibidem*.

«iluminar as consciências dos indivíduos e ajudá-los a desenvolver o próprio pensamento não é uma tarefa fácil. A comunicação autêntica deve basear-se na coragem e na decisão»¹¹¹. A isto acresce a necessidade de difundir as verdades essenciais e o significado profundo da existência, quer a nível pessoal, quer social. É por isso que o media podem contribuir construtivamente «para a difusão de tudo o que é bom e verdadeiro»¹¹².

Esta mensagem, retoma depois os três desafios que João Paulo II expressou na Carta Apostólica *O Rápido Desenvolvimento*. Mas às ideias expressas aí, acrescenta que uma boa formação ajuda ao uso responsável e crítico destes meios, até porque os «media contemporâneos formam a cultura popular, portanto devem vencer qualquer tentação de manipulação, sobretudo em relação aos jovens, procurando ao contrário educar e servir, para garantir a realização de uma sociedade civil digna da pessoa humana, e não a sua desagregação»¹¹³. Conclui-se com a ideia de que os media têm de estar ao serviço da construção da «civilização de amor, que é o desejo de todos os povos»¹¹⁴.

Uma das características mais evidentes na leitura dos documentos do Magistério é que o conceito de comunicação que tem subentendido é o que de que há um emissor – uma estação de televisão ou de rádio, um jornal e mesmo um sítio tipo web 1.0 – e um vasto leque de receptores, os consumidores desses produtos de comunicação. Embora estejamos a procurar indícios que nos ajudem a perceber o pensamento da Igreja sobre a web 2.0, possibilitada e potenciada pelas novas tecnologias, este conceito, para ela, ainda não é muito evidente.

O desenvolvimento tecnológico, impar na sua quantidade e velocidade na história da humanidade, permitiu aos media adquirir potencialidades extraordinárias¹¹⁵. Mais, eles, como instrumentos não podem ser vistos como neutros, porque levantam novas e inusitadas interrogações e problemáticas¹¹⁶, para o bem e para o mal. Apesar de reafirmar a sua esperança e o profundo valor do media, Bento XVI alerta que os «media, no seu conjunto, não servem apenas para a difusão das ideias, mas podem e devem ser também instrumentos ao serviço de um mundo mais justo e solidário»¹¹⁷.

¹¹¹ *Ibidem*, 2.

¹¹² *Ibidem*.

¹¹³ *Ibidem*, 4.

¹¹⁴ *Ibidem*.

¹¹⁵ Cf. BENTO XVI, XLII Dia Mundial das Comunicações Sociais, 2008 – «Os meios de comunicação social: na encruzilhada entre protagonismo e serviço. Buscar a verdade para partilhá-la», in *L'Osservatore Romano*, ed. em português, 26 de Janeiro de 2008, p. 9.

¹¹⁶ Cf. *Ibidem*, 2.

¹¹⁷ *Ibidem*.

Mas é só em 2009 que se dá, em nosso juízo, a necessária passagem para a cultural estritamente digital¹¹⁸. Ao constatar as mudanças fundamentais que as novas tecnologias digitais estão a provocar nos modelos de comunicação e relação entre os seres humanos, sublinha uma diferença de percepção muito grande que existe entre as diversas gerações¹¹⁹. De facto, reconhece, que a «facilidade de acesso a telemóveis e computadores juntamente com o alcance global e a omnipresença da internet criou uma multiplicidade de vias através das quais é possível enviar, instantaneamente, palavras e imagens aos cantos mais distantes e isolados do mundo: trata-se claramente duma possibilidade que era impensável para as gerações anteriores. De modo especial os jovens deram-se conta do enorme potencial que têm os novos “media” para favorecer a ligação, a comunicação e a compreensão entre indivíduos e comunidade, e usam-nos para comunicar com os seus amigos, encontrar novos, criar comunidades e redes, procurar informações e notícias, partilhar as próprias ideias e opiniões»¹²⁰.

Esta popularidade dos novos media não é tão surpreendente se tivermos em conta que elas expressam um desejo profundo e comum a todas as pessoas: o de se relacionarem reciprocamente. É aqui que se introduz uma nova categoria, a «amizade», com a qual se torna possível compreender, social e teologicamente, este fenómeno. Pois as comunicações e interacções amistosas, realizadas sobre o valor da amizade, todas elas, «respondem ao desejo fundamental que têm as pessoas de se relacionar umas com as outras. Este desejo de comunicação e amizade está radicado na nossa própria natureza de seres humanos, não se podendo compreender adequadamente só como resposta às inovações tecnológicas»¹²¹ e é por isso, que mais uma vez, se faz referência ao valor da Revelação e do Deus Trindade, à imagem do qual o ser humano foi criado. É no abrir-se ao outro que o ser humano se realiza e dá resposta aos seus anseios mais profundos, tornando-se realmente humano, logo o relacionamento inter-pessoal, que os novos media potenciam e ampliam, vão de encontro aos desejos mais profundos do ser humano e, quando realizados correctamente, humanizam a vida. Entendido numa perspectiva cristã, dão cumprimento ao mandamento do Senhor: «amarás o Senhor, teu Deus, com todo o teu coração, com toda a tua alma, com todo o teu entendimento e com todas as tuas forças. (...) [e] Amarás o teu próximo como a ti mesmo» (Mc 12, 30-31). À luz destes dados, a mensagem valoriza não só a capacidade que os media têm de favorecer

¹¹⁸ Cf. BENTO XVI, XLIII Dia Mundial das Comunicações Sociais, 2009 – «Novas tecnologias, novas relações. Promover uma cultura de respeito, de diálogo, de amizade», in *L'Osservatore Romano*, ed. em português, 31 de Janeiro de 2009, p. 5.

¹¹⁹ Cf. *Ibidem*.

¹²⁰ *Ibidem*.

¹²¹ *Ibidem*.

os contacto entre pessoas, mas também a qualidade dos conteúdos a partilhar. Isto implica, então, a promoção de uma cultura digital que prime pelo respeito, diálogo e amizade.

O *respeito* inside, sobretudo, sobre a dignidade e valor do ser humano, que não pode ser aviltado. Muito menos pelo instar aos ódios, às incompreensões recíprocas e intolerâncias, com a consequente exploração dos mais frágeis.

No que toca ao *diálogo*, este é global e permite encontrar culturas, valores e tradições muito diferentes, o que requer uma honesta exposição e escuta respeitadora das diferenças, em busca da verdade: «É preciso não se deixar enganar por aqueles que andam simplesmente à procura de consumidores num mercado de possibilidades indiscriminadas, onde a escolha em si mesma se torna o **bem**, a novidade se contrabandeia por **beleza**, a experiência subjectiva sobrepoem-se à **verdade**»¹²².

Quanto à *amizade*, este conceito pode ser, nas redes sociais, completamente adulterado. Esta, que é uma das mais belas conquistas da cultura humana e que permite ao ser humano realizar-se e desenvolver-se plenamente, não pode ser banalizada e desprovida do seu valor mais profundo. Mais, a dedicação às amizades on-line não pode, de modo algum, ser feita à custa da disponibilidade para o encontro pessoal na família, com os vizinhos, com colegas de trabalho e de escola, e nos ambientes clássicos de lazer. Quando isto não acontece e o desejo de ligação virtual se torna obsessivo, «a consequência é que a pessoa se isola, interrompendo a interacção social real»¹²³. Pensamos que, aqui, o adjectivo «real» não está bem empregue, pois o virtual também é real, porque existe. Pesamos que se deveria utilizar, em vez desse, o adjectivo «presencial» ou «físico». Estaríamos assim a exprimir melhor a ideia pretendida, pois de seguida, alerta-se para o facto de que, quando há esta absolutização das amizades apenas virtuais, acaba por perturbar também o necessário repouso, de silêncio e de reflexão, imprescindíveis para um desenvolvimento humano íntegro.

A mensagem termina com um apelo à compreensão daquilo que é a cultura digital para aí, à imagem do diálogo cristão no tempo da cultura greco-romana, se poder realizar a evangelização. Como? Conhecendo os medos, as esperanças, os entusiasmos e desilusões na nova cultura, propor-lhes «o dom mais precioso que lhes podeis oferecer é partilhar com eles a “boa nova” de um Deus que Se fez homem, sofreu, morreu e ressuscitou para salvar a humanidade. O coração humano anseia por um mundo onde reine o amor, onde os dons sejam compartilhados, onde se construa a unidade, onde a liberdade encontre o seu significado na verdade e onde a identidade de cada um se realize numa

¹²² *Ibidem*. O sublinhado é nosso.

¹²³ *Ibidem*.

respeitosa comunhão. A estas expectativas pode dar resposta a fé»¹²⁴, desde que expressa em categorias de pensamento entendíveis pelo habitantes do «continente digital».

A comunicação no mundo digital tem implicações muito profundas na pastoral, pois oferece possibilidades «para exercer o serviço à Palavra e da Palavra»¹²⁵ e reconhece-se que estes meios fazem parte «dos instrumentos ordinários através dos quais as comunidades eclesiais se exprimem, entrando em contacto com o próprio território e estabelecendo, muito frequentemente, formas de diálogo mais abrangentes»¹²⁶.

Quando se refere ao serviço da «Palavra», não se está a referir apenas a palavras, a conteúdos verbais ou textuais, é de uma Pessoa – Jesus Cristo – que se trata. Por isso, a comunicação nunca poderá ser apenas virtual, mas tem de ter sempre uma componente presencial. Por outro lado, não basta *estar* na internet como quem ocupa simplesmente um espaço. É preciso estar aí de uma forma evangélica, indo ao encontro de cada pessoa, mas dando-lhe oportunidade para poder aceder também à comunicação presencial, na comunidade cristã. Mas o estar presente evidencia a capacidade que as diversas comunidades têm de se exprimir, cada vez mais, «através das muitas “vozes” que surgem do mundo digital, e anunciar o Evangelho recorrendo não só aos *media* tradicionais, mas também ao contributo da nova geração de audiovisuais (fotografia, vídeo, animações, blogues, páginas *internet*) que representam ocasiões inéditas de diálogo»¹²⁷.

Estes meios devem servir, sobretudo, para dar a conhecer, com verdade e transparência, a vida das comunidades eclesiais e ajudar os contemporâneos a descobrir o rosto de Cristo, evidenciando que «a amorosa atenção de Deus em Cristo por nós não é algo do passado nem uma teoria erudita, mas uma realidade absolutamente concreta e actual»¹²⁸.

A internet tem, então, uma função percursora, preparando e dando o primeiro passo para que cada indivíduo, querendo descobrir Deus, possa depois ‘tocar’ numa comunidade humana presencial e ser nela acolhido. As novas tecnologias ao serviço da evangelização têm a missão de exercer um serviço cultural, favorecendo o diálogo entre a comunidade crente e aqueles que se encontram numa situação de busca e vêem na internet um espaço para

¹²⁴ *Ibidem*.

¹²⁵ BENTO XVI, XLIV Dia Mundial das Comunicações Sociais, 2010 – «O sacerdote e a pastoral no mundo digital: os novos media ao serviço da Palavra», in *L'Osservatore Romano*, ed. em português, 30 de Janeiro de 2010, p. 7.

¹²⁶ *Ibidem*.

¹²⁷ *Ibidem*.

¹²⁸ *Ibidem*.

encontrar respostas às suas inquietações mais profundas. É o primeiro passo da evangelização, pelo que uma pastoral no mundo digital «é chamada a ter em conta também aqueles que não acreditam, caíram no desânimo e cultivam no coração desejos de absoluto e de verdades não caducas, dado que os novos meios permitem entrar em contacto com crentes de todas as religiões, com não-crentes e pessoas de todas as culturas»¹²⁹.

Na mensagem de 2011¹³⁰ são elencados os principais aspectos do tema sobre a qual nos estamos a debruçar. Reconhece-se como um fenómeno característico da contemporaneidade a comunicação em rede, possibilitada e impulsionada pelas novas tecnologias. Esta nova forma de comunicar, mais do que simples comunicação unidirecional, é pluridirecional, fazendo emergir a sociedade em rede. Esta sociedade, com as possibilidades e recursos dos *cross-media*, gerou uma nova cultura, onde a comunicação, como realidade e como utopia, tem um lugar de destaque. Nesta nova cultura, ressalta com a acutilância de sempre, a questão do sentido e da verdade, à qual há que dar uma resposta, na fidelidade ao Evangelho, compreensível e credível nesta nova realidade mediática. Bento XVI sublinha que as novas possibilidades e recursos devem ser postos ao serviço da pessoa humana e utilizados como novas possibilidades de dizer a mensagem de sempre, tornando Deus aí presente, evangelizando esta nova forma das pessoas comunicar entre si e usando os seus recursos para a missão evangelizadora da Igreja. Postula que estas ferramentas sejam «usadas sabiamente, podem[ndo] contribuir para satisfazer o desejo de sentido, verdade e unidade que permanece a aspiração mais profunda do ser humano»¹³¹.

De facto, a difusão de comunicações pela internet torna cada vez mais claro que «tal como a revolução industrial produziu uma mudança profunda na sociedade através das novidades inseridas no ciclo de produção e na vida dos trabalhadores, também hoje a profunda transformação operada no campo das comunicações guia o fluxo de grandes mudanças culturais e sociais»¹³². Está a alterar-se não só o modo de comunicar, pelo recurso a novas e poderosas ferramentas, mas o próprio fenómeno da comunicação em si mesmo, o que origina uma profunda alteração cultural, que a Igreja quer assumir e integrar na sua milenar tradição. Até porque, com «este modo de difundir informações e conhecimentos, está a nascer uma nova maneira de

¹²⁹ *Ibidem*.

¹³⁰ BENTO XVI, XLV Dia Mundial das Comunicações Sociais, 2011 – «Verdade, anúncio e autenticidade de vida, na era digital», in *L'Osservatore Romano*, ed. em português, 29 de Janeiro de 2011, p. 5 e 11.

¹³¹ *Ibidem*.

¹³² *Ibidem*.

aprender e pensar, com oportunidades inéditas de estabelecer relações e de construir comunhão»¹³³.

Neste contexto, «transmitir informações significa com frequência sempre maior inseri-las numa rede social, onde o conhecimento é partilhado no âmbito de intercâmbios pessoais»¹³⁴. Já não faz sentido a tradicional distinção entre produtores e consumidores de informação, até porque o que emerge é o fenómeno da partilha, a *rede*. Esta nova dinâmica «contribuiu para uma renovada avaliação da comunicação, considerada primariamente como diálogo, intercâmbio, solidariedade e criação de relações positivas»¹³⁵, mas também evidencia alguns limites próprios do fenómeno de comunicar, como sejam o caso da «parcialidade da interacção, a tendência a comunicar só algumas partes do próprio mundo interior, o risco de cair numa espécie de construção da auto-imagem que pode favorecer o narcisismo»¹³⁶.

A presença e participação nestas formas de comunicar conduz a um estabelecer diferente de «formas de relação interpessoal, influi sobre a percepção de si próprio e por conseguinte, inevitavelmente, coloca a questão não só da justeza do próprio agir, mas também da autenticidade do próprio ser»¹³⁷. Esta chamada de atenção de Bento XVI sublinha duas realidades opostas: por um lado «a presença nestes espaços virtuais pode ser o sinal de uma busca autêntica de encontro pessoal com o outro»¹³⁸, mas, por outro, há o risco de cada um «refugiar-se numa espécie de mundo paralelo ou expor-se excessivamente ao mundo virtual»¹³⁹. É neste sentido que a mensagem exorta a que nesta busca de «amizades» e de partilha, cada um seja autêntico, fiel às suas convicções, sem ceder à ilusão de elaborar um perfil público artificial, diferente daquilo que a pessoa é realmente. O *social network* constitui, então, um poderoso espaço para se estabelecerem novas relações de amizade, verdadeiras e autênticas. À luz da antropologia cristã, é evidente que nada pode substituir o contacto presencial, a experiência da comunidade crente e celebrante.

Outro dos dados a ter em conta prende-se com a quantidade e velocidade de informações que circulam, levando ao desafio de que quem comunica o faça de forma «autêntica e reflexiva»¹⁴⁰. Se ao comunicar, cada pessoa já diz de si, de certa maneira o modo e o conteúdo da comunicação *dizem* a pessoa, aos

¹³³ *Ibidem.*

¹³⁴ *Ibidem.*

¹³⁵ *Ibidem.*

¹³⁶ *Ibidem.*

¹³⁷ *Ibidem.*

¹³⁸ *Ibidem.*

¹³⁹ *Ibidem.*

¹⁴⁰ *Ibidem.*

cristãos é pedido que digam a sua visão do mundo, as suas esperanças¹⁴¹ e os seus ideais. Nasce aquilo que Bento XVI chama «estilo cristão de presença no mundo digital»¹⁴². Os cristãos são chamados a estarem na internet, a ocuparem também esse espaço, não apenas com 'conteúdos' estritamente religiosos, «mas também testemunhar com coerência, no próprio perfil digital e no modo de comunicar, escolhas, preferências, juízos que sejam profundamente coerentes com o Evangelho, mesmo quando não se fale explicitamente dele. Aliás, também no mundo digital, não pode haver anúncio de uma mensagem sem um testemunho coerente por parte de quem anuncia. Nos novos contextos e com as novas formas de expressão, o cristão é chamado de novo a dar resposta a todo aquele que lhe perguntar a razão da esperança que está nele»¹⁴³.

Para concretizar este objectivo, Bento XVI destaca seis ideias a ter bem presente, desafiando «as lógicas típicas da *web*»¹⁴⁴. A primeira é que a verdade que se anuncia não deduz a sua validade dos critérios de popularidade e da quantidade de atenção que se lhe dá, o fundamento é Outro. Segundo, deve comunicar-se a mensagem cristã na sua integralidade e exigência, e não mitigá-la para a tornar mais atraente. A terceira ideia é de que a Mensagem cristã é permanente e não algo esporádico ou de atração momentânea. Em quarto lugar vem a exigência de que o Evangelho não é algo que possa ser considerado um mero bem de consumo superficial, mas antes exige uma resposta livre e ponderada. A quinta ideia alerta para o facto de que as relações virtuais não são um fim em si mesmas e devem desembocar sempre em encontros e experiências presenciais, têm de ser encarnadas e partilhadas com aqueles com quem se partilha a vida diária. A última ideia realçada, na sequência da anterior, é o facto de que só há plena comunicação da fé quando se chega a um encontro presencial. As possibilidades das conexões virtuais só alcançam o seu pleno sentido quando permitem e potenciam a pertença física a uma comunidade.

4. Novas tecnologias e Evangelização

Consideramos que hoje já ninguém duvida que o mundo das novas tecnologias da comunicação representa uma nova fronteira para missão da Igreja¹⁴⁵. Ignorar este fenómeno significaria para a Igreja perder grande parte da sua

¹⁴¹ Cf. BENTO XVI, *SPE SALVI*, 22, in AAS 99 (2007) pp. 958-1027.

¹⁴² BENTO XVI, «Verdade, anúncio e autenticidade de vida, na era digital».

¹⁴³ *Ibidem*.

¹⁴⁴ *Ibidem*.

¹⁴⁵ Cf. MARCHESSAULT, Guy, *La foi chrétienne et le divertissement médiatique. Essai de théologie pratique*, ed. Les Presses de l'Université Laval, Québec 2007, pp. 25-116; SILVESTRI, Angela, *La Luce e la Rete. Comunicare la fede nel web*, ed. Effata, Torino 2010, pp. 7-76.

capacidade de evangelizar a cultura atual¹⁴⁶. Até porque «hoje é impossível transmitir a fé cristã renunciando a um discernimento atento do contexto cultural em que vivemos, na qual os novos média têm tanta importância»¹⁴⁷. Quando falamos de “mundo dos média” ou “mundo da Internet” estamos a referir-nos a algo mais que um aspeto técnico. Para além deste aspeto, «a Internet é um mundo, um novo mundo que está a nascer diante dos nossos olhos»¹⁴⁸ e que o está a transformar: transformou em pouco tempo a maneira de comunicar, a linguagem, o modo estabelecer relações, o modo de escrever, de relacionar o espaço e o tempo, e, sobretudo, o modo de pensar. Para além do aspeto técnico, a internet e o que ela possibilita é a expressão do mundo virtual que fascina e atemoriza¹⁴⁹. O medo vem sobretudo da sua utilização “anárquica”, o que evidencia que a técnica não é neutra e tem sempre subjacente uma determinada visão do mundo, consoante o seu utilizador¹⁵⁰, mas, até por isso mesmo, constitui uma oportunidade para a Igreja realizar a sua missão, quer na gestão e organização interna, quer, sobretudo, no testemunho da verdade que pode dar ao mundo¹⁵¹. A Igreja, ao «estar» em todas as dimensões do mundo, dialoga com cada pessoa, responde às questões que são colocadas, está atenta aos seus interesses «para os acolher, para os avisar, edifica-los, a orientá-los ou dar-lhes meios para se orientarem a eles mesmos»¹⁵².

Para o conseguir, é preciso conhecer e estar nesta nova cultura. Mais ainda, urge refletir sobre se esta cultura – que tem no desenvolvimento tecnológico a sua esperança – está, de facto, ao serviço do ser humano, da sua verdade mais profunda¹⁵³. Está é, a nosso ver, a questão central: só a partir de uma verdadeira antropologia integral é possível uma autêntica comunicação social¹⁵⁴. Tanto mais que passámos a processos cognoscitivos fragmentários e de grande velocidade, próprios do «cortar e colar» da escrita informática. Os acontecimentos, sejam eles de que âmbitos forem, são cada vez mais objecto de informação e partilha. Mas

¹⁴⁶ GRIENTI, Vincenzo, *Chiesa e Internet*, ed. Academia Universa Press, Milano 2010. IDEM, *Chiesa e Web 2.0. Pericoli e opportunità in rete*, ed. Effata, Torino 2009.

¹⁴⁷ GIL TAMAYO, José María, “Medios de comunicación social, nuevas tecnologías y transmisión de la fé”, in SESÉ, Javier; PELLITERO, Ramiro, *La transmisión de la fe en la sociedad contemporánea*, Col. Simposios Internacionales de Teología, 28, ed. EUNSA, Pamplona 2008, p. 210.

¹⁴⁸ COTIN, Jérôme; BAZIN, Jean-Nicolas, *Vers un christianisme virtuel? Enjeux et défis d’Internet*, ed. Labor et Fides, Genebra 2003, p. 13.

¹⁴⁹ Cf. *Ibidem*.

¹⁵⁰ Cf. *Ibidem*, p. 74.

¹⁵¹ PISARRA, Pietro, *L’Évangile et la Web. Quel discours Chrétien dans les médias?*, ed. Les Editions de l’Atelier, Paris 2002, pp. 13-24; 99-114.

¹⁵² COTIN, Jérôme; BAZIN, Jean-Nicolas, *Vers un christianisme virtuel?*, p. 75.

¹⁵³ JOÃO PAULO II, *Redemptoris Missio*, 15, in AAS 83 (1991) pp. 249-340.

¹⁵⁴ Cf. GIL TAMAYO, José María, “Medios de comunicación social, nuevas tecnologías y transmisión de la fé”, p. 218.

serão realmente entendidos? Se não são entendidos, reflectidos e percebidos não conduzem a parte nenhuma. Pois, o que se faz é, sobretudo, acumular informação sobre acontecimentos sem os saber vertebrar em conhecimento e em cultura¹⁵⁵. Deste modo, os acontecimentos estão desconexos entre si, são observados a partir de todos os ângulos, mas sem visão global capaz de os organizar e dar sentido. Perdeu-se «o horizonte histórico do sentido da História e a capacidade de dar sentido àquilo que acontece diariamente»¹⁵⁶. Assim, se tudo é acessível, se há a utopia de que todo o conhecimento está à distância dum clique, corre-se o grande risco de banalizar e instrumentalizar os encontros e as experiências. Concentrando tudo no aqui e agora, há o risco de perder a capacidade de confrontação e de admiração, não sabendo distinguir os matizes. O mundo transforma-se num lugar sem lugar e num tempo sem tempo. Está ameaçado por um sincretismo cultural e religioso, no qual é mais difícil a proposta do Evangelho. Se não se percebe o passado como parte constitutiva da pessoa, aquele reduz-se à nostalgia ou curiosidade consoladoras. A memória e a tradição passam a ser mero folclore. Por seu lado, a experiência crente apossa-se dos fundamentos da fé precisamente do testemunho da Tradição¹⁵⁷.

Diante desta realidade, interrogamos: é possível conciliar a praxis e a mensagem da Igreja com a cultura mediática? Pensamos que sim, mas é preciso evitar as formulações equívocas e contrapostas: que seriam, por um lado a recusa absoluta dos média, como se fossem a causa de todos os males; e por outro, deixar-se encantar e seduzir por eles, como se fossem a solução para todos os problemas da pastoral da Igreja¹⁵⁸. As características da internet permitem descobrir-lhe qualidades e potencialidades, como sejam o caso do seu poder, a sua universalidade, a sua imaterialidade e a sua interatividade. Esta tem um aspeto quantitativo: «a certa altura, a onnipresença dos média faz com que não lidemos com outra coisa que não sejam os média. A mudança quantitativa resultou numa mudança qualitativa; a ferramenta técnica muda de natureza, e torna-se noutra coisa»¹⁵⁹. As possibilidades e concretizações técnicas das novas tecnologias inserem-se num contexto comunicativo mais amplo, criador de uma nova cultura.

¹⁵⁵ Cf. VOLLI, Ugo, *Lezioni di filosofia della comunicazione*, Col. Manuali di base, 42, ed. Laterza, Roma 2008, pp. 105-168.

¹⁵⁶ GIL TAMAYO, José María, "Medios de comunicación social, nuevas tecnologías y transmisión de la fé", p. 216.

¹⁵⁷ Cf. CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA, *Comunicazione e Missione. Direttorio sulle comunicazioni sociali nella mission della Chiesa*, ed. Libreria Editrice Vaticana, Roma 2004, 14-19; PICKARD, Stephen K, *Liberating Evangelism. Gospel Theology and the Dynamics of Communication*, ed. Trinity Press International, Pennsylvania 1999, pp. 18-38.

¹⁵⁸ Cf. GIL TAMAYO, José María, "Medios de comunicación social, nuevas tecnologías y transmisión de la fé", p. 213.

¹⁵⁹ COTIN, Jérôme; BAZIN, Jean-Nicolas, *Vers un christianisme virtuel?*, p. 45.

4.1. Cultura da Imagem

Esta nova situação origina nos ambientes eclesiais, para além de uma sensação de progresso, o receio próprio de quem se encontra diante de fenómenos desconhecidos, nos quais há que cumprir a missão evangelizadora¹⁶⁰. Aqui há que ter presente não é suficiente qualificar este «novo mundo» como *virtual*, por duas ordens de razão: por um lado, porque, em certa forma, após a fase de habituação a virtualidade faz parte integrante da realidade vivida e experimentada; por outro lado, a virtualidade da internet, «bem pensada e bem praticada, não se substitui à realidade [física], antes a aprofunda, amplifica, multiplica e desdobra»¹⁶¹. Mas há um dado a reter: «esta nova cultura que nasce sob os nossos olhares está também ligada à emergência de um novo tipo de imagens, de mensagens e de linguagens: “nasceu uma nova cultura da imagem, que já não está ligada à imagem televisiva, mas à imagem interativa, em tempo real, viva e em rede”»¹⁶², o que implica não só uma simples mudança de cultura, mas também de civilização! As novas tecnologias permitem estar em contato virtual com qualquer pessoa ou realidade, independentemente das distâncias, e nos diversos âmbitos da vida: família, laser, investigação, comunicação e trabalho.

É precisamente aqui que emerge a característica essencial desta nova cultura: é uma cultura da imagem, entendendo esta não como análoga à realidade, mas similar. A imagem «tornou-se assim escrita e formal como as palavras. Quando se apercebe que o que conta não é mais a relação entre a escrita e o ecrã, mas a relação entre o formal e o informal, entre o sensível e o concetual. É preciso aprender a descodificar estas novas imagens»¹⁶³, esta nova escrita para a qual urge uma alfabetização eclesial que permita «reposicionar-se nesta nova “navegação mental nos espaços infinitos da informação”. Na verdade é uma leitura, uma identificação, de uma aprendizagem no duplo sentido: é preciso conhecer o novo contexto técnico e cultural para utilizar bem os novos média, pelo contrário os novos média tornam-se necessários, incontornáveis, para compreender bem as informações cada vez mais complexas e cada vez mais numerosas que nos são comunicadas pela sociedade em que vivemos»¹⁶⁴. A imagem deixou de ser um anexo explicativo, ou melhor, ilustrativo, para se tornar um objeto intelectual de conhecimento.

¹⁶⁰ Cf. EN 14.

¹⁶¹ COTIN, Jérôme; BAZIN, Jean-Nicolas, *Vers un christianisme virtuel?*, p. 13.

¹⁶² *Ibidem*, pp. 45-46.

¹⁶³ *Ibidem*, p. 46.

¹⁶⁴ *Ibidem*.

4.2. Construir Comunidade

Contudo, o Deus invisível tornou-se visível em Jesus Cristo, e faz-se a experiência de comunhão com Ele graças à sacramentalidade eclesial. Mas, por outro lado, uma das dificuldades da Igreja no nosso contexto é a de fazer a experiência comunidade, de desenvolver o sentimento de pertença. Porque, para a fé cristã, a dimensão comunitária não é algo acessório, mas essencial. As novas tecnologias, se bem empregues, são um precioso instrumento ao serviço da comunhão eclesial.

Contudo, as «comunidades» construídas apenas sobre as novas tecnologias definem-se por serem *fractais* e *hipertextuais*. A fractualidade vem do facto de que cada indivíduo construirá um gérmen da totalidade a partir, apenas, da sua espessura cultural, subjetiva. A hipertextualidade resulta de que esta cultura será conetivista, religada até ao infinito aos outros graus de cultura fractal. É esta forma de cultura, em simultâneo personalizada e global, individual e coletiva, respeitando as diversidades e as densidades temporais de cada um, que está na base das relações entre o homem simbiótico e o macro-organismo societário¹⁶⁵. Faz-nos entrar numa das grandes novidades da Internet: o aparecimento de um imaginário sedutor, misturando verdades científicas, da ficção científica, fantasmas e preditores do futuro. Em contacto com os novos média, o ser humano muda, não apenas mentalmente, mas psicologicamente. Passa-se da descrição à ficção e da ciência à ficção científica¹⁶⁶. E é aqui que as novas tecnologias deixaram de ser mais uma mediação, para se tornarem a mediação universal¹⁶⁷.

O que não tem que ser necessariamente mau, se a Igreja souber promover uma boa continuidade entre as relações virtuais e as físicas, entre o *on-line* e o *off-line*, que não se opõem ou anulam, antes podem e dever ser promovidas, como referem vários estudos, nomeadamente o de Chiara Giaccardi¹⁶⁸ realizado entre a população juvenil italiana, a pedido daquela Conferência episcopal, em 2010. A utilização pastoral das novas tecnologias tem nestas, não um fim, mas

¹⁶⁵ Cf. SORICE, Michele, «Apocalittici e integrati: i media digitale e la produzione culturale», in PADULA, Massimiliano (ed.), *L'involucro della contemporaneità. Un discorso sui media*, Col. Collana Strumenti, 8, ed. Lateran University Press, Roma 2010, pp. 57-72.

¹⁶⁶ Cf. COTIN, Jérôme; BAZIN, Jean-Nicolas, *Vers un christianisme virtuel?*, pp. 47-48.

¹⁶⁷ PASQUALETTI, Fabio, «Nuove tecnologie: nuove sfide personali e collettive. Per un utilizzo attivo, critico e responsabile», in PADULA, Massimiliano (ed.), *L'involucro della contemporaneità. Un discorso sui media*, Col. Collana Strumenti, 8, ed. Lateran University Press, Roma 2010, pp. 57-72.

¹⁶⁸ Cf. GIACCARDI, Chiara, *Relazioni comunicative e affettive dei giovani nello scenario digitale*. [disponível em <http://www.zenit.org/article-22200?l=italian>, acedido a 06-10-2011]; WALTHER, Josef B. (et al.), «Let ME Count the Ways: The Interchange of Verbal and Nonverbal Cues in Computer-Mediated and Face-to-Face Affinity», *Journal of Language and Social Psychology*, 24 (2005) pp. 36-65.

uma ferramenta ótima se usada para promover e reforçar a participação eclesial de qualidade, descobrindo e promovendo canais que até agora podiam estar esquecidos ou desvalorizados.

Desafios

O principal desafio que se coloca à Igreja de hoje, como sempre, é a de promover, com audácia e criatividade, a comunicação de uma maior presença de Deus e de experiência de comunhão com Ele¹⁶⁹. Para isso, precisa de estar à escuta da Palavra e de a comunicar¹⁷⁰. Mas como situamos os novos média na missão da Igreja? Do lado da Palavra ou do lado da comunicação? Se os média são chamados a tomar o lugar da Palavra, há o risco de substituição de uma mensagem em benefício de uma técnica. Se os colocamos do lado da comunicação, o risco é então de perder de vista a finalidade própria da mensagem cristã. A finalidade da Igreja não é apenas comunicar, mas de tornar Cristo presente, proporcionando um encontro entre o ser humano e Aquele que Deus enviou para O dar a conhecer. Por isso, parecem-nos acertados e atuais os desafios apresentados por Manuel Ceballos García¹⁷¹, para que a Igreja se situe corretamente na sociedade da informação: uma nova forma de apresentação das ideias, romper o círculo da individualidade e, por fim, recuperar a dimensão histórica.

Para que *apresente as suas ideias de uma forma nova*, numa cultura onde predomina a ética da igualdade e da partilha, é necessária a presença no mundo digital de «indivíduos que, através de uma fé iluminada e vivida, apresentem Deus neste mundo como uma realidade credível; homens que tenham o seu olhar dirigido a Deus para aprender d'Ele o verdadeiro humanismo»¹⁷². Para se testemunhar a fé, aqui, é preciso aprender a sua linguagem própria.

É imperioso, em contraciclo com esta cultura, *romper o círculo da individualidade*, característica muito comum, até ao nível do patológico, dos utilizadores intensivos das novas tecnologias. Mas a fé e vida de fé caracteriza-se por ser um fator de confiança recíproca, uma rede de interdependência e de solidariedade de uns com os outros¹⁷³, em que cada um ampara e é amparado mutuamente.

¹⁶⁹ Cf. GIL TAMAYO, José María, "Medios de comunicación social, nuevas tecnologías y transmisión de la fé", p. 219.

¹⁷⁰ Cf. CHARENTENAY, Pierre de, *Le dilemme du chartreux. Médias et Église*, Ed. Desclée de Brouwer, Paris 2011.

¹⁷¹ CEBALLOS GARCÍA, Manuel, "Transmitir la fe en la actual sociedad de la información. Retos y oportunidades", in SESÉ, Javier; PELLITERO, Ramiro, *La transmisión de la fe en la sociedad contemporánea*, Col. Simposios Internacionales de Teología, 28, ed. EUNSA, Pamplona 2008, pp. 258-260.

¹⁷² *Ibidem*, p. 258.

¹⁷³ CERTEAU, Michel de, *La Faiblesse de Croire*, Ed. Seuil, Paris 1987, pp. 251-252.

Urge romper o círculo da individualidade, do anonimato e da assepsia espiritual, mas sem perder de vista o recurso às tecnologias de ponta, nem sobrevalorizar o artefacto tecnológico, «nem – muito menos – sobredimensionar o virtual digital por cima da realidade da transcendência como núcleo central de toda a experiência viva de religiosidade e espiritualidade. Não se pode esquecer que as modernas tecnologias fazem crescer de modo impressionante a velocidade, a quantidade e o alcance da comunicação, mas não favorecem do mesmo modo o frágil intercâmbio entre mente e mente, entre coração e coração»¹⁷⁴. Estas realidades são, não apenas favorecidas, mas muitos potenciadas, nos encontros pessoais, na pertença a uma comunidade física, com relações verdadeiras e quentes. Estas comunidades de referência caracterizam-se também pela sua consciência histórica.

A atual proliferação de ofertas ‘religiosas’ *on-line*, capazes de levar a uma personalização meramente subjetivista da crença, *à la carte*, urge que se reforce bem a *consciência histórica* do cristianismo, procurando «que as pessoas se confrontem com a mensagem do Evangelho e, para isso, convém integrar a mensagem cristã nesta nova cultura da sociedade da informação criada pelas modernas comunicações. Trata-se de viver uma fé aberta a tudo o que é verdadeiramente racional, aberta à natureza de tudo criado e aos melhores caminhos da humanidade»¹⁷⁵. A Palavra de Deus, mais uma vez, há de ser o mapa orientador para transformar, desde dentro, o mundo das novas tecnologias, de modo que possa chegar «aos seus critérios de juízo, os seus valores determinantes, os seus pontos de interesse, as suas linhas de pensamento, as suas fontes inspiradoras e os seus modelos de vida, que estejam em confronto com o desígnio de salvação de Deus»¹⁷⁶. Mas sem abraçar a dimensão histórica das experiências pessoais e comunitárias, a Igreja não pode, honradamente, assumir os desafios que as novas tecnologias possibilitam e que ampliam os horizontes do quotidiano e pedem uma velocidade de adaptação, até agora, inusitada. Mas só assim, a nova evangelização cumprirá o seu principal objetivo: a inculturação da fé.

¹⁷⁴ CEBALLOS GARCÍA, Manuel, “Transmitir la fe en la actual sociedad de la información. Retos y oportunidades”, p. 259; Cf. POMPILI, Domenico, «Il rispetto, il dialogo e l’amicizia nel nuovo ambiente mass-mediabile», in PADULA, Massimiliano (ed.), *L’involucro della contemporaneità. Un discorso sui media*, Col. Collana Strumenti, 8, ed. Lateran University Press, Roma 2010, pp. 57-72.

¹⁷⁵ *Ibidem*, p. 260.

¹⁷⁶ *Ibidem*.