

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
EM TECNOLOGIAS DA INTELIGÊNCIA E DESIGN DIGITAL

JANETE MARIA DA SILVA

MÍDIAS SOCIAIS E EVANGELIZAÇÃO DAS JUVENTUDES:
DESAFIOS DA APROXIMAÇÃO E DO DIÁLOGO
ENTRE A IGREJA E O SUJEITO JOVEM

São Paulo
Setembro/2014

JANETE MARIA DA SILVA

MÍDIAS SOCIAIS E EVANGELIZAÇÃO DAS JUVENTUDES:
DESAFIOS DA APROXIMAÇÃO E DO DIÁLOGO
ENTRE A IGREJA E O SUJEITO JOVEM

Dissertação apresentada como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre em Tecnologias da Inteligência e Design Digital da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, sob a orientação do Profa. Dra. Sonia Maria de Macedo Allegretti.

São Paulo
Setembro/2014

JANETE MARIA DA SILVA

MÍDIAS SOCIAIS E EVANGELIZAÇÃO DAS JUVENTUDES:
DESAFIOS DA APROXIMAÇÃO E DO DIÁLOGO
ENTRE A IGREJA E O SUJEITO JOVEM

Profa. Dra. Sonia Maria de Macedo Allegretti

Profa. Dra. Ana Maria Di Grado Hessel

Profa. Dra. Marly das Neves Benachio

São Paulo, 19 de setembro de 2014.

A todas as pessoas que me acompanharam e favoreceram a realização desta pesquisa, de modo particular à Congregação das Irmãs da Imaculada Conceição de Castres e aos jovens que me mantêm sempre em estado de necessária inquietude.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, de quem procede a inteligência, e por me permitir o movimento de transformar o já existente em algo que possa ser útil ao ser humano por Ele criado.

Minha gratidão e reconhecimento à minha família, especialmente aos meus pais, pelos valores que me transmitiram e porque, dos esforços que fizeram por mim no decorrer de minha infância, adolescência e juventude, estudar foi o primordial.

Às Irmãs da Imaculada Conceição de Castres, pela valorização da formação acadêmica como um requisito para que a missão responda com qualidade ao contexto atual de mundo e de pessoa, segundo suas orientações fundacionais, em cujos anais se podem ler: “Formar a pessoa para que seja crítica, ousada e lúcida”.

Aos jovens de todos os lugares onde estive em missão. Por sua irreverência, sinceridade, presença afetuosa e inquieta, e por serem os grandes inspiradores desta pesquisa.

Às Profas. Dras. Ana Di Grado Hessel e Marly das Neves Benachio, por aceitarem fazer parte desta banca, pelo incentivo e intervenções que foram de grande contribuição para o desenvolvimento desta pesquisa.

À querida e entusiasta orientadora Profa. Dra. Sonia Maria de Macedo Allegretti, por suas perguntas instigantes, por sua leve firmeza, pelas intervenções precisas e por sua vibração a cada *link*, *hiperlink*, descobertas e possibilidades, para além do que parecia já terminado.

Eu quero desaprender para aprender de novo.
Raspar as tintas com que me pintaram.
Desencaixotar emoções, recuperar sentidos.

Rubem Alves

RESUMO

SILVA, J. M. **Mídias sociais e evangelização das juventudes**: desafios da aproximação e do diálogo entre a Igreja e o sujeito jovem. 109 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2014.

O final do século passado trouxe ao mundo contemporâneo, no campo da comunicação, mudanças significativas. De modo particular, os recursos de comunicação digital, que obrigaram vários setores da sociedade a se distanciarem de formas tradicionais e se apropriarem de meios mais rápidos e interativos na veiculação de informações. Essas mudanças, que interferiram no modo de vida das sociedades, o fez também no interior da instituição católica, uma das mais tradicionais no campo religioso, que se viu, não sem crises, obrigada a entrar nesse espaço para continuar a manter-se com influência na vida das pessoas, dizendo sua palavra ao mundo, por meio do anúncio do Evangelho também por meio das redes. O objetivo deste trabalho é analisar o evento das mídias sociais no espaço religioso e sua real interferência nos processos de evangelização das juventudes no mundo contemporâneo. Buscamos compreender como a Igreja, atenta aos movimentos da cibercultura e às necessidades de mudança no modo de evangelizar, tem conseguido consolidar vínculos e compromissos, que são condições da mensagem evangélica, em seu desejo de aproximação das juventudes. Um questionário respondido por jovens de 14 a 29 anos ajuda a ter uma visão geral das redes sociais mais acessadas por eles, de sua utilização para a busca de assuntos de cunho religioso e, ainda, para avaliar se redes e dispositivos favorecem tal aproximação e criação de vínculo entre o jovem e a religião. Para tanto, buscou-se fundamentação em documentos da Igreja e em teóricos sobre o tema mídias e comunicação, assim como sobre a definição do sujeito, o perfil e o cenário juvenil em diferentes fases da história. Entre os autores estudados destacam-se Carranza, sobre as novas comunidades católicas e sua relação com as mídias; Sofiati, sobre religião e juventude, numa leitura histórico-social e religiosa do jovem; Gasparetto, sobre a midiatização da religião e seus dispositivos; Morin, sobre o sujeito na base do pensamento complexo; Lévy, sobre o sujeito no contexto da cibercultura; Bauman, sobre as características da liquidez como uma marca do sujeito pós-moderno; e

Ausubel, sobre aprendizagem significativa, aqui especificamente para falar da necessidade da adequação da linguagem na comunicação entre a Igreja e o jovem. A interpretação dos dados levam a considerar como boa notícia o fato de a juventude ter encontrado nas redes possibilidades de maior aproximação com a religião. O que não se pode medir aqui é o impacto disso na vida das pessoas, já que a instituição não tem um órgão que verifique o grau desse vínculo e isso nem sempre obedece ao princípio ordenador linear.

Palavras-chave: Igreja. Comunicação. Mídias sociais. Sujeito jovem. Aproximação.

ABSTRACT

SILVA, J.M. **Social media and youth evangelization**: challenges of the approach and dialogue between the Church and the young subject. 109f. Essay (Master's Degree in Intelligence Technologies and Digital Design). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2014.

The end of last century has brought to the contemporary world, in the field of communication, important changes. In a particular way, the resources of digital communication, which obligated several sectors of society to take distance of the traditional ways and get approached of faster and more interactive means in the dissemination of information.

These changes, which interfered the way of life of societies, also happened inside the catholic institution, one of the most traditional in the religious field. And, without crises, this institution felt obligated to enter this space in order to continue influencing people's lives, preaching its words to the world, through the proclamation of the Gospel and also through networks.

The goal of this essay is to analyze the event of social media in the religious field and its real interference in the processes of evangelization of youth in the contemporary world.

We have been seeking to understand how the Church, attentive to the movements of cyberculture and to the need of changes in the way of evangelizing, has managed links and commitments, which are conditions of the evangelical message, in its desire to approach the youth.

A survey answered by young between the ages of 14 and 19 helps to have a global vision of the most social media accessed by them, its use for the search of religious subjects and, yet, to evaluate if the networks and devices benefit such approach and creation of a link between the young and the religion.

To achieve this, the validity was searched in church documents and in theoretical references about the theme Media and Communication, as well as the definition of the young, profile and the youthful scenario in different phases of History.

Among the authors studied, we can highlight Carranza, about the new catholic communities and his relation with the media; Sofiati, about religion and youth, in a historical-social and religious youth reading; Gaspareto, about the religion mediatization and its devices; Morin, about the subject in the base of the complex thought; Lévy, about the subject in the context of cyberculture; Bauman, about the liquidity characteristics as a spot of the postmodern subject; and Ausubel, about meaningful learning, specifically here to talk about the necessity of appropriateness of language in the communication between the Church and the young. The interpretation of the data leads us to consider as good news the fact that the youth have found on the networks possibilities of a closer approach with the religion. What cannot be measured here is the impact of this approach in people's lives, since the institution doesn't have an organ that verifies the level of this link and it doesn't obey the linear principle officer.

Key Words: Church. Communication. Social media. Young subject. Approach.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1:	Grupo etário	80
Gráfico 2:	Redes acessadas	81
Gráfico 3:	Dispositivos de acesso	83
Gráfico 4:	Média de uso diário da internet	83
Gráfico 5:	Redes acessadas para busca de assuntos de cunho religioso	84
Gráfico 6:	Conhecimento de comunidade ou grupo virtual de cunho religioso ...	85
Gráfico 7:	Modo de acesso a comunidade ou grupo virtual de cunho religioso ..	85
Gráfico 8:	Maior atrativo na rede	87
Gráfico 9:	Contribuições da rede à formação religiosa	88
Gráfico 10:	Favorecimento das redes à criação de vínculos com a religião	89

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 Estado da arte	10
1.2 Problema	12
1.3 Hipótese	12
1.4 Objetivo geral	13
1.4.1 <i>Objetivos específicos</i>	13
1.5 Metodologia	13
1.6 Resumo das seções	14
1.6.1 <i>Seção 2</i>	14
1.6.2 <i>Seção 3</i>	15
1.6.3 <i>Seção 4</i>	16
1.6.4 <i>Seção 5</i>	16
2 IGREJA CATÓLICA E COMUNICAÇÃO: MUDANÇAS DE ÉPOCA	18
2.1 Primeira fase: censura	21
2.2 Segunda fase: reconhecimento reticente	25
2.3 Terceira fase: novos ares, nova visão	30
3 MUDIATIZAÇÃO DA RELIGIÃO: NOVA LINGUAGEM, NOVA AMBIÊNCIA	39
4 O SUJEITO JOVEM E O UNIVERSO MUDIÁTICO	57
4.1 O sujeito jovem: algumas definições	61
4.2 Juventude e história	64
4.3 Os nativos digitais	67
4.4 O cenário religioso da Igreja Católica	69
4.5 As expressões juvenis no cenário da Igreja, hoje	70
4.5.1 <i>As Pastorais da Juventude</i>	72
4.5.2 <i>Movimentos eclesiais</i>	73
4.5.3 <i>Novas Comunidades de Vida e Aliança</i>	73
4.5.4 <i>Outras comunidades juvenis</i>	73
5 AS REDES SOCIAIS COMO ESPAÇO DE EVANGELIZAÇÃO	81
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	94
REFERÊNCIAS	99
ANEXOS	103

1 INTRODUÇÃO

1.1 Estado da arte

O final do século passado trouxe ao mundo contemporâneo, no campo da comunicação, mudanças significativas. De modo particular, os recursos de comunicação digital, que obrigaram vários setores da sociedade a se distanciarem de formas tradicionais e se apropriarem de meios mais rápidos e interativos na veiculação de informações.

A cibercultura, desenvolvida na década de 1970, vinculada aos computadores pessoais, e que hoje está em metamorfose, com as tecnologias móveis e se firmando como cultura do século XXI, foi a grande responsável pela criação de novas formas de comunicação, modificando, conseqüentemente o modo de vida das sociedades.

Diversas são as formas que hoje facilitam a interação entre os indivíduos de uma mesma “tribo” ou de diferentes tribos, alguns mais de perto, outros mais de longe, pois os recursos digitais se converteram numa potente força de formação e informação que serve às mais variadas categorias.

Pierre Lévy (1999) defende a ideia de que o ciberespaço se configura num fator natural de evolução da civilização que pode causar uma revolução, da mesma forma que o surgimento das máquinas, no século XVIII, da imprensa (no século XV), do rádio e da televisão (no século XX) causaram.

Assim, as ferramentas dele advindas vão criando comunidades virtuais, colaborativas, de interesses, todas conectadas a uma mesma rede no universo e abrindo novas possibilidades de ação, interação, aprendizagem e informação que facilmente se transmitem a vários locais ou de vários locais ao mesmo tempo.

Essas mudanças, que interferiram no modo de vida das sociedades, o fizeram também no interior da instituição católica, uma das mais tradicionais no campo religioso, que se viu, não sem crises, obrigada a entrar nesse espaço para continuar

a manter-se com influência na vida das pessoas, dizendo sua palavra ao mundo, por meio do anúncio do Evangelho também por meio das redes.

Eis o que nos dá a entender Camurça:

Faz parte de um consenso dentro de uma sociologia do catolicismo contemporâneo a ideia de que a Igreja católica por muito tempo “ficou de costas” para os modernos meios de comunicação de massa. No entanto é possível que tal fato não se deva a uma negligência desta instituição, que sempre procurou moldar as sociedade à sua imagem e semelhança nas chamadas “teocracias” e “cristandades”, assim como nas diversas “concordatas” assinadas com os estados nacionais modernos, visando garantir a manutenção de sua influência naquelas sociedades. Da modernidade por excelência, que são os meios de comunicação de massa e os hábitos de consumo e estilo de vida que eles visam forjar, havia toda uma incompatibilidade de visão de mundo entre a Igreja e a sociedade de consumo moderna, que para ela significava lugar da promiscuidade moral e de valores supérfluos, contra os quais se bateu por muito tempo. [...] Este cenário atingiu novo apogeu no final dos anos 90, quando da tomada de consciência de debilidade na utilização desses meios, como indica o Documento da CNBB, n 48,14. Os primeiros passos da difusão da mensagem emitida pela Igreja no Brasil foram dados pelas emissoras: Canção Nova, TV Século XXI e Rede Vida que representam a definitiva inserção da Igreja Católica na esfera midiática (CARRANZA; MARIZ; CAMURÇA, 2009, p. 62, 64).

É assim que assistimos, hoje, à ascensão das mídias sociais no campo religioso, que se configuram por seu caráter universal em fortes meios de comunicação de massa, como ferramentas nas quais a Igreja se apoia para manter sua presença no mundo e garantir a difusão de sua mensagem.

Em um contexto secularizado que desafia essa instituição a provar que suas práticas e seus ritos constituem-se em um atrativo para a vida dos jovens, fieis ou não, dando-lhes alguns elementos de significado e sentido à vida, a Igreja procura uma linguagem adequada para descobrir símbolos, metáforas e ritualísticas que ajudem os jovens a experimentar o transcendente e concorram para a formação integral na fé.

Dentre esses sujeitos, interessa, aqui, voltar a atenção ao público jovem — os nativos da era digital —, um dos mais desejados pelas igrejas, ainda que algumas vezes incompreendidos, já que estão em fase de constituição de sua própria identidade, condensação de seus sonhos e vínculos, e desejosos de realizar no mundo aquilo que sonham ser.

O Documento 85 da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), lançado no ano 2006, pode justificar o que se pretendeu afirmar no parágrafo

anterior, quando se apresenta como um texto que quer ser um instrumento para a evangelização da juventude e pretende oferecer propostas evangelizadoras num contexto de cultura pós-moderna: “Uma evangelização que não dialoga com os sistemas culturais é uma evangelização de verniz, que não resiste aos ventos contrários” (CNBB, 2007, p. 14).

Isso se compreende pelo fato de que as mudanças de cunho socioculturais e a imposição da cibercultura interferem no modo como os jovens pensam e agem, em sua linguagem e códigos de comunicação, e em suas relações.

Esta virada na cultura de comunicação e o fato de a Igreja Católica ter visivelmente aderido a esta nova interface como meio de difundir sua mensagem — a Igreja está substancialmente presente nas rede, a grande aldeia global, principalmente no intuito de atingir o público adolescente e jovem — têm sido tema de discussão e se convertem, no presente caso, em objeto de estudo e análise cuidadosa de como isso acontece.

1.2. Problema

O advento das mídias sociais no espaço religioso tem provocado alguns questionamentos que sempre saltam em momentos de debates, mutirões de comunicação, espaços de discussão: *o dispositivo comunicacional é visto pela Igreja Católica como um desafio conceitual de pessoa, de sociedade, de relações e de evangelização, ou é mero instrumento transmissor de verdades não dialogadas?*

1.3 Hipótese

A Igreja, atenta aos movimentos da cibercultura e às necessidades de mudança no modo de evangelizar, tem conseguido consolidar vínculos e compromissos, que são condições da mensagem evangélica, em seu desejo de aproximação das juventudes.

1.4 Objetivo geral

Analisar o evento das mídias sociais no espaço religioso e sua interferência no desejo de aproximação e evangelização das juventudes no mundo contemporâneo.

1.4.1. *Objetivos específicos*

- a) Investigar a mudança do olhar da religião sobre os meios de comunicação e sua adesão às mídias sociais como ferramenta de apoio à evangelização.
- b) Aprofundar os novos paradigmas de evangelização das juventudes, a partir do evento das mídias sociais e de suas contribuições para a formação dos jovens.
- c) Identificar o sujeito jovem, público de interesse da Igreja, em seus processos de evangelização, seu perfil no contexto histórico e suas relações com a religião e a sociedade.

1.5 Metodologia

Posta a questão, acredita-se ser viável proceder a estudo e análise para perceber o advento do fenômeno das mídias no universo religioso e qual o seu alcance na proposição da aproximação e evangelização das juventudes, tendo em vista sua relevância para o momento atual e seu alcance no que tange ao desenvolvimento de uma nova forma de propagar a mensagem desejada.

A metodologia utilizada teve enfoque qualitativo, definindo-se pela pesquisa exploratória, para favorecer a constatação que se desejava da realidade e de seu contexto. Isso significou coleta de dados bibliográficos e atenção aos teóricos do tema em questão, para fundamentação a contento. Foi também feita coleta de dados por meio de questionário semiaberto respondido pelos indivíduos envolvidos no objeto de pesquisa, pelo qual se obteve o perfil dos usuários e sua relação com o conteúdo da religião nas redes sociais.

1.6 Resumo das seções

1.6.1 Seção 2

A segunda seção fará uma retrospectiva de quatro fases relevantes das relações da Igreja com o mundo das comunicações, procurando contextualizar as mudanças sociais ocorridas em cada fase e o modo como a Igreja Católica se posicionou face a essas mudanças.

A *primeira fase* é caracterizada por aquela em que a Igreja assume postura rígida e autoritária perante os novos inventos tecnológicos, orientada pela censura e pela repressão. Fase em que o tribunal da Inquisição controla em nome da Igreja a intermediação entre o saber produzido e sua difusão na sociedade.

A *segunda fase* é o que podemos chamar de período de aceitação cautelosa ou desconfiada dos novos meios de comunicação, com sério controle da imprensa e vigilância sobre as produções radiofônicas e cinematográficas. Apesar disso, impelida pelas rápidas transformações da sociedade, começa a servir-se dos meios para difundir sua mensagem.

A *terceira fase* mostra características de uma sociedade movida pela velocidade e a Igreja tentando adaptar-se ao mundo moderno, sob a necessidade imperiosa de *aggiornamento*¹, com a convocação do Concílio Vaticano II. Assim, a Igreja, que antes moldava sua postura pela recusa das novidades da comunicação, agora assume postura até mesmo ingênua de evangelizar pelos meios de comunicação, vendo nos meios eletrônicos uma possibilidade de ampliar a difusão de sua mensagem (MARQUES DE MELO apud PUNTEL, 2010).

A *quarta fase já* se refere à presença da Igreja na América Latina, com a aproximação (ou reaproximação) da Igreja das classes populares, e aponta uma relação com a comunicação já não mais nos padrões anteriores; agora, a Igreja repensa criticamente a comunicação e não vê nela uma baliza para sua postura,

¹ Termo utilizado durante o Concílio Vaticano II que significa adaptação da Igreja católica e de seus princípios ao mundo moderno. A expressão foi popularizada como desejo de que a Igreja se atualizasse após o Concílio.

deixando a ideia de que a comunicação poderá resolver os problemas da ação evangélica. É momento de estimular a criação de meios populares de evangelização.

A *quinta fase* seria uma “reviravolta”, marcada pela evolução do pensamento que começa a tomar corpo, afirmando seu modo de se comunicar na e pela cultura midiática, “seja para o esforço e estímulo em usar as mídias, seja para disponibilizar recursos de formação para aprender a usar os novos meios” (PUNTEL, 2010, p. 132).

1.6.2 Seção 3

Na terceira seção pretendo compreender como a midiatização organiza o funcionamento das práticas religiosas nos dias atuais, considerando o fato de que o fenômeno midiático exige da religião uma adequação ou negociação com as novas formas de sua mediação. Se a religião e a mídia caminham juntas, na atualidade, as estratégias midiáticas passam a ser, como dito anteriormente, novos areópagos e, por que não, novos templos que congregam pessoas em busca do sentido para a vida, agindo como mercado simbólico dos bens religiosos, dando respostas ao imaginário devocional.

Esta nova configuração muda o rumo da Igreja Católica, que deverá passar de um discurso intelectual e de pregação restrita ao tempo para uma sensibilização afetiva midiática, virtual e televisual. Tal novidade provoca um movimento dialético das partes ou dos pares: a Igreja deve conhecer melhor da mídia e vice-versa.

Se antes a mensagem era emitida a partir do púlpito, mesmo com o surgimento das mídias, como o rádio e a televisão, a Igreja dizendo a sua palavra para meros ouvintes, agora deve descer e encontrar realidades concretas, pessoas concretas, histórias concretas e jeitos diversos de experimentar a fé, com os quais deve estabelecer relações mais subjetivas, menos intelectuais.

1.6.3 Seção 4

A rede mundial que conecta pessoas do mundo inteiro e reúne os mais variados interesses, promovendo pesquisas, estudos, debates e o acesso ao conhecimento, ganhou a adesão da Igreja, uma vez que supera em anos-luz os botões de um controle de tevê.

A intenção desta seção é entrar nas questões relacionadas ao advento das mídias sociais no globo, particularmente com o olhar voltado para o sujeito, e o sujeito jovem, público-alvo em questão.

Assim é que me proponho a analisar quem é o sujeito da evangelização no contexto anteriormente apresentado, qual é a real preocupação da Igreja Católica em relação a esse sujeito ou não sujeito em suas reticências e repressões, em suas aparentes intervenções para resguardar sua integridade ética, moral e religiosa.

Como parte desse sujeito, pretende-se também identificar o sujeito jovem, público-alvo de muitos movimentos da sociedade e da Igreja: qual é o seu perfil, como se situa no espaço do mundo e como se distribui pelas redes sociais. E, ainda, qual é o olhar da Igreja em direção a esse sujeito jovem, já que é desse olhar que decorrem todas as ações em função dele.

Da mesma forma, pretendo saber em que grau ou instância as comunidades católicas locais, em consonância com a comunidade mundial, atentas ao movimento da cibercultura e imersas neste universo como meio de difusão da mensagem que lhe cabe, têm conseguido aproximação e diálogo com o universo dos/das jovens, consolidando vínculos e colaborando para o discernimento e a vivência de sua experiência do sagrado.

1.6.4 Seção 5

Esta seção quer colaborar para dar alguma resposta, ou apontar algum caminho ao que me proponho nesta pesquisa: saber de que forma, em que grau ou instância as comunidades católicas locais, em consonância com a comunidade mundial, atentas ao movimento da cibercultura e imersas neste universo como meio

de difusão da mensagem do evangelho no mundo e entre as juventudes, têm logrado aproximação e diálogo com o universo dos/das jovens, agregando conhecimento e consolidando vínculos.

É constituído a partir do levantamento de dados feito com jovens de diferentes grupos, para saber quais são as redes sociais em que se inserem e atuam virtualmente, em que proporção pertencem a alguma comunidade católica virtual ou presencial, quais são as possibilidades de criação de vínculo com comunidades católicas e em que medida as redes os aproximam das comunidades, criam vínculos com a religião e possibilitam a experiência do sagrado.

2 IGREJA CATÓLICA E COMUNICAÇÃO: MUDANÇAS DE ÉPOCA

Desde as suas origens, o cristianismo, movimento inspirado na vida e na prática de Jesus de Nazaré, assumiu na história da humanidade a tarefa de levar o Evangelho de Jesus Cristo ao mundo. A palavra Evangelho quer dizer literalmente boa notícia. Num contexto em que imperava a dominação romana, após a morte de Jesus, seus discípulos continuaram sua pregação, e a eles foram se juntando pessoas que, aderindo à palavra por eles pregada, iam fazendo nascer a multidão dos que acreditavam no Cristo como enviado de Deus.

A evangelização, ou anúncio do Evangelho, nesse contexto, era feita em múltiplos espaços: no templo, em frente ao templo, na sinagoga, nas praças, nas ruas, nas casas. E os apóstolos assumiam como prática de vida a mesma de Jesus — caracterizada pela itinerância —, para que o anúncio chegasse a todos os povos. Pode-se dizer, então, que esse anúncio não tinha um lugar específico, mas era marcado pela mobilidade, sem se fixar necessariamente em um espaço delimitado.

Figuras de destaque nesse processo de evangelização são Pedro (discípulo de Jesus) e Paulo. Este último, que antes perseguia os cristãos, por ser judeu radical, veio a ser um dos proeminentes líderes do cristianismo.

Por meio de sua pregação, o Evangelho foi anunciado nos lugares mais distantes, entre os crentes e os gentios², que por sua vez também aderiam à mensagem anunciada. De modo particular, Paulo fez três grandes viagens missionárias, segundo o Novo Testamento, com o objetivo de anunciar a palavra de Deus, e assim foi formando as chamadas comunidades que procuravam orientar sua vida pelos ensinamentos dos apóstolos.

² A palavra *gentio* designa um não israelita — ou não pertencente ao povo de Israel, escolhido por Deus, segundo a Bíblia —, deriva do termo latino *gens* (significando “clã” ou um “grupo de famílias”) e é, muitas vezes, usada no plural. Os tradutores cristãos da Bíblia usaram essa palavra para designar coletivamente os povos e nações distintos do povo israelita. A palavra é especialmente importante em relatos sobre a história do cristianismo, para designar os povos europeus que, gradualmente, se converteram à nova religião, sob a influência do apóstolo Paulo de Tarso e de outros. O próprio Paulo nascera na atual Turquia, mas tinha sido educado no judaísmo.

Ao passar pelas cidades e ali formar comunidades, Paulo seguia viagem e, para acompanhar o crescimento na fé dos que haviam se convertido, dada a distância geográfica entre uma cidade e outra, escrevia cartas, nas quais exortava as comunidades a permanecerem firmes em sua fé. Essas cartas, organizadas no Novo Testamento, ratificam um meio simples pelo qual o cristianismo manteve comunicação com seus adeptos e mediante o qual garantia o anúncio da mensagem de Jesus Cristo a um número cada vez maior de pessoas.

Aqui nos situamos nos anos 50 d.C., data aproximadamente a partir da qual o apóstolo Paulo inicia suas viagens e envia as cartas com assuntos diversos: falando do próprio apóstolo, contando sua experiência, ou querendo saber notícias da comunidade, ou alertando para os perigos do mundo e das relações interpessoais, ou ensinando a doutrina cristã. As cartas eram nesse contexto a via de aproximação entre a igreja nascente e seus adeptos já espalhados por diferentes lugares da região da bacia do Mediterrâneo.

As cartas de Paulo fazem parte do conjunto que compõe o livro sagrado da religião cristã, a Bíblia, escrita durante aproximadamente 1.300 anos, já mesmo antes da vinda de Cristo. O que antes era contado oralmente pela tradição passou a ser grafado por escribas que registraram os relatos. Da cerâmica à celulose, até chegar aos meios digitais, a pretensão de difundir uma mensagem e contribuir para a formação da identidade cultural e religiosa é a mesma em todos os tempos. O que muda, então, é a forma ou as formas de fazer a mensagem chegar e os meios usados para responder a esse objetivo.

O que isso pode significar? Já em tempos idos, a comunicação escrita constituiu-se numa necessidade para que o cristianismo fosse difundido e acompanhado em várias partes do mundo. A igreja de Cristo nascente teve de criar estratégias de comunicação, além da conversa e da pregação em praças e templos, para que sua mensagem extrapolasse limites geográficos, lugares estáticos e pessoas específicas, ganhando um cunho de universalidade, que, aliás, foi uma característica da missão de Paulo.

O documento da Igreja *Redemptoris missio* (missão redentora, em latim)³ fez alusão à missão de Paulo, quando tratou das áreas culturais ou modernos areópagos, recordando que sua missão foi atenta em perceber espaços novos de comunicação do Evangelho aos quais procurou adaptar-se para fazer-se compreender.

Diz o documento:

Paulo, depois de ter pregado em numerosos lugares, chega a Atenas e vai ao areópago, onde anuncia o Evangelho, usando uma linguagem adaptada e compreensível para aquele ambiente (cf. *At* 17,22-31). O areópago representava, então, o centro da cultura do douto povo ateniense, e hoje pode ser tomado como símbolo dos novos ambientes onde o Evangelho deve ser proclamado (JOÃO PAULO II, 1990, art. 37c).

Hoje se fala nos novos areópagos⁴ dos tempos modernos, ou o mundo das comunicações, capaz de modificar, questionar algo estabelecido, aproximar ou distanciar, orientar a atividade missionária e promover tempos novos no âmbito da evangelização e dos princípios do cristianismo.

Com o passar dos tempos, seja pelas viagens dos apóstolos, seja pelos ícones dos primeiros cristãos, pelas iluminuras nas quais se grafavam mensagens do Evangelho, pela Bíblia traduzida em cerca de 2.400 idiomas, a Igreja Católica, dona de uma herança cujo centro é o anúncio do Evangelho, encontrou espaço para que sua missão se cumprisse, seja pela palavra pronunciada ou escrita, seja, mais tarde, pela difusão em meios mais sofisticados de comunicação que vão das badaladas dos sinos ao aplicativo, por meio do qual alguém pode conectar-se às novidades e à mensagem do Evangelho.

Estas informações podem parecer de alguma forma animadoras, mas é preciso considerar que a Igreja Católica demorou muito tempo para se colocar nesse terreno. É sobre a trajetória da Igreja e sua relação com a comunicação que trataremos agora, numa breve memória histórica, sem a pretensão de aprofundar os contextos, senão sinalizar alguns aspectos de relevância.

³ Documento pontifício do Papa João Paulo II, publicado em 7 de dezembro de 1990, dedicado ao tema da “urgência da atividade missionária” e da “validade permanente do mandato missionário”.

⁴ A expressão “centro da cultura do douto povo ateniense”, referindo-se à tribuna da célebre pregação do apóstolo Paulo, em sua passagem por Atenas, faz referência, neste caso, a um lugar ou lugares específicos de pregação.

2.1 Primeira fase: censura

É sabido que a Igreja por muito tempo assumiu uma postura de censura e repressão a tudo o que se relacionava à informação; os anais da Inquisição, iniciada no século XIII, por exemplo, já foram palco de muitas obras da literatura, da tevê e do cinema. A Inquisição levava à condenação os que insistissem em contrariar a doutrina cristã, que eram presos, julgados e, se condenados, sentenciados à fogueira inquisidora. A censura e a perseguição eram práticas que visavam inclusive à imprensa; assim como as pessoas, livros que representassem algum tipo de ameaça à moral e ao domínio da Igreja sobre o mundo eram também queimados em praça pública.

O enredo do clássico *O nome da rosa*, que retrata o contexto religioso do século XIV, é uma ratificação dessa mentalidade. As proibições severas e o controle sobre o acesso à informação faziam dos mosteiros beneditinos guardiões de arquivos secretos de códigos preciosos, parte da sabedoria grega e latina que os monges tinham a tarefa de manter em segredo. Sabe-se que, nesse período, pergaminhos com textos apócrifos⁵ eram apagados, e no lugar da escrita original se copiavam outros textos com orações e rituais litúrgicos.

Por detrás dessa situação, esconde-se a ideia de um pensamento dominante que vedava qualquer forma de acesso ao conhecimento e à informação. A mensagem cristã, com fundamentos filosóficos, era um patrimônio cujo direito de conhecimento e transmissão era reservado a um grupo seletivo dos cuidadores da fé. Em resumo, a informação restrita a alguns poucos representava dominação e poder, numa época em que se deixavam na ignorância todos os outros.

Como explicar essa hegemonia? Em meados dos séculos XIV e XV, a Igreja gozava de um *status quo* que lhe conferia o domínio por um contexto de pensamento linear, favorecido pela sociedade feudal, cujas normas aparentemente harmônicas mantinham os indivíduos reconhecidos apenas no tocante ao pensamento coletivo que garantia a manutenção feudal, negando-lhes a autonomia e a liberdade. Em suma, a Igreja era reprodutora da ordem aparente, dona da

⁵ Literalmente, “petição sem assinatura”, é o nome dado aos livros que não entraram no cânon, por definição da Igreja Católica, com a justificativa de que são livros não inspirados por Deus.

segurança social, detentora do poder disseminador da verdade, mas submissa aos mandos da monarquia.

Ao final da Idade Média, porém, despontou como surpresa diante desta ordem estabelecida o despertar de uma realidade já existente, e até então sem grandes demonstrações de rebeldia ou oposição. Paralelo ao poder hegemônico já se movimentava outro cenário social marcado por disputas e conflitos.

Neste contexto, lembramos dois acontecimentos históricos que provocaram uma rachadura nas fortalezas da Igreja Católica, até então tidas como inabaláveis: a reforma de Martinho Lutero e suas contestações sobre o poder eclesiástico — a Reforma protestante⁶ —, e o surgimento da tipografia, por obra de Gutenberg.

E o que esses dois acontecimentos tinham em comum? De que modo influenciaram o desencadeamento de uma crise na Igreja?

Lutero deixava exposto em seus empreendimentos que as verdades da fé e da moral cristã eram um terreno delicado, no qual se podiam ver incoerências. Contestava o valor das indulgências vendidas pela Igreja como possibilidade de salvação e, por isso, dela se separou. Não só por esse motivo, sua ação foi causa de crise na Igreja, porque tornou a Bíblia um livro acessível, tendo-o traduzido para o alemão e não para o latim, língua oficial da Igreja Católica, alegando que a letra latina impedia os alemães de falarem sua língua com fluência. Desta forma, causou grande impacto na cultura e na sociedade alemã.

Essa questão de grafia, embora nos pareça algo insignificante ou simplesmente “bairrista”, tinha suas consequências para o mundo religioso; estava instalada aí a ideia do combate entre duas linhas diferentes. A letra definia a boa e a má religião. A de Lutero e a do papa. Foi a partir daí também que a Bíblia chegou à tradução para diversas línguas.

O surgimento da imprensa de Gutenberg, por sua vez, colocava agora, nas mãos e sob os olhos da sociedade, ideias contrárias aos valores e tradições da Igreja. Se a Igreja e o sistema feudal apregoavam a detenção do poder nas mãos de alguns poucos, a imprensa outorgou a esse suposto poder uma nova configuração; o conhecimento, agora, era um privilégio de quem o desejasse disseminar, ou seja,

⁶ Movimento reformista cristão, iniciado por Martinho Lutero, que protestou contra alguns pontos da doutrina cristã, propondo a reforma do catolicismo.

qualquer um podia produzir, informar, conhecer, sem a necessidade de fazê-lo sob a ordem de um grupo restrito ou para um grupo restrito; a sociedade estava aberta a qualquer espécie de produção literária.

O impacto causado por essa novidade colocava em risco a antiga prática de apagar o que não estivesse de acordo com a doutrina eclesial ou com a tradição cristã. Se antes era possível apagar e modificar um texto, agora, tendo-se tornado público, essa prática já não era possível, pois o domínio da Igreja sobre as publicações estava em via de derrocada.

Assim, o invento que *a priori* foi recebido com certa simpatia passou a ser visto como uma ameaça, um mal a ser combatido, censurado, por ter sido usado sem por ela ser controlado e por não se limitar a servir a seus interesses.

Por esse motivo e para assegurar sua primazia, legitimidade e controle sobre a informação e o pensamento, a Igreja abre expressivamente sua posição contrária ao poder que a imprensa de então havia tão rapidamente legado aos de “casta” inferior.

De acordo com Costella,

o invento de Gutenberg barateou o livro, tornando as informações acessíveis a maior número de pessoas. Os livros manuscritos eram caríssimos, principalmente porque exigiam sempre o mesmo trabalho, o mesmo tempo de feitura, a mesma mão-de-obra enfim, qualquer que fosse o número de exemplares produzidos. Ao copiar cada livro, o copista era obrigado a reescrevê-lo da primeira até a última página (2002, p. 58).

A explicação do autor deixa clara a grande importância e responsabilidade da imprensa para a expansão da Reforma, nesse momento em que a Igreja Católica se vê abalada. Podemos dizer que a grande ruptura da Igreja deve-se à tecnologia dessa época, que acelerou os processos produtivos e conseqüentemente o acesso à informação, atingindo o mundo católico. Um copista, profissão de elite até então, não conseguiria acompanhar a velocidade da imprensa, tampouco corrigir ou alterar o que nela se produzia, em tempo hábil.

Assim, a produção em grande massa foi a responsável pela disseminação de ideias e informações, sem que delas se tivesse controle. Qualquer pessoa podia produzir e uma grande maioria, não somente a elite, podia ler. Já nessa época, caracterizada como um invento de mobilidade, a imprensa tornou-se responsável por espalhar ideias políticas rapidamente e reforçar os estudos científicos.

Ora estava instalado um novo tempo, o das verdades não absolutas como pretendia a Igreja e o feudo; a autoridade da Igreja estava reduzida, o mundo teológico ameaçado, o novo invento era o prenúncio da crise. Era a fase das contestações e do pensamento não linear.

Essas mudanças provocaram, conseqüentemente, um novo jeito de olhar o mundo e o ser humano, um novo jeito de estabelecer relações na sociedade.

Até aqui a produção era para controle e não para ser multiplicada. Lutero serviu-se da imprensa para criar polos multiplicadores da doutrina cristã e a Igreja Católica não acompanhou esse modo de pensar, tinha a ideia fixa no controle, não se colocava nessa mesma dinâmica, ficando, então abalada pela novidade, reafirmando sua postura dominadora.

A ameaça ao poder instituído teve então como resposta a repressão, que veio de maneira ainda mais autoritária, legitimada em nome da fé, da qual a Igreja se denominava a mãe e guardiã.

Em 1569, sob o pontificado do papa Pio V, juntamente com Gregório XIII e Xisto V, declarou-se a rejeição aos que difamavam a Igreja, valendo-se da instauração da denominada Contrarreforma, reação à Reforma Protestante, promulgada no Concílio de Trento, cujo objetivo foi estreitar a união da Igreja Católica e reprimir os abusos contra sua doutrina.

A resposta a esta realidade foi o controle do que podia ou não ser acessível aos católicos, iniciando então o combate, confrontando a imprensa, impondo-lhe a condição de submeter todo o conteúdo impresso à sua avaliação. É nesse contexto que foi instaurado o tribunal repressor da Inquisição⁷; agir sem autorização desse tribunal implicaria penas severas que podiam variar de multas e tortura a muitas vezes excomunhão ou mesmo condenação à morte.

Em Trento foi criado o *Index librorum prohibitorum*, relação de livros contrários aos dogmas e ideias defendidas pela Igreja Católica. Qualquer pessoa flagrada com materiais dessa natureza era severamente punida. Desta forma, acreditava-se que era possível inibir ou mesmo impedir o avanço de outras doutrinas, garantindo à Igreja Católica a manutenção do controle cultural.

⁷ Tribunal religioso fundado pelo Papa Gregório IX na Idade Média para condenar todos aqueles que eram contra os dogmas (verdades de fé que não se discutem) pregados pela Igreja Católica.

Essa postura, por sua vez, colaborou para o crescimento da revolta das forças opositoras e para acelerar os empreendimentos de Lutero, que, graças a isso, conquistou a simpatia dos nobres e disseminou suas ideias servindo-se da imprensa combatida pela hierarquia católica, ganhando espaço social e reconhecimento, enquanto a Igreja se distanciava e retardava sua inserção nos meios de comunicação.

Não nos interessa aqui entrar em detalhes sobre o que foi o tribunal da Inquisição, senão sinalizar sua participação na história da Igreja e sua relação com os meios de comunicação, informação e disseminação de mensagem.

Esta fase de conflitos se estenderá até o século XIX como marca da relação entre a Igreja e os meios de comunicação, e desse cenário de confrontos nasceria o primeiro documento da Igreja sobre a imprensa.

Foi em 1487 que o Papa Inocêncio publicou a constituição *Inter multiplices*⁸, cujo conteúdo continuava a ser a busca de legitimação do poder da Igreja sobre o conhecimento.

Não somente o papa deixa clara a sua preocupação com os fiéis e um possível abalo da fé em decorrência das publicações, como também a pretensão de controle sobre o que era produzido. Além deste, outros documentos foram publicados, como a *Christiane republicae* do papa Clemente XIII, no ano de 1766.

2.2 Segunda fase: reconhecimento reticente

Foi o papa Leão XIII que deu o passo que despertou na Igreja a consciência de que deveria não somente combater, mas também divulgar sua mensagem servindo-se da tecnologia por ela combatida.

Essa novidade abre caminho para outra fase da Igreja em sua relação com os meios de comunicação. Não mais tão contundente, ela vê, agora, na tecnologia uma via de difusão de sua mensagem, embora se mantenha um tanto reticente. É o que

⁸ Primeiro documento da Igreja a falar sobre a mídia, exigindo censura para as publicações consideradas contrárias à fé e à moral cristã. Tradução do título, em latim: “entre muitos”.

chamamos de segunda fase da relação da Igreja Católica com o mundo da comunicação.

A abertura de Leão XIII tem algumas repercussões na Igreja e na sociedade, e sua época marcou a nova fase da vida eclesial, agora com um olhar para o mundo e com uma postura menos inflexível em relação à imprensa. Nesse período, assinala-se a primeira audiência coletiva de um papa à imprensa, no ano de 1879. No seu parecer, se a sociedade utilizava-se dos meios de comunicação para difundir o mal, a Igreja o fazia para combatê-lo, deixando de ignorar esses meios, mas usando-os como uma ferramenta a seu favor.

Já se pode falar, a partir de agora, de uma visão menos rígida por parte da Igreja, que vê não somente algo de negativo nos meios de comunicação, mas sua utilidade para a missão. De qualquer modo, mantém-se cautelosa. Esse período data de 1878 a 1939, e nele já temos o surgimento do rádio e do cinema.

Parece-nos que demos um salto entre uma fase e outra, sem descrever o processo feito da imprensa ao cinema, mas foi exatamente o que aconteceu. É um período longo vivido pela Igreja Católica sem inovações, o que poderá custar um pouco caro no futuro.

O ano de 1936 marca a criação da Organização Católica Internacional para o Cinema, e a publicação da *Vigilanti cura*⁹, que traz em seu texto parágrafos que falam do poder do cinema enquanto veículo de comunicação e formação de opinião.

O documento tem a função de cercear a liberdade das produções e traz três indicações práticas por parte da Igreja: abstenção de filmes que ofendam a verdade e as instituições cristãs; elaboração de um índice, boletim que elenca os filmes permitidos e os prejudiciais; criação de uma “junta nacional” permanente de revisão do “índice”. Esta última tem um triplo objetivo: promover a produção de bons filmes, classificar os outros e divulgar o julgamento ao clero e aos fiéis.

É importante lembrar que a *Vigilanti cura* vem de um processo de grandes mudanças ocorridas no século XX, com o aparecimento de novas tecnologias, principalmente no campo cinematográfico. A inovação trazida pela *motion picture*, imagem em movimento, tem forte impacto no imaginário de quem consome este

⁹ “Cuidado vigilante”, em latim.

bem material. O que se via nas telas influenciava o modo de pensar das pessoas e conseqüentemente afetava as relações, as crenças, a leitura de mundo, além de despertar desejos considerados mundanos nos telespectadores, tais como reproduzir no cotidiano práticas, modos e costumes dos personagens. É neste contexto que a Igreja se vê na necessidade de dizer a sua palavra, de se fazer ouvir e de alertar a sociedade e os fiéis sobre os malefícios que o cinema podia fazer à moral, prestando desserviço à humanidade.

A *Vigilanti cura*, ligada à “Legião da Decência”, uma cruzada fundada pelos bispos norte-americanos, cujo intuito era colocar em evidência os ideais da moral cristã no âmbito das produções cinematográficas, bem como reprimir os abusos de suas representações, quis que o cinema estivesse a serviço do aperfeiçoamento da pessoa humana e o criticou veementemente, como se lê a seguir:

Já na encíclica *Divini illius magistri* lamentamos “que tais poderosos meios de divulgação, que podem ser, quando inspirados por princípios sãos, de grande utilidade para a instrução e educação, são muitas vezes desgraçadamente subordinados ao fomento dos instintos maus, à avidez do lucro” (PIO XII, 1936, par. 4).

Não era intenção da Legião condenar o cinema e sua influência na sociedade, mas mostrar que muito além de um instrumento de distração ou diversão deveria ele ser um propagador de virtude na mente de seus espectadores e colaborar para a integridade da vida.

E ainda recentemente, no mês de abril último, recebendo em audiência um grupo de delegados do Congresso Internacional da Imprensa do Cinema, realizado em Roma, expúnhamos de novo o gravíssimo problema e exortávamos com ardor todas as pessoas cordatas, não só em nome da religião, mas também em nome do verdadeiro bem-estar moral e civil dos povos, de envidar todos os esforços, de usar de todos os meios, principalmente da imprensa, para que o cinema se torne cada vez mais um elemento precioso de instrução e de educação, e não de destruição e de ruína para as almas (PIO XII, 1936, par. 5).

Nota-se que a grande preocupação com o cinema é a mesma que desencadeou uma oposição à imprensa. O papa e os bispos justificavam sua atitude reticente ao cinema em nome da virtude da fé, nesse momento abalada pela influência que a nova tecnologia exercia na vida das pessoas, podendo tornar-se algo pernicioso para a moral e a religião.

O documento fala de um acordo firmado com os diretores de cinema, que consistia em comprometerem-se solenemente a proteger no futuro a moralidade dos frequentadores. Esse acordo foi firmado em 1930, nos Estados Unidos, perante

indivíduos da sociedade, e deixava expressa a proibição de exibição de qualquer conteúdo que viesse a rebaixar o moral ou ferisse a lei natural humana, violando-a (cf. PIO XII, 1936, par. 7). O acordo não foi cumprido conforme se pensava e mais tarde o cinema reincidiu na exibição de filmes que atentavam contra a moral. É o que se pode ler a seguir:

No entanto, apesar desta prudente determinação tomada espontaneamente, os responsáveis e os fabricantes de filmes não puderam ou formalmente não quiseram submeter-se aos princípios a cuja observância se tinham obrigado. Tendo este compromisso sido quase nulo e prosseguindo a exibição do vício e do crime no cinema, todo homem probo, que procura uma honesta diversão, vê-se as mais das vezes obrigado a ficar longe destes espetáculos (PIO XII, 1936, par. 8).

No decorrer dos anos, a Igreja dedicou-se à reflexão sobre os modos de combater os abusos das novas tecnologias contra a moral. A criação de uma comissão pontifícia para o cinema, o rádio e a televisão, em 1954, com sede no próprio Vaticano, é um exemplo caro do quanto a Igreja lutou em relação aos meios difusores. Seu estatuto foi composto de sete artigos nos quais constavam o modo de organização e a intenção da comissão.

A Pontifícia Comissão de Cinematografia, Rádio e Televisão é o órgão da Santa Sé para o estudo dos problemas do cinema, rádio e televisão, que estão relacionados à fé e à moral (VATICANO, 1954, art. 2º).

A Pontifícia Comissão de Cinematografia, Rádio e Televisão tem a função de seguir a doutrina e as atitudes práticas de produção de filmes e de programas de rádio e televisão, de dirigir a atividade dos católicos e promover a aplicação das regras diretivas emitidas pela Autoridade Eclesiástica Suprema (VATICANO, 1954, art. 3º).

A Igreja demorou a perceber que o cinema, o rádio e a tevê não se resumiam apenas a inventos cujo legado era nocivo à sociedade, até que o Papa Pio XII publicou a *Miranda prorsus*, a segunda encíclica sobre os meios de comunicação, no ano de 1957. Essa encíclica é fruto de um trabalho árduo de muitas palestras nas quais se ouviam profissionais da comunicação daquela época, numa sociedade democrática. A *Miranda prorsus* faz a primeira grande síntese da doutrina da Igreja Católica sobre a comunicação social. Tratou do cinema, do rádio e da televisão sob a denominação comum de “comunicação”. Dividido em quatro seções, o documento deixa expressas as preocupações de Pio XII.

Pode-se dizer que essa encíclica é a abertura de portas à comunicação. Pela primeira vez se reconhece que para além do cunho negativo os meios de

comunicação são expressão da criatividade e do talento do ser humano, dádiva de Deus. Essa expressão está dita da seguinte forma:

Os maravilhosos progressos técnicos, de que se gloriam os nossos tempos, sem dúvida são fruto do engenho e do trabalho humano, mas são primeiro que tudo dons de Deus, Criador do homem e inspirador de todas as obras; “não só produziu as criaturas, mas uma vez produzidas defende-as e protege-as” (PIO XII, 1957, p. 1).

O documento, porém, mantém seu caráter de controle, já que seu objetivo é deixar claras as regras que devem regulamentar o trabalho dos produtores e diretores dos três meios, rádio, cinema e televisão, em caráter de advertência. Ele retoma diretivas de documentos anteriores, dando uma característica de renovação, muito embora seja ainda marcado pela censura e pela vigilância, que devem ser feitas não somente por parte da Igreja, mas pelas autoridades civis e pelos organismos nacionais.

Tendo Nós considerado detidamente as perspectivas apostólicas de tais técnicas, e também a necessidade de defender a moralidade do povo cristão, muitas vezes ameaçado infelizmente pelo espetáculo corruptor, desejamos que em todos os países, onde tais organismos ainda não existem, se criem sem demora e sejam confiados a pessoas competentes, sob a direção dum sacerdote escolhido pelos Bispos.

Recomendamos também que em cada nação as respectivas entidades para o cinema, a rádio e a televisão — quando não dependem dum Organismo único — colaborem umas com as outras; e que os fiéis, e sobretudo os membros das Associações Católicas, sejam devidamente esclarecidos sobre a necessidade de garantirem com o apoio comum o eficaz funcionamento delas (PIO XII, 1957, p. 10).

Detalhe importante nas sessões desse documento é uma menção ao interesse do público pelos programas religiosos transmitidos pela televisão. Embora faça a ressalva de que a participação física às cerimônias litúrgicas não pode ser substituída pela transmissão televisiva, concorda que as pessoas impossibilitadas da participação presente também usufruem dos frutos espirituais que a liturgia oferece; isso induz ao encorajamento das transmissões.

2.3 Terceira fase: novos ares, nova visão

O Concílio¹⁰ Vaticano II marca uma nova fase para a Igreja Católica; historicamente falando, é a fase de abertura, que se estendeu também aos meios de comunicação. De caráter ecumênico, o Vaticano II quis ser um momento de atualização da Igreja, caracterizado por profundas mudanças nos campos social, científico e religioso, um momento de a Igreja Católica repensar sua prática, impulsionada pelas grandes mudanças do mundo contemporâneo de proporções globais que abalaram a Igreja e exigiam um discernimento à luz da Palavra de Deus.

No parecer de Gasparetto (2011), foi preciso que ocorresse o Vaticano II para que a Igreja assumisse a necessidade de repensar seu ponto de vista a respeito da comunicação e das mudanças ocorridas na sociedade. Nesse Concílio, foram convidadas pessoas responsáveis pelos meios de comunicação, entre as quais políticos, cientistas, criadores de arte, empresários e operários, para empreenderem juntos uma nova reflexão a respeito das comunicações no trabalho de evangelização, convidando os católicos a recuperarem o tempo perdido utilizando-se dos novos meios. O debate passa, então, da preocupação com as novas mídias para o reconhecimento de que elas constituem uma das “maravilhas” do mundo moderno.

Anterior ao Vaticano II, o Vaticano I, que aconteceu entre 1869 a 1870, convocado pelo papa Pio IX, quis definir a infalibilidade papal em sua autoridade doutrinária, em tudo o que dissesse respeito à fé e à moralidade, num mundo marcado pela democratização da instituição.

O que dizer do contexto social do Vaticano II? Segundo Libânio,

economicamente se firmava o milagre econômico europeu na reconstrução da Europa com substancial ajuda americana depois da terrível destruição da Segunda Guerra Mundial. Politicamente, a democracia se firmava após a derrota do nazismo e do fascismo. O lado ocidental europeu contrastava com o regime comunista do Leste, ao agitar a bandeira da liberdade. Viviam-se ainda os anos da Guerra Fria. A revolução maior se processava no campo cultural. Telegraficamente explodiam, no final da década de 1950 e início de 1960, surtos libertários no meio juvenil nos Estados Unidos que eclodirão em Paris em maio de 1968. A secularização caminhava

¹⁰ Reunião de autoridades eclesiais e de teólogos, como um esforço comum da Igreja para a preservação de sua tradição, a discussão dos problemas que a afetam e a manutenção da doutrina da fé.

rapidamente afetando estruturas religiosas (WOLFART; DALLA ROSA, 2012, [on-line]).

Havia algum tempo os ventos e os rumores da modernidade vinham já causando desestabilidade nas instituições eclesiais. A ciência, a afirmação da autonomia absoluta do sujeito, as ideias do marxismo, tudo isso havia provocado mudanças radicais no modo de vida e no pensamento social. Assinala-se, assim, o fim da hegemonia da Igreja Católica e dos reclamos de Lutero em relação e em oposição a ela.

Borbulhavam no interior da Igreja aspirações ainda contidas pelo hierático pontificado de Pio XII. Aliás, ele mesmo já abrira algumas portas da Igreja, pelo menos para dois grandes movimentos: bíblico e litúrgico. Agora, multiplicados, agitavam a Igreja no interior do Concílio (WOLFART; DALLA ROSA, 2012, [on-line]).

O decreto *Inter mirifica* foi um dos dezesseis aprovados pelo Concílio. Esse decreto assinala a primeira vez que um concílio geral da Igreja se volta para a questão da comunicação. Diz-se que por meio dele a Igreja se reconcilia simbolicamente com a sociedade moderna. É a primeira vez que um documento universal da Igreja assegura a obrigação da utilização dos instrumentos de comunicação social para a missão pastoral. Além disso, o *Inter mirifica* apresenta a primeira orientação geral da Igreja para o clero e para os leigos sobre o emprego dos meios de comunicação social.

A assinatura data de 4 de dezembro de 1963, mas sua aprovação não veio sem tensões por diversos motivos, entre eles o fato de não ter sido uma proposta enviada por todos os países do mundo. Numa proporção numérica, sabe-se que das mais de nove mil contribuições enviadas para o Concílio, somente 18 faziam referência às mídias; além do mais, não foi um tema que apareceu nas páginas da pauta da comissão preparatória do Concílio. Um secretariado especial foi criado de última hora, denominado Secretariado para a Imprensa e Espectáculos, e nele se esboçou o documento *Inter mirifica*, depois aprovado pela Comissão Preparatória Central do Concílio.

Além da pouca representatividade do tema, parte do clero e jornalistas da Europa considerava o documento vago e indigno de um decreto conciliar.

Algumas correntes denunciaram-no como moralista, fechado e de mentalidade pré-conciliar. Outras reclamaram dele a falta de um rosto teológico e

dogmático. A crítica francesa, divulgada em *Le Monde*, *Le Fígaro* e *La Croix*, se opôs ao esquema, alegando que carecia de conteúdo teológico, de profundidade filosófica e de fundamento sociológico (BARAGLI apud PUNTEL, 1994, p. 55).

A corrente alemã assinada por 97 padres chegou a propor novo estudo e novo esquema para o documento. Diziam, em folhetim distribuído na Praça de São Pedro, que o documento não era digno de figurar entre os decretos conciliares, não refletia os anseios do povo, assim como dos entendidos do assunto. Com essa justificativa, os alemães solicitavam aos bispos que optassem pelo *non placet* (não satisfaz). Essa manifestação foi causa de uma votação tensa, que conferiu ao *Inter mirifica* a marca de documento com maior quantidade de votos negativos em um concílio.

Mesmo assim o *Inter mirifica* assegurou pela primeira vez a obrigação e o direito do uso dos meios de comunicação para a evangelização. Foi só a partir daí que a Igreja passou a ter uma posição definida e oficial sobre o assunto. Como se pode ler abaixo, ela compreende que em sua missão ou obrigação de pregar a mensagem da salvação deve utilizar-se dos recursos de comunicação social, anda que não abra mão da ideia do controle sobre o “certo e o errado”¹¹.

A Igreja Católica, tendo sido constituída por Cristo Nosso Senhor, a fim de levar a salvação a todos os homens e, por isso, impelida pela necessidade de evangelizar, considera como sua obrigação pregar a mensagem de salvação, também com o recurso dos instrumentos de comunicação social, e ensinar aos homens seu correto uso. Portanto, pertence à Igreja o direito natural de empregar e possuir toda sorte desses instrumentos, enquanto necessários e úteis à educação cristã e a toda a sua obra de salvação das almas (CONCÍLIO VATICANO II, 1963, art. 3).

O artigo 12 do *Inter mirifica* foi alvo de críticas e muita polêmica, por ter gerado dificuldade em sua interpretação sobre a quem competiria resguardar a justiça, a liberdade e os direitos do cidadão no que se refere ao bem comum a que se ordenam os meios de comunicação. O texto fala, no mesmo parágrafo, de *civilis auctoritas* (autoridade civil), em lugar de *publica potestas* (poder público). Isso quer dizer que atribui o mesmo sentido e dever às duas instâncias, mas as traduções acabaram por considerar apenas a sociedade civil. Eis o que diz o polêmico artigo:

¹¹ Os termos aparecem entre aspas justificando a ideia de que certo e errado, nos dias de hoje, são conceitos que assumem caráter de relatividade e dependem de pontos de vista, semântica ou contextos.

As autoridades civis têm peculiares deveres nesta matéria em razão do bem comum ao qual se ordenam estes meios. Em virtude da sua autoridade e em função da mesma, compete-lhes defender e tutelar a verdadeira e justa liberdade de que a sociedade moderna necessita inteiramente para seu proveito, sobretudo no que se refere à imprensa; promover a religião, a cultura e as belas artes; defender os receptores, para que possam gozar livremente dos seus legítimos direitos. Por outro lado, à autoridade civil compete fomentar aquelas iniciativas que, sendo especialmente úteis à juventude, não poderiam de outro modo ser realizadas.

Por último, a mesma autoridade pública, que legitimamente se ocupa da saúde dos cidadãos, está obrigada a procurar justa e zelosamente, mediante a oportuna promulgação e diligente execução das leis, que não se cause dano aos costumes e ao progresso da sociedade através de um mau uso destes meios de comunicação. Essa cuidada diligência não restringe, de modo algum, a liberdade dos indivíduos ou das associações, sobretudo quando faltam as devidas precauções por parte daqueles que, por motivo do seu ofício, manejam estes meios (CONCÍLIO VATICANO II, 1963, art. 12).

Além disso, a imprensa europeia o considerou contrário à liberdade de imprensa. Segundo Puntel (1994), a Igreja deveria ter consultado peritos na área para oferecerem soluções mais adequadas à proposta. Alguns comentaristas concordam ainda em que, se ele tivesse sido discutido não só ao final do Concílio, que durou cerca de quatro anos, mas desde a sua convocação, teria sido mais enriquecido com novas tendências e novos desafios aos quais a Igreja e a sociedade procurariam responder.

Na opinião de Puntel (1994), a maior contribuição do *Inter mirifica* foi sua assertiva sobre o direito de informação: “É intrínseco à sociedade humana o direito à informação sobre aqueles assuntos que interessam aos homens e às mulheres, quer tomados individualmente, quer reunidos em sociedade, conforme as condições de cada um (CONCÍLIO VATICANO II, 1963, art. 5)”. Essa afirmação parece dizer que a Igreja vê na comunicação não apenas um veículo de interesses econômicos, mas um bem social.

O documento trouxe também outra novidade, o emprego dos meios à disposição no trabalho pastoral; para isso, clero e laicato foram convidados a empregá-los em suas tarefas. O *Inter mirifica* foi impulso para o decreto do Dia Mundial das Comunicações e a criação da Pontifícia Comissão para as Comunicações Sociais (futuro Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais),

no pontificado de Paulo VI, em 1964. O primeiro trabalho dessa comissão foi a promulgação da instrução pastoral *Communio et progressio*¹², feita em 1971.

A *Communio et progressio* tem características diferenciadas do *Inter mirifica* e de outros documentos até então publicados, a começar pelo fato de não ser uma encíclica ou um documento; depois, por seu caráter pastoral, não mais normativo. Ele retoma algumas convicções do *Inter mirifica*, naturalmente, porém com uma linguagem mais compreensiva. Esperança e otimismo são relevantes, deixando de lado o viés dogmático. É um dos documentos mais analíticos e menos preconceituosos em relação à comunicação.

Mas a *Communio et progressio* apresenta uma fragilidade. Apesar de sua mudança de mentalidade — a comunicação já não é vista como um perigo e sim como meio benéfico a dispor —, a mídia é posta como um âmbito de progresso idealista, a ser desenvolvido numa sociedade perfeita, sem tensões internas; isso nega as tensões existentes, tão fortemente marcadas nos documentos anteriores.

A partir da *Communio et progressio*, a Igreja viveu um longo período de silêncio, cerca de 21 anos, em época marcada por grandes modificações sociais e tecnológicas no campo midiático, inclusive a passagem da era analógica para a digital.

Após o silêncio, foi publicada uma exortação contra a violência e a pornografia, como forma de resposta à presença desse temas nos meios de comunicação. Assim como todos os outros, o documento apresenta a realidade, suas causas e efeitos, bem como soluções para erradicar o mal em questão.

O documento intitulado *Pornografia e violência nas comunicações sociais: uma resposta pastoral*, publicado em 1989, alerta para as mudanças ocorridas no modo de perceber os valores morais e na maneira de pensar e de agir das pessoas, apontando os meios de comunicação como uma via importante, com o papel de intervir nessas transformações, na medida em que introduzem e refletem novos modos de vida. Os meios de comunicação social, apesar de prestarem grande serviço à humanidade e à dignidade da pessoa, podem também se converter em

¹² “Comunhão e progresso”, em latim.

instrumento contrário aos desígnios de Deus e estar a serviço do mal, quando propagam ou incitam a violência em seus conteúdos.

O artigo 6 assim reza:

A pornografia e a exaltação da violência são velhas realidades da condição humana que evidenciam a componente mais torpe da natureza humana decaída pelo pecado. Durante o último quarto de século adquiriram uma amplitude nova e passaram a constituir um sério problema social. Enquanto cresce a confusão a respeito das normas morais, as comunicações tornaram a pornografia e a violência acessíveis ao grande público, inclusive crianças e jovens. Este problema, que antes permanecia confinado ao âmbito dos países ricos, começou, com a comunicação moderna, a corromper os valores morais das nações em desenvolvimento (PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, 1989, art. 6).

De modo explícito, fala-se da preocupação que as famílias expressam com o conteúdo escrito, televisionado ou difundido pelo rádio, uma vez que atenta contra os valores, e se negam a aceitar que sejam destruídos por responsabilidade destes meios que o produzem. Denuncia-se ainda o interesse lucrativo e o desequilíbrio que a pornografia e a violência geram nas pessoas, pois podem levar à dependência. Além disso, esse mercado, diz o documento, faz parte do crime organizado em muitos países. O documento condena a liberdade de expressão entendida como ausência de limites e de critérios humanos, quando diz que

a responsabilidade pública de promover o bem moral dos jovens, de garantir o respeito às mulheres e a proteção da vida privada e da decência pública mostra claramente que a liberdade não pode equiparar-se à libertinagem (PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, 1989, art. 20).

Foi somente no ano de 1990 que o *Redemptoris missio*, já no pontificado de João Paulo II, referiu-se aos novos areópagos modernos como lugar de missão e viu o contexto comunicativo como nova cultura (cf. PUNTEL, 2010).

O primeiro areópago dos tempos modernos é o *mundo das comunicações*, que está a unificar a humanidade, transformando-a — como se costuma dizer — na “aldeia global”. Talvez se tenha descuidado um pouco este areópago: deu-se preferência a outros instrumentos para o anúncio evangélico e para a formação, enquanto os *mass media* foram deixados à iniciativa de particulares ou de pequenos grupos, entrando apenas secundariamente na programação pastoral (JOÃO PAULO II, 1990, art. 37c).

Em termos de mídias, a década de 1990 trouxe algumas novidades, tais como a diminuição no tamanho do telefone celular, que se tornou uma das necessidades da modernidade, o crescimento da internet pela queda no custo do computador, as mídias baseadas em CD agora aperfeiçoadas para DVD.

A trajetória que até aqui se buscou apresentar é descrita por Puntel (2010) como quatro fases que caracterizam as relações entre a Igreja e a comunicação, assim identificadas:

A primeira fase é apresentada como aquela em que a Igreja assume postura rígida e autoritária perante os novos inventos tecnológicos, orientada pela censura e pela repressão. Fase em que o tribunal da Inquisição controla em nome da Igreja a intermediação entre o saber produzido e sua difusão na sociedade.

A segunda fase é o que podemos chamar de período de aceitação cautelosa ou desconfiada dos novos meios de comunicação, com sério controle da imprensa e vigilância sobre as produções radiofônicas e cinematográficas. Apesar disso, impelida pelas rápidas transformações da sociedade, a Igreja começa a servir-se desses meios para difundir sua mensagem.

A terceira fase mostra características de uma sociedade movida pela velocidade e a Igreja tentando adaptar-se ao mundo moderno, sob a necessidade imperiosa de *aggiornamento*, com a convocação do Concílio Vaticano II. Assim, se antes moldava sua postura pela recusa das novidades da comunicação, agora assume a atitude até mesmo ingênua de evangelizar pelos meios de comunicação, vendo nos meios eletrônicos uma possibilidade de ampliar a difusão de sua mensagem (MARQUES DE MELO apud PUNTEL, 2010).

A quarta fase já se refere à presença da Igreja na América Latina, com a aproximação (ou reaproximação) da Igreja das classes populares, e aponta uma relação com a comunicação não mais nos padrões anteriores; agora, a Igreja repensa a comunicação e não vê nela uma baliza para sua postura, mas começa a olhá-la criticamente, deixando a ideia de que a comunicação poderá resolver os problemas da ação evangélica. É momento de estimular a criação de meios populares de evangelização.

Apresenta a autora, ainda, uma *quinta fase*, que seria a da “reviravolta”, marcada pela evolução do pensamento que começa a tomar corpo, afirmando seu modo de se comunicar na e pela cultura midiática, “seja para o esforço e estímulo em usar as mídias, seja para disponibilizar recursos de formação para aprender a usar os novos meios” (PUNTEL, 2010, p. 132).

A obra *Novas Comunidades Católicas: em busca do espaço pós-moderno* elucida o contraponto entre o novo e o velho estilo de evangelização, buscando apontar caminhos teológicos na compreensão do catolicismo midiático. Organizada por Carranza, Mariz e Camurça (2009), ajuda a compreender uma realidade nova dentro da Igreja Católica, a partir de sua inserção no universo midiático como meio de evangelização, assim como ilustra bem o que tentamos expor até aqui.

Faz parte de um consenso dentro de uma sociologia do catolicismo contemporâneo a ideia de que a Igreja católica por muito tempo “ficou de costas” para os modernos meios de comunicação de massa. No entanto é possível que tal fato não se deva a uma negligência desta instituição, que sempre procurou moldar a sociedade à sua imagem e semelhança nas chamadas “teocracias” e “cristandades”, assim como nas diversas “concordatas” assinadas com os estados nacionais modernos, visando garantir a manutenção de sua influência naquelas sociedades. Da modernidade por excelência, que são os meios de comunicação de massa e os hábitos de consumo e estilo de vida que eles visam forjar, havia toda uma incompatibilidade de visão de mundo entre a Igreja e a sociedade de consumo moderna, que para ela significava lugar da promiscuidade moral e de valores supérfluos, contra os quais se bateu por muito tempo (CARRANZA; MARIZ; CAMURÇA, 2009, p. 62).

A história nos mostra que o caminhar da Igreja no campo da comunicação tem muitos tropeços, que podem advir da tentativa de manter o controle, em um período, ou de dizer uma palavra condizente à sociedade de cada época.

A trajetória da Igreja é marcada por processos diferentes, que muito têm a ver com visão de mundo, relações com ele estabelecidas e preocupações advindas dessas relações. A preocupação com a moral e a doutrina é um viés sempre presente e, por este motivo, também um dos pontos de tensão entre Igreja, sociedade e meios de comunicação.

De qualquer forma, nos diz Gasparetto (2011), a Igreja apresenta, no decorrer dos tempos, uma posição ambígua e permeada por diversas problemáticas em diferentes contextos. O autor acrescenta que o momento em que a Igreja explicita sua crítica às comunicações é exatamente o momento de desencanto do mundo, em decorrência do racionalismo e do iluminismo.

Essa fase termina com a realização do Concílio Vaticano II, momento em que acontece a religação, a aliança da técnica com o sensorial, denominada como reencantamento, já que a razão havia afetado as relações entre as pessoas e a mídia se apresentou como motivadora e estabelecadora do que se havia perdido, por meio do lúdico e do simbólico.

Dado curioso, no entanto, é que toda a evolução da Igreja nesse aspecto foi gerada no interior de movimentos leigos, ligados à Renovação Carismática Católica, que a faz sair de uma posição intelectual para a interação com as questões do cotidiano das pessoas.

3 MUDIATIZAÇÃO DA RELIGIÃO: NOVA LINGUAGEM, NOVA AMBIÊNCIA

Na seção anterior, pudemos acompanhar o processo de evolução da Igreja em sua relação com a comunicação, a partir de dados históricos, principalmente mediante alguns documentos sobre este tema, nos quais encontramos explícitas as condições dessa relação, não raras vezes conflitiva.

Foi preciso o acontecimento do Vaticano II para que a Igreja fizesse uma revisão de sua ação evangelizadora no que concerne aos meios de comunicação, reconhecendo positivamente sua contribuição para uma sociedade secularizada, que afetou o modo de vida das pessoas e, conseqüentemente, suas relações. Foi o caráter simbólico e lúdico da mídia, segundo Gasparetto (2011), que colaborou para se restabelecer o encantamento que se havia pedido.

A partir do Vaticano II desencadeia-se um debate sobre o uso dos novos meios de comunicação, passando da preocupação com o avanço destes para o reconhecimento de que eles constituem uma via de reconciliação da Igreja com a sociedade. Tal desejo está expresso no decreto *Inter mirifica*.

Cabe, agora, compreender como a midiatização organiza o funcionamento das práticas religiosas nos dias atuais, considerando o fato de que o fenômeno midiático exige da religião uma adequação ou negociação com as novas formas de sua mediação.

Antes, porém, é necessário situar-nos de maneira breve no contexto do advento midiático, que passará a ter um papel fundamental nos meios utilizados pela Igreja Católica, para que ela possa continuar dizendo sua palavra nesta sociedade secularizada.

O final do século passado trouxe ao mundo contemporâneo, no campo da comunicação, mudanças significativas, de modo particular os recursos de comunicação digital, que obrigaram vários setores da sociedade a se distanciarem de formas tradicionais e se apropriarem de meios mais rápidos e interativos na veiculação de informações e construção do conhecimento.

A cibercultura, desenvolvida na década de 1970, vinculada aos computadores pessoais e que hoje está firmada como imperativo da cultura do século XXI, foi a grande responsável pela criação de novas formas de comunicação, modificando, conseqüentemente, o modo de vida das sociedades.

Diversas são as formas que hoje facilitam a interação entre os indivíduos de um mesmo grupo ou de diferentes grupos, alguns mais de perto, outros mais de longe, pois os recursos digitais se converteram numa potente força de formação e informação que servem à mobilidade e às mais variadas categorias.

Lévy (1999) defendeu a ideia de que o ciberespaço se configura num fator natural de evolução da civilização, podendo causar uma revolução, da mesma forma que o surgimento das máquinas, no século XVIII, da prensa (no século XV) e do rádio e da televisão (no século XX) causaram. Isso é fato, esta revolução já se estabeleceu.

Este espaço virtual ou ciberespaço, termo criado por William Gibson, em 1984, é caracterizado como um evento cuja proliferação e caráter pluridimensional tomou por inteiro o globo (LÉVY, 1999). Nele as coisas podem aparecer e desaparecer em fração de segundos por meio de imagens, textos, vídeos, bastando um clique ou toque de dedos ou emissão de sons.

O que caracteriza prioritariamente o ciberespaço, segundo Santaella (2007, p. 178), é:

A habilidade para simular ambientes dentro dos quais os humanos podem interagir, ambientes, aliás, que só funcionam como tal pelo agenciamento do visitante. O acesso ao ciberespaço se dá por meio de interfaces que nos permitem penetrar nos seus interiores e navegar a bel-prazer pela informação — consubstanciada em linguagens hipermidiáticas, híbridas, escorregadias, feitas de misturas de textos, linhas, sinais gráficos, tabelas, imagens, ruídos, sons, música e vídeos — que estes interiores disponibilizam em arquitetura de conteúdo organizado.

Graças ao ciberespaço, a distância geográfica passa a não ser um elemento relevante, pois qualquer lugar antes considerado distante deixa de existir em função da rede que pode ligar, religar, simular espaços e ambientes que possibilitam a interação do ser humano em tempo real. Em outras palavras, ele não tem qualquer agregação com o fixo ou se confina ao fixo, não é estático ou, quem sabe, não existe. A distância é a não distância, o lugar é o não lugar, o espaço é o não espaço.

Assim, as ferramentas advindas do ciberespaço vão criando comunidades virtuais, colaborativas, de interesses, todas conectadas a uma mesma rede no universo e abrindo novas possibilidades de ação, interação, aprendizagem e informação que facilmente se transmitem a vários locais ou de vários locais ao mesmo tempo.

As reflexões sobre a comunicação no seio da Igreja foram desencadeadas pela organização central que dominava o pensamento e desconsiderava as bases; esse mecanismo era feito de formulações doutrinárias hegemônicas nem sempre viáveis a uma relação de proximidade entre a instituição religiosa e seus adeptos.

O aparecimento das Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), após o Vaticano II, mais precisamente nos anos 1970 e 1980 no Brasil e na América Latina, representou um movimento na conjuntura comunicacional que recuperou elementos da religiosidade popular e agrupou a ala laica da Igreja Católica em comunidades comunicacionais, que questionaram não o uso desses meios, mas a forma de sua utilização, já que o aparente avanço poderia se configurar em mero instrumento e não necessariamente em desafio conceitual diante de um novo tempo, de uma conjuntura social e religiosa.

Com a evolução desse pensamento, dá-se o protagonismo midiático da Igreja, por intermédio dos movimentos leigos, curiosamente não liderado pelas CEBs, mas, na maioria dos casos, por movimentos ligados à Renovação Carismática Católica (RCC), nascida também nos anos 1960, nos EUA.

Assim, a Igreja Católica, por meio de alguns de seus setores, estabelece nova forma de relação com o campo dos *media*, abandonando, em parte, as velhas posições reflexivas intelectuais e apropriando-se da própria lógica e cultura midiática como “insumo” pra seu trabalho de evangelização (GASPARETTO, 2011).

Notam-se, a partir dessa constatação, segundo o mesmo autor, dois aspectos importantes: a) ganham espaço no interior da Igreja, não as CEBs com o seu pensamento progressista, que, aliás, não foi visto com bons olhos pela cúpula que historicamente censura o progresso, mas os movimentos que comungam com os esquemas e sistemas verticalizados da cúpula; b) as CEBs não deram tanta atenção ao aspecto emocional, afetivo, fantasioso, muito forte nos movimentos carismáticos, deslocando-se para outro tipo de dispositivo com base em outros esquemas racionais. Isso deu aos movimentos da RCC a via de um protagonismo que

atualmente domina, em boa proporção, as expressões religiosas na Igreja Católica. A RCC é a torrente religiosa baluarte da Igreja Católica conservadora nas últimas quatro décadas, nos lembra Carranza (CARRANZA; MARIZ; CAMURÇA, 2009). A ele se deve o aviltamento dos *mass media* no interior das estratégias utilizadas para evangelizar.

O advento midiático obriga a Igreja Católica, de certa forma, a uma passagem do discurso intelectual para a descida até a experimentação da realidade, principalmente da sensibilização afetiva, um mecanismo de aproximação do cotidiano, daquilo que permeia a vida das pessoas, buscando valorizar o contexto em que estão inseridas, ainda que o uso dos meios de comunicação tenha exercido, em algum momento da história, um papel de funcionalidade.

A mídia, o contexto e a ideia de ciberespaço já presentes no cotidiano passam a ter um novo empreendimento, que é o de interação com a comunidade, o que se deve ao desenvolvimento da modernidade, que trouxe consigo novas formas de expressões e práticas religiosas e o surgimento de novas tecnologias. Estas, por sua vez, levaram informações dessas outras formas de expressar a religiosidade, com linguagem e visibilidade adequadas a estes novos tempos, organizando, assim, novas formas de funcionamento das práticas religiosas.

Nestes termos, diz Gasparetto (2011, p. 110):

A midiatização é um fenômeno que colabora para introduzir um novo tipo de vivência religiosa, espécie de atividade na qual estruturam-se novos protocolos de interação onde o viver religioso se faz calcado pelas operações de outra modalidade de comunicação, a midiática. A técnica se apresenta para operar os novos processos de relações, conjunções de fatos tecnointerativos e emocionais que vão gerar uma nova comunidade, cuja vivência permite não só o retorno do indivíduo ao transcendente, mas também sua interpelação pelos protocolos que unem os rituais religiosos às operações midiáticas.

Se a religião e a mídia devem, por imposição do progresso, caminhar juntas, na atualidade as estratégias midiáticas passam a ser, como dito anteriormente, novos areópagos e, por que não, novos templos que congregam pessoas em busca do sentido para a vida, agindo como mercado simbólico dos bens religiosos, dando respostas ao imaginário devocional. É nesta perspectiva que o pensamento da Igreja evolui para um novo olhar. A comunicação pode, a partir desse pensamento, prestar serviço à sociedade.

Se a Igreja dizia a sua palavra para meros ouvintes, a partir de um lugar afastado, que não possibilitava a interação, agora deve descer do púlpito e encontrar realidades concretas, pessoas concretas, histórias concretas e jeitos diversos de experimentar a fé, com os quais terá de estabelecer relações mais subjetivas, menos intelectuais.

Mas aqui encontramos um desafio a ser superado. Considerando haverem ocorrido mudanças nesse campo e a Igreja ter revisto seu modo de pensar, ter baixado até a realidade das pessoas e assumido, ao longo da história, um ensaio de uso das mídias, será necessário lidar com o modo de organização das práticas religiosas na atualidade.

Segundo Gasparetto (2011, p. 108),

se for verdade que o fenômeno midiático exige da religião uma negociação das formas de mediação, isso se deve ao fato de que a técnica organiza a visibilidade pública da religião na atualidade e estrutura esse novo modo de fazer religião. Os indivíduos se deparam diante de simbólicas que propõem a solução do mal-estar provocado pela falta de referência de inserção no mundo em que vivem. São congregados em novos “templos” e esta oferta é exercida como procedente da ordem divina no mundo da vida, regulando as novas modalidades de “políticas de contrato”, entre divindades e mercado de fiéis, com base nas estratégias midiáticas.

O pensamento do autor nos remete à ideia de que a partir de agora haverá a necessidade de um acordo dialético entre mídia e Igreja, que deverá levar conseqüentemente a uma complementação entre as partes.

A mídia, que se oferece para organizar o aparato simbólico religioso que responde ao imaginário devocional, dispendo de estratégias significativas que possibilitam ao fiel encontrar nessa organização algo que preencha sua necessidade de afeto e correspondência, deve, por sua vez, compreender a partir de que lugar a religião entra na vida das pessoas, como ela está organizada, qual é o elemento que desencadeia o coletivo religioso e o que ele pretende. Já a Igreja deverá dispor-se ao conhecimento do aparato midiático e de sua complexidade, uma vez que os processos técnicos conseguem modificar ou transformar o público religioso, dando a cada um o seu lugar, seu rito, sua gestualidade, interagindo de forma mais direta, de acordo com o agrupamento ou comunidade de pertencimento.

É por meio dessa relação dialética que mídia e religião poderão lograr o reconhecimento mútuo, bem como o conhecimento de seu público-alvo. Disso, nos diz Gasparetto (2011), “resulta a constatação de que essa nova ambiência tem

repercussão sobre a forma de interpretar o mundo e também os sujeitos que fazem parte dele”.

Um dos motivos pelos quais a RCC vai à televisão, por exemplo, é o de garantir a visibilidade, diz ainda Gasparetto (2011, p. 117), com o intuito de ser fiel ao legado de Cristo que manda “anunciar o Evangelho a toda criatura”. Acredita que não pode cumprir sua missão sem ter uma presença significativa nos meios de comunicação.

Assistimos, por este fenômeno, à emancipação da Igreja, que se desloca dos templos estáticos e do púlpito, reservado a um número restrito de meros ouvintes, para o espaço da mobilidade com a força da expansão técnica da mídia. Por imposição do progresso e das inovações tecnológicas, ocorre uma desorganização do já estabelecido para uma nova ordem, a da era tecnológica, da mobilidade, dos novos contratos. É a passagem das leis da natureza à natureza das leis, como bem nos lembra de Morin (2002):

A desordem da natureza gera, porém, reorganizações sucessivas. Por isso, o mundo vivo é sempre envolvido num circuito tetralógico composto de ordens, desordens, interações e organizações que se retroalimentam a todo tempo.

Esta nova configuração, com o advento das mídias, tem um aspecto relevante que é a capacidade de acessar o subjetivo; ou seja, a Igreja vai encontrar as pessoas, não necessariamente porque o faz corpo a corpo. Aliás, é esse um apelo feito pelo papa Francisco em sua exortação apostólica *Evangelii gaudium* — que a Igreja vá até as pessoas com esta dinâmica: primeirear-se, uma maneira de o Papa dizer adiantar-se no caminho da evangelização; envolver-se, acompanhar, frutificar e celebrar (FRANCISCO, 2013). A Igreja, assim, acessa o subjetivo pelos recursos midiáticos, pela via da escolha da experiência, ainda que mantenha fidelidade à tradição; uma espécie de diálogo entre a autonomia conquistada e a fidelidade à matriz tradicional. Essa dialética, no entender de Carranza (CARRANZA; MARIZ; CAMURÇA, 2009, p. 72),

é uma composição entre patrimônio tradicional e subjetividade reflexiva que se reflete nas frases estampadas em camisetas e bonés “da cultura pop”, envergadas por jovens carismáticos: “Castidade: Deus quer, você consegue”.

Estamos, portanto, diante de uma Igreja desinstalada de sua comodidade suprema, em função do apelo incontido da mídia, com sua lógica e configuração, mobilidade, interatividade, processos de construção e de produção de sentido.

A mídia é o veículo da nova cultura que estabelece a nova linguagem, a nova ambiência e a nova forma de vida e de relações, bem como um jeito inovado que consegue conectar o mundo e as pessoas por meio de suas operações, unindo técnica e simbolismo, servindo de referência para a organização da sociedade de modo geral, já que é capaz de agir em diferentes campos sociais, modificando-os. No caso da Igreja, a adequação às operações midiáticas é uma forma de garantir a continuidade de sua relevância no mundo e na vida dos sujeitos. “A midiatização é um processo complexo que se institui como outra maneira de vida, um novo ambiente que tem ressonâncias sobre a própria constituição humana” (BORELLI, 2010, p. 6).

O que chamamos anteriormente de produção de sentido se dá mediante dispositivos midiáticos distintos, afirma Borelli (2010), cujo conceito vai além de sua função técnica, pois abrange linguagens específicas que remetem a uma construção discursiva que se realiza num determinado contexto sociocultural. Esse dispositivos instituem novos conceitos e contratos entre os campos e os sujeitos (BORELLI, 2010).

Essa novidade dos dispositivos não é, na visão de Sodré (2009), algo revolucionário, pois as NTICs, diz, apenas hibridizam sistemas existentes, não lhes agregando nada de inédito, a não ser o fato de acelerar a distribuição de bens materiais e simbólicos. De qualquer forma, essa aceleração e a abrangência da linguagem específica têm a capacidade de refletir um modo de ser que se impõe com força no mundo dos *media*.

Os dispositivos e seus novos contratos são capazes de modificar as formas de vínculo; por meio deles, o adepto de uma religião pode estar presente e se sentir pertencente a ela, mesmo não estando em um lugar específico. Do seu lugar ou não lugar, pode acompanhar ritos, por meio dos dispositivos de construção de sentido religioso que conseguem colocá-lo em contato com a sua fé.

É assim que hoje assistimos a uma imersão do campo religioso na experimentação e vivência do sagrado, por meio de novas técnicas simbólicas, que

pode ser feita de um lugar concreto, determinado ou de um lugar virtual ou espaço cibernético que possibilita conexões e sentido de pertencimento.

A noção de espaço ou lugar que aqui se coloca tem origens e derivações múltiplas nos verbetes de dicionários, na antiguidade, no campo da matemática, da física, da filosofia. Também na experiência humana, com suas percepções primitivas, subjetivas, existenciais, ou na geometria espacial, cada um deles apresentará uma definição peculiar, com alguns pontos de convergência ou aproximação. Nenhuma dessas definições, no entanto, é pensada de modo isolado.

Muitos são os dispositivos que abrem e continuam abrindo caminhos para que a experiência religiosa atinja pessoas em seus contextos subjetivos, reformulando conceitos, adaptando a doutrina, reafirmando a fé ou encontrando adeptos.

O Documento 85, *Evangelização da Juventude* (CNBB, 2007), já no início faz alusão ao fortalecimento da cultura pós-moderna e às constantes mudanças no cenário, na velocidade e no volume da informação, graças à tecnologia e aos novos códigos de comportamento que penetram fortemente, diz o documento, no mundo juvenil.

As mídias sociais e seus dispositivos têm características diferentes das mídias tradicionais — o jornal, as revistas, a televisão, os folhetos, etc. As atuais são regidas pela interação e pela construção coletiva; é a discussão e a interação entre as pessoas que constroem seu conteúdo.

Eis o que nos diz o papa Francisco sobre este assunto, em sua mensagem para o 48º Dia Mundial das Comunicações Sociais:

Neste mundo, os *mass media* podem ajudar a sentir-nos mais próximo uns dos outros; a fazer-nos perceber um renovado sentido de unidade da família humana, que impele à solidariedade e a um compromisso sério para uma vida mais digna. Uma boa comunicação ajuda-nos a estar mais perto e a conhecer-nos melhor entre nós, a ser mais unidos. Os muros que nos dividem só podem ser superados, se estivermos prontos a ouvir e a aprender uns dos outros. Precisamos harmonizar as diferenças por meio de formas de diálogo, que nos permitam crescer na compreensão e no respeito. A cultura do encontro requer que estejamos dispostos não só a dar, mas também a receber de outros. Os *mass media* podem ajudar-nos nisso, especialmente nos nossos dias em que as redes da comunicação humana atingiram progressos sem precedentes. Particularmente a internet pode oferecer maiores possibilidades de encontro e de solidariedade entre todos; e isto é uma coisa boa, é um dom de Deus (2014, [on-line]).

A técnica midiática como fenômeno organizador das práticas sociais redesenha o modo de ser dos campos e por isso é responsável também por reorganizar o campo religioso e suas práticas, e a mídia organiza a simbologia religiosa a partir de seu conceito e lógica tecnológicos. Essa relação é o que acelera e mobiliza as comunidades de pertencimento, nos diz Gasparetto (2011). As comunidades de pertencimento, por sua vez, se organizam e funcionam subordinadas à lógica midiática.

Esta organização do aparato tecnológico que afeta as práticas sociais e religiosas, pois age nelas, dando-lhes configurações diferentes e novas formas de existir, cria também novas comunidades de pertencimento.

As redes sociais, como uma criação dos sistemas *mass media*, estes canais que difundem e são meios de expressão dirigidos não somente a um indivíduo em particular, mas a um público-alvo, são usadas de maneira expressiva no campo da evangelização. Esta é uma condição do ciberespaço, no qual o ser humano pensa, se expressa, vive e está conectado; é algo quase ou, por que não, inerente à sua existência no contexto atual; assim, evangelizar na rede é quase uma obrigação.

As redes sociais criam interação e cooperação rápida entre os conectados que não necessariamente estão de posse do mesmo equipamento, para garantir a mobilidade. Elas são “construídas para permitir a criação colaborativa de conteúdo, a interação social e o compartilhamento de informações em diversos formatos” (TELLES, 2010, p. 78).

As redes descritas a seguir querem ser a exemplificação do que temos dito anteriormente. São espaços virtuais que congregam uma comunidade de massa, nos quais se veiculam ideias, propostas e conteúdos, por meio de fóruns, sala de bate-papo, *links* e *hiperlinks*, parte de um sistema que dissemina mensagens de cunho religioso.

A eCatholicus (www.ecatholicus.com.br), lançada em 2013, tem o apoio da CNBB e do Centro de Estatísticas Religiosas e Investigações Sociais (Ceris), órgão ligado à CNBB que realiza o Censo Anual da Igreja Católica (CaicBr). Nasceu com a missão inicial de ajudar na divulgação da Jornada Mundial da Juventude (JMJ) Rio 2013. Mesmo com tão pouco tempo no ar, esta nova rede social já conta com mais de 20 mil perfis de leigos e leigas, com vínculos a uma das mais de onze mil

paróquias pré-cadastradas na rede com base nos registros oficiais do Ceris que compõem o Anuário Católico do Brasil. O usuário dessa rede encontra, entre outros tipos de entretenimento e informações, comunidades de artistas, bandas, orações, eventos, além de poder postar fotos, enviar vídeos, mensagens e recados fechados para seus amigos virtuais e de conversar com eles por meio do *chat* (CNBB, 2013a; cf. imagem no Anexo A).

O iJuventude é um aplicativo para *smartphones* produzido pela Arquidiocese de Campinas, também em preparação à JMJ. Seu conteúdo incluía, no momento de sua criação, informação aos peregrinos do Brasil e de outros países de língua portuguesa. Mas o usuário também encontra um acervo de conteúdos voltados ao público jovem, além de música, fotos, vídeos, Twitter, Facebook, *podcasts* no iTunes e links dos principais canais da juventude católica. No canal de contato, qualquer um pode indicar o aplicativo aos seus amigos no Facebook (AVVD JOVEM, [2013]; cf. imagem no Anexo B).

O site Youcat surgiu por iniciativa de cinco jovens seminaristas da Arquidiocese de Florianópolis, com o intuito de incentivar os jovens a estudarem o *Catecismo da Igreja Católica*, editado em 2011 e distribuído no pontificado de Bento XVI na JMJ de Madri. O Youcat traz os conteúdos da doutrina cristã sobre assuntos diversos, numa linguagem jovem.

Tão logo foi criada, a ideia foi disseminada com rapidez pela rede. Seus criadores produzem conteúdos e novidades que facilitam o estudo de maneira lúdica, interativa e atrativa. Um deles explica que a ideia veio em seu primeiro contato com o YouCat, em atenção ao pedido do então Papa Bento XVI para que se formassem grupos de estudo nas redes sociais (GAUDIUM PRESS, 2012).

O YouCat tem também uma página no Facebook que traz novidades, eventos, concursos, notícias de grupos de estudos e já conta com um total de aproximadamente 72 mil inscritos (cf. imagem no Anexo C).

É consenso que não se pode negar o poder que a rede tem de disseminar ideias, mensagens, conteúdos e mobilizar pessoas de diversos cantos do mundo, com apenas um clique. Exemplo disso foi o desafio “Lançai a Palavra”, iniciado no interior de Santa Catarina e que em poucos dias alcançou um grande número de usuários do Facebook. A iniciativa, de 2014, consistiu em enviar o convite a um

usuário do Facebook que ao recebê-lo era desafiado a gravar um vídeo lendo algum trecho bíblico, e depois postá-lo num prazo de 24h após ser convidado. Além de lançar a Palavra, deveria desafiar mais três pessoas a fazerem o mesmo e, caso não conseguisse, ficaria incumbido de presentear com uma Bíblia a quem o convidou.

Os idealizadores desse desafio tinham uma intenção: utilizar a rede para dar ao jovem a visibilidade que ele deseja e não raras vezes encontra em desafios que não comungam com os princípios éticos, cristãos e morais. Além disso, o desafio foi também à timidez de difundir a Palavra de Deus e usar a rede social, para além dos equívocos a que muitas vezes os jovens são expostos.

A iMisión é uma iniciativa que já possui mais de um ano de vida. Fundada pelo sacerdote marianista Daniel Pajuelo e por Xiskya Valladares, religiosa da Pureza de Maria, é coordenada por um grupo de religiosos e leigos.

Presente no Twitter com mais de 8.300 seguidores e no Facebook com mais de 6.800 amigos, busca tecer uma rede de católicos comprometidos com a evangelização na internet, oferecendo-lhes formação e favorecendo o encontro e a reflexão. Sua principal inspiração é a doutrina da Igreja no terreno dos meios de comunicação, e o maior exemplo é o papa Francisco, que acaba de superar os quatro milhões de seguidores em sua conta de Twitter em língua espanhola.

Um dos frutos de iMisión é o iDecálogo para evangelizar nas redes, que foi traduzido em cinco idiomas e está disponível para baixar na página do grupo www.imision.org (IMISIÓN, [2014]).

O portal Jovens Conectados (CNBB, [2014]), da Comissão Episcopal para a Juventude, é também um meio de manter os jovens informados sobre o que acontece no Brasil e na América Latina, no tangente à evangelização das juventudes. Está ligado a redes sociais como Twitter e Facebook e ao canal Youtube, que exhibe programas de curta duração, tratando de assuntos de atualidade sobre a Comissão para a Juventude (cf. imagem no Anexo D).

Além das redes citadas, existe uma infinidade de conteúdos religiosos circulando na *web*, disponibilizando informação, estudo e entretenimento ao público católico. Os portais a12.com, do Santuário Nacional, Canção Nova e Tv Século 21 são exemplos. Com apenas alguns cliques o internauta pode navegar por diversos

espaços, conhecer a instituição, acompanhar programação ao vivo, ler notícias, postar comentários, enviar fotos, acessar *fanpages*. A Igreja tem dado atenção a este fenômeno como forma de arrebanhar fiéis, de modo particular o público jovem, nativo da era digital.

O que existe de comum entre essas redes? Elas possibilitam relacionamentos horizontais entre os participantes; congregam pessoas por interesses afins, compartilham informações, são espaços de manifestação de opiniões e construção multidisciplinar.

Voltando à história, resgatamos o papa João XXIII e sua insistência de que era necessário reconhecer os sinais dos tempos; neste caso, eis que o tempo se cumpre e a midiatização leva à passagem de uma noção clássica de comunidade, entendida como relação próxima e presencial, para as comunidades de pertencimento que seguem outra lógica relacional e discursiva, de acordo com o protocolo da mídia.

De um contexto tradicional acostumado a operar com comunidades clássicas, passa-se à comunidade de pertencimento com um novo jeito de estabelecer relações e de cultivar as experiências do sagrado, nem sempre conectadas ao mundo real e a seus problemas, preocupadas apenas com o bem-estar próprio e individual.

As novas comunidades de pertencimento se configuram a partir da chamada aldeia global no contexto pós-moderno, que incorporou uma busca de religiosidade por intermédio das novas modalidades de religião midiática, caracterizada pela promessa de resolução de problemas pessoais, pelo simples fato de se estar junto (GASPARETTO, 2011). Elas se constituem pelo híbrido, e o modo de experimentar e descrever o sagrado passa pelas novas tecnologias.

Há no interior dessas comunidades a descoberta de que se pode acessar o divino e valorizar a centralidade nas emoções, “busca-se resgatar a identidade seja pela emoção, seja pelo proselitismo apologético, seja até mesmo pelo fundamentalismo religioso” (CARRANZA; MARIZ; CAMURÇA, 2009).

Esta realidade midiática apresentará à Igreja Católica dois grandes desafios.

Primeiro desafio: como evangelizar no campo das mídias, sem, no entanto, deixar-se afetar pela lógica do consumo e de mercado que a cultura gera, é a

pergunta que faz Camurça (CARRANZA; MARIZ; CAMURÇA, 2009), uma vez que é a lógica do consumo que articula e organiza toda a estrutura da cultura midiática?

A instituição católica não está isenta de entrar nos moldes do mercado midiático e seu enfoque comercial. Esta é uma questão delicada, pois a inserção nos meios de comunicação deve obedecer a uma lógica de funcionamento e, no caso da instituição católica, isso significa colocar-se num quadro complexo de definições, identidades e adequação aos modos de ser e de fazer evangelização.

Se compararmos duas das emissoras de televisão católica, a Rede Vida e a TV Canção Nova, veremos que o diferencial entre as duas, no que se refere ao campo comercial, é apenas este: a Canção Nova não aceita propaganda comercial “mundana”, o que a Rede Vida faz como forma de subsistência financeira; no entanto, a propaganda de produtos próprios que a Canção Nova veicula durante toda a programação com o jargão “produtos Canção Nova, mensagens que evangelizam” é essencialmente comercial, é o mercado da fé.

Há algumas décadas, quando se viram as primeiras imagens televisivas de missas, percebia-se a tentativa de manter um padrão ortodoxo no cenário — o celebrante e a comunidade orante em posições mais estáticas; hoje, porém, esta não é uma realidade em todos os canais de televisão da Igreja Católica. As celebrações massivas e seus múltiplos sinais, que passam pelo cenário, pelo ministério da música e pelo próprio celebrante, adquirem uma nova roupagem, com o intuito de tornar o ambiente moderno e atrativo, sem no entanto abdicar de um certo conservadorismo no discurso, não raras vezes fundamentalista, focado no pecado, no apelo à conversão e na cura para os males da alma.

Carranza (CARRANZA; MARIZ; CAMURÇA, 2009) faz alusão à reflexão de Colin Campbell (2001), que propõe estabelecer uma relação entre a ética romântica e o espírito consumista moderno, recordando a sociedade dos séculos XVII ao XX, especificamente a Europa, que desenvolveram, por meio da preocupação idealista com sentimentos de bondade e benevolência, a fruição destes em autoadmiração e conseqüentemente em egoísmo e autossuficiência. Por outro lado, a imitação de figuras benévolas e bondosas produziam papéis que equivaliam aos ideais de perfeição ou os encarnavam no intuito de contemplarem em si mesmas tal imagem.

Campbell acredita que esses dois sentimentos são associados, que impulsos éticos e espirituais se acoplam a um hedonismo narcisista, no qual desejos de prazer são vividos como ideais sublimes (cf. CARRANZA; MARIZ; CAMURÇA, 2009).

No tema que nos toca, essas duas realidades compõem também o universo midiático católico, pois o aperfeiçoamento moral, diz Carranza, pode ser um ideal alcançado mediante o consumo de produtos oferecidos, fazendo o indivíduo se converter predominantemente no que consumiu. Isso quer dizer que o catolicismo tradicional, imerso na lógica e na técnica do meio secularizado, pode também ser colonizado pela prática mercantilista, utilitária e pragmática.

Enfim, afirma Carranza:

Ofertas de cultura de massa em propagandas radiofônicas, televisivas e virtuais que falam ao interior do seus consumidores podem proporcionar um estilo raso e superficial e gerar simplesmente um modismo, quando um ideal de vida se expressa apenas em hábitos banais de lazer e recreação. Por outro lado, podem também levar a um processo na direção da formação de uma identidade, de um *self*, que se expressa como uma consciência moral diante de si e do mundo (CARRANZA; MARIZ; CAMURÇA, 2009, p. 74-75).

Partindo desse pressuposto, faz-se necessário um olhar atento à forma de veicular e distribuir conteúdos, símbolos e imagens nos inúmeros dispositivos tecnológicos que hoje servem à evangelização, principalmente das juventudes, que constituem um dos públicos mais almejados pela nova ordem das mídias sociais no planeta.

Segundo desafio: de que modo conseguirá a religião manter sua proposta pastoral de pequenos grupos e relações presenciais, com atenção à formação do indivíduo para o coletivo?

É fato que a chegada do século XXI traz as marcas de uma modernidade desiludida com as expectativas criadas em torno da garantia de um futuro certo, depositado na ciência e na tecnologia. É Bauman (2001) quem aponta o aspecto da segurança como atributo da modernidade, acompanhada de renúncia à liberdade, se preciso fosse. A pós-modernidade, no entanto, tem outro olhar para o mundo, distante da preocupação com a segurança, mas focada na liberdade e no prazer individual.

Dita como tal, a pós-modernidade é marcada pela incerteza diante do futuro, pois o que na modernidade era fundamento já não o é diante das mudanças ocorridas na sociedade, especialmente com o fim da Guerra Fria. O relativismo e a virtualidade se sobrepõem com força, já que as verdades absolutas e os fundamentos sólidos que possibilitavam esperar pela segurança deixaram de existir e, com isso, a crise de identidade e de significados também se impõe.

Em sua conhecida obra *Modernidade Líquida*, Bauman (2001) nos fala de um contexto histórico em que a metáfora da liquidez caracteriza o estado da sociedade moderna atual, pois ela, como os líquidos, não consegue manter uma forma, escapa, escorrega pelos dedos, se move e se modifica facilmente, não está fixada a espaço ou tempo determinado.

Diferentemente da modernidade anterior à Guerra Fria, que tentava desmontar a cultura posta para torná-la ainda mais sólida, a modernidade atual não se prende nem se preocupa em solidificar absolutamente nada, pois manter a forma sólida requer um trabalho ostensivo de vigilância constante, ou, transcrevendo o autor, “manter os fluidos em uma forma requer muita atenção, vigilância constante e esforço perpétuo — e, mesmo assim, o sucesso do esforço é tudo, menos inevitável” (BAUMAN, 2001, p. 14)

Essa modernidade líquida de que nos fala Bauman deu origem a um tempo histórico em que grandes mudanças ocorreram no âmbito do pensamento social e conseqüentemente na condição humana. Tudo pode ser contornado, dissolvido, dificilmente contido; até o que parece sólido pode se dissolver. Ou, como define Morin (2003, p. 94): “A exigida reforma do pensamento vai gerar um pensamento do contexto e do complexo. Vai gerar um pensamento que liga e enfrenta incerteza”.

De modo geral, o indivíduo deve lidar com a insegurança e o risco na sociedade privativamente, como algo que diz respeito a si mesmo e não ao âmbito público, sem o respaldo do Estado, pois não se trata necessariamente de uma questão de ordem social.

Há intensificação das incertezas sobre o futuro, medo diante da imprevisibilidade das situações, ambivalências entre ter e não ter identidade. A pós-modernidade seria a era em que, abalados os fundamentos da modernidade, o

indivíduo não teria mais fundamentos sólidos, assim como não haveria mais verdades absolutas e realidade, mas apenas relativismo e virtualidades.

Esse contexto levou os indivíduos à busca pelo sagrado e pela religião como lugar de apoio para fundamentar a vida e as esperanças. Essa busca, por sua vez, segue os parâmetros pós-modernos, com características individualistas, firmadas em interesses e necessidades pessoais, criando uma vertente menos institucionalizada, pela qual o acesso aos bens espirituais e ao sagrado não se dá via coletivo, mas via elaboração e interpretação do próprio indivíduo.

O papa Francisco, em sua mensagem para o 48º Dia das Comunicações Sociais recorda que:

Não basta circular pelas “estradas” digitais, isto é, simplesmente estar conectados: é necessário que a conexão seja acompanhada pelo encontro verdadeiro. Não podemos viver sozinhos, fechados em nós mesmos. Precisamos de amar e ser amados. Precisamos de ternura. Não são as estratégias comunicativas que garantem a beleza, a bondade e a verdade da comunicação. O próprio mundo dos *mass media* não pode alhear-se da solicitude pela humanidade, chamado como é a exprimir ternura. A rede digital pode ser um lugar rico de humanidade: não uma rede de fios, mas de pessoas humanas. A neutralidade dos *mass media* é só aparente: só pode constituir um ponto de referência quem comunica colocando-se a si mesmo em jogo. O envolvimento pessoal é a própria raiz da fiabilidade de um comunicador. É por isso mesmo que o testemunho cristão pode, graças à rede, alcançar as periferias existenciais (FRANCISCO, 2014, [on-line]).

Evangelizar sujeitos e, aqui em destaque, o sujeito jovem para a vivência coletiva, em um espaço contextualizado pela necessidade do afetivo e da subjetividade como via de acesso dos indivíduos à religião e à sua própria essência é, sim, uma missão nem sempre fácil, mas que a Igreja deve encarar de frente, buscando estratégias inteligentes para dar respostas inteligentes.

Para além da individualidade, as mídias sociais podem cumprir no contexto globalizado e pós-moderno, de realidades líquidas, um papel importante, pois tornam-se aliadas relevantes no processo de continuidade da evangelização, num mundo afetado por mudanças de paradigmas, principalmente com o surgimento deste outro modelo cultural, centrado na autorrealização, lugar em que o que faz sentido e se busca é a satisfação do eu pessoal e não do coletivo.

A ideia hologramática de Morin (2003) pode ser uma resposta a essa constatação. Compreender o princípio hologramático abre janelas para um mundo em que não se pode pensar o indivíduo alijado de seu contexto; ou seja: o indivíduo

está no mundo, assim como o mundo está no indivíduo, enquanto cultura, linguagem, normas. O todo está na parte e a parte está inscrita no todo. É impossível, na ideia do holograma, que o indivíduo possa se conhecer sem estar necessariamente ligado a um contexto externo/interno com o qual se relacione, uma vez que é inerente à condição humana estar-se ligado a uma realidade concreta que ligue o ser humano a si mesmo, à sua essência. Assim traduz Morin (2003, p. 94):

Como todas as coisas são causadas e causadoras, ajudadas e ajudantes, mediatas e imediatas, e todas são sustentadas por um elo natural e imperceptível, que liga as mais distantes e as mais diferentes, considero impossível conhecer as partes sem conhecer o todo, tanto quanto conhecer o todo sem conhecer, particularmente, as partes.

Essa ideia de Morin diz que é preciso ajudar o sujeito a reaprender a sua própria essência, a sua condição humana, e que ele, por sua vez, ajudará os outros também a reaprenderem a sua.

Por mais que a liquidez cause certo incômodo nos sólidos, balizados pela certeza e pelo fundamental, é possível gerar uma harmonia entre ambas as posições, pois os opostos se complementam e geram uma nova cultura, pelo reconhecimento dos próprios valores. Os sólidos de Bauman (2001), que têm como objetivo tornar a sociedade melhor e mais sólida, podem ser transpassados pelos líquidos que, com sua fluidez, mobilidade e leveza, estão sempre prontos e propensos à mudança.

Aplicamos esta ideia à mudança de contexto eclesial no campo das comunicações e compreenderemos que a doutrina rígida imposta às massas, quando se encontra com o indivíduo característico do contexto atual, poderá, em lugar de negar o que lhe é peculiar e mantê-lo em um mundo isolado, transpassá-lo, sem necessariamente formatá-lo.

Para continuar dizendo a sua palavra na sociedade hodierna, a religião necessita, como dito no início desta seção, conhecer o aparato tecnológico e o modo como ele organiza os sistemas que criam a nova linguagem e a nova ambiência, o espaço da transversalidade, o imaginário devocional.

A rede pode congrega pessoas para vivência do coletivo, servindo-se do particular e do individual onde se encontra cada sujeito. Pode ensinar a este indivíduo que existe possibilidade de que sua individualidade atravesse a individualidade do outro e gere comunicação, sem que necessariamente perca o seu

gene, sem que se perca a si mesmo e à sua crença. É a possibilidade da transversalidade para reafirmar a própria essência.

Enfim, a Igreja, se deseja evangelizar neste mundo onde o imperativo midiático é uma força potente, deverá entender o contexto do mundo pós-moderno, como a mídia organiza o funcionamento das práticas religiosas, quem são os sujeitos deste novo contexto e quais são os meios de aproximação que permitem uma ação evangelizadora ao mesmo tempo flexível e profética.

4 O SUJEITO JOVEM E O UNIVERSO MIDIÁTICO

Nesta seção entraremos nas questões relacionadas ao advento das mídias sociais no globo, particularmente com o olhar voltado ao sujeito, e ao sujeito jovem, público com o qual trabalho diretamente em projetos de voluntariado e de evangelização.

Assim é que nos propomos a analisar quem é o sujeito da evangelização no contexto anteriormente apresentado, em que proporção é considerado nos movimentos de crítica ou aceitação do advento das mídias, qual é a real preocupação da Igreja Católica em relação a este sujeito ou não sujeito em suas reticências e repressões, em suas aparentes intervenções para resguardar sua integridade ética, moral e religiosa.

Como parte desse sujeito, pretende-se também identificar o sujeito jovem, público-alvo de muitos movimentos da sociedade e da Igreja: quem é, onde e como vive, o que pensa da religião, como se situa no espaço de mundo e como se distribui pelas redes sociais. E, ainda, qual é o olhar da Igreja em direção a esse sujeito jovem, já que é desse olhar que decorrem todas as ações em função dele.

Entre os grupos que a rede consegue reunir em comunidades de pertencimento, estão os grupos ou tribos juvenis, que, em sua grande maioria, navegam por ela e por meio dela constroem conhecimento, sua própria identidade, formulam opiniões acerca de assuntos diversos, condensam vínculos e se lançam no mundo desconhecido no intuito de se tornarem aquilo que desejam ser.

Os grupos ou tribos juvenis são formados por pessoas particulares, sujeitos inseridos à sua maneira em determinado tempo da história. Essa subjetividade, por sua vez, adquire sentido e se constitui na relação com o contexto social. Assim sendo, um grupo se constitui de sujeitos que por sua vez se constituem pertencendo a um grupo.

O grupo exerce importância relevante para os jovens. Nele podem se sentir acolhidos, com ele se identificam, criam vínculos. A necessidade do grupo, segundo Libânio (2004), é o que leva a passar mais tempo nele que na própria casa, junto da

família ou em outro espaço afetivo. O autor diz, ainda, que sua identidade pessoal pode crescer ou diminuir, a depender de se o jovem se sente reconhecido ou não em outros lugares. Referindo-se aos grupos pastorais, afirma que:

A importância pastoral dos grupos cresce à medida que neles os jovens criam parâmetros, referenciais de valor e de conduta importantes para a sua vida. Um grupo exerce, portanto, papel construtivo ou desastroso, conforme plataforma ética, religiosa, secular, espiritual ou materialista, ideológica que tiver (LIBÂNIO, 2004, p. 33).

O contexto social e suas mutações no decorrer da história são fator de relevância na construção de identidades e de definições do fenômeno juvenil. Os modelos culturais que emergem do pensamento dominante em cada época dão sentido e explicam os perfis das juventudes em seu tempo histórico.

Os jovens são sujeitos históricos e culturais, influenciados pelo que a história e a cultura dizem para uma determinada época. É a cultura ou modelo cultural no qual o jovem está inserido que define o que é adequado, aceito, pertinente, válido. É o contexto cultural que dará a nuance de suas redes de relações e criará suas formas de organização. Cada sociedade forma ou constitui o jovem à sua própria maneira. O Documento 85 da CNBB — *Evangelização da juventude* — parece nos mostrar que a Igreja se deu conta desta realidade:

Os jovens de hoje e a Igreja em que vivem são influenciados pelos impactos da modernidade e da pós-modernidade. Alguns elementos deste momento histórico exercem grande influência na mentalidade, nos valores e no comportamento de todas as pessoas. Ignorar estas mudanças é dificultar o processo de evangelização da juventude— o grupo social que assimila esses valores e mentalidade com mais rapidez. Uma evangelização que não dialoga com os sistemas culturais é uma evangelização de verniz, que não resiste aos ventos contrários (CNBB, 2007, p. 17).

A cultura midiática da sociedade atual constitui o jovem à sua imagem, inculcando-lhe ideias padrões de sua própria identidade e impondo-lhe um estilo de vida e de consumo, diz Libânio (2004). Cria a cultura da imagem, com diminuição da palavra e aviltamento da subjetividade, assim como estabelece novos paradigmas de religião.

A mídia se encarrega de arrebanhar o público jovem e transmitir-lhe seus códigos e sua técnica. A velocidade e a alternância do dispositivo móvel são atrativo e condição para que o jovem permaneça conectado. As realidades justapostas conjugam uma infinidade de informações, notícias, linguagens e outros elementos.

Muito longe de épocas anteriores, esta geração:

não tolera ler livros volumosos. Falta-lhe paciência e tranquilidade para sentar-se diante de um livro e ir degustando página por página. Às vezes, nem ver um programa de televisão mais longo suporta. Daí a doença do *zapping*, saltitando de canal em canal, de programa em programa (LIBÂNIO, 2004, p. 110).

Partindo do pressuposto de que o sujeito da evangelização mais desejado nos dias atuais é o sujeito jovem, o documento *Evangelização da juventude* fala da necessidade de conhecer a realidade das juventudes para evangelizá-las, uma vez que a evangelização pressupõe conhecimento, como afirma:

Conhecer os jovens é condição prévia para evangelizá-los. Não se pode amar nem evangelizar a quem não se conhece. Por esse motivo, iniciamos com alguns elementos das realidades juvenis, buscando conhecer a geração de jovens cuja evangelização se apresenta como um dos grandes desafios da Igreja neste início do século XXI (CNBB, 2007, p. 15).

O documento reconhece os jovens como um lugar teológico que a Igreja, padres, bispos e, acrescento, todos aqueles que de alguma forma estão implicados com os jovens, devem aprender a ler e a desvelar. Eis o que diz na íntegra o art. 81:

Considerar o jovem como lugar teológico é acolher a voz de Deus que fala por ele. A novidade que a cultura juvenil nos apresenta neste momento, portanto, é sua teologia, isto é, o discurso que Deus nos faz através da juventude. De fato, Deus nos fala pelo jovem. O jovem, nesta perspectiva, é uma realidade teológica, que precisamos aprender a ler e a desvelar. Não se trata de sacralizar o jovem, imaginando-o como alguém que não erra; trata-se de ver o sagrado que se manifesta de muitas formas, também na realidade juvenil. Trata-se de fazer uma leitura teológica do que, de forma ampla, chamamos de culturas juvenis. Numa época em que se fala tanto de enculturação ou — em outros termos — de encarnar-se na realidade, de aceitar o novo, o plural e o diferente, na evangelização da juventude, estaremos diante de feições muito concretas e imprevisíveis (CNBB, 2007, art. 81).

Deixa expresso, ainda, o interesse da Igreja pela evangelização das juventudes, com a consciência do seu compromisso de formar as novas gerações, necessitadas de orientação, discernimento para trilhar o “verdadeiro caminho” e, principalmente, da presença amiga da Igreja. Estes mesmos jovens, diz o documento, são merecedores por direito de serem introduzidos na experiência religiosa, no encontro com Deus, e de terem contato com as riquezas da fé cristã. E mais, afirma, o futuro da Igreja depende da opção afetiva e efetiva pelos jovens que vão beneficiar não somente à Igreja, mas à sociedade que tanto necessita de cidadãos capazes de testemunhar os valores do Evangelho, a serviço da vida em plenitude (CNBB, 2007).

Um dos expoentes do pensamento complexo, Edgar Morin, oferece elementos inteligíveis para compreender a concepção de sujeito.

No princípio de Morin (2003, p. 117),

essa é uma noção ao mesmo tempo evidente e misteriosa. É uma evidência perfeitamente banal, uma vez que qualquer um diz “Eu”. Quase todas as línguas têm essa primeira pessoa do singular; se não têm o pronome, têm pelo menos o verbo na primeira pessoa do singular, como em latim. E há uma segunda evidência reflexiva, revelada por Descartes: não posso duvidar que duvido; logo, eu penso. Se penso, logo, eu sou, isto é, eu existo na primeira pessoa como sujeito. Então surge o mistério: o que é este “eu” e este “sou”, que não é simplesmente “é”?

O que chama a atenção são a singularidade e a subjetividade, redundantemente falando, que são constitutivas desse sujeito. Morin entende que a mente está dividida em dois polos, conforme olhemos o mundo — de modo reflexivo ou compreensivo, ou de modo científico ou determinista. No primeiro, modo de conhecimento intersubjetivo, se busca a compreensão do sujeito; no outro, visão determinista, esse sujeito subjetivo desaparece. O que se propõe, de modo diferente, segundo Morin, é a definição do sujeito a partir da base biológica.

Para essa definição, parte-se de algumas ideias introduzidas no campo científico. A primeira delas é a de autonomia inseparável de auto-organização.

Esta ideia, entretanto, ao contrário do que o senso comum pode defender, não significa emancipação, independência, desligamento, fragmentação. Aqui se entende autonomia dependente do meio, quer seja biológico, quer cultural ou social. É dizer: qualquer ser vivo se faz e se refaz em relação de dependência com o seu meio. É nele que vive, trabalha, gasta energia e, obviamente, refaz a energia despendida.

Este novo olhar sobre o sujeito, a partir da ótica de Morin, requer reconhecer que a autonomia do sujeito é relativa e relacional.

Uma segunda ideia é a conceituação de indivíduo como pré-requisito à conceituação de sujeito para a construção de relações na sociedade. Historicamente falando, o pensamento biológico se apoia em duas noções antagônicas: a de que existe um indivíduo, que vemos fisicamente, e a da espécie como algo que perdura, já que o indivíduo constitui apenas uma amostra efêmera. Apesar disso, essas duas realidades são complementares, pois uma depende da outra para “dar conta de uma mesma realidade”. “Do ponto de vista biológico, o indivíduo é o produto de um ciclo

de reprodução, pois ao se acasalar com o indivíduo do outro sexo produz este ciclo” (MORIN, 2003, p. 119).

Isso significa que esse indivíduo é produto e reprodutor. Aplicando esta ideia ao fenômeno social, pode-se dizer que as interações entre indivíduos produzem a sociedade, e a sociedade, por sua vez, com sua estrutura organizacional, retroage sobre o indivíduo e nele imprime as marcas de uma cultura, na qual passa a estar contido. Vê-se, aqui, da mesma forma, que o que pode parecer separado e antagônico é, em verdade, complementar.

Segundo Hall (2002, p. 13), “o sujeito assume identidades diferentes, em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente”. Por conseguinte, embora se busque conceituar as juventudes, elas serão sempre de um jeito diferente em cada tempo histórico.

4.1 O sujeito jovem: algumas definições

A construção da noção sobre o sujeito jovem tem algumas definições.

Libânio (2004) tentou organizar metodologicamente o que ele mesmo, com algumas reticências, denominou tipologia ou mapeamento da juventude, já que a tipologia pode parecer uma pretensão, quando dentro de cada tipo podem existir diferenças que são significativas. De qualquer modo, optou por essa metodologia para ajudar o trabalho pastoral. Podemos chamar o resultado, aqui, valendo-nos da reticência de Libânio (2004), de perfis de juventude, que ele assim descreve:

- a) **O primeiro perfil, jovem tradicional religioso**, é o de jovens que seguem as práticas religiosas aprendidas na infância, são calcados pela família de quem adquiriram certo equilíbrio que lhes confere uma vivência de fé que persiste mesmo em momentos de turbulência, não afetando as relações religiosas. A fé é recebida pela tradição familiar e cultural. Segundo Libânio (2004), são jovens que passam necessariamente pela experiência religiosa assumindo atividades paroquiais como um atrativo.

Uma pesquisa realizada em Belo Horizonte, em 1991, já mostrou que este perfil estava fadado a desaparecer. Os meninos começavam a deixar a

Igreja e suas práticas entre 15 e 19 anos, enquanto as meninas o faziam entre 10 e 14 anos. A entrada na universidade é um fator de embate, pois há aí certa hostilidade à religião que pode levar à secularização.

A tarefa pastoral para este jovem deve ser cautelosa, a ponto de garantir que não se provoquem choques estruturais da fé tradicional e também de não haver a pretensão de arrebanhá-los para grupos conservadores, negando-lhes o direito de viver a experiência da modernidade com seus questionamentos e exigências.

- b) **O segundo perfil, do jovem popular em tensão com a modernidade**, é o daquele oriundo da zona rural ou de ilhas isoladas de periferia não urbanizada. Este também tende a desaparecer, pois recebe grande influência do mundo urbano, que se constitui em um regulador cultural. E a chegada das mídias aos recantos mais distantes desperta nele costumes e mentalidade de vida moderna. Sua inserção na vida social se faz pelo trabalho e pelo estudo, pois estes lhe abrem as portas para o universo de promessas da modernidade. Estudar é para ele uma via de ascensão social, ainda que esse estudo seja instrumental, adquirido sem chegar a aprender a pensar; na verdade, são adestrados. O conhecimento adquirido hoje já gera tensão em relação ao que virá amanhã; querem estar sempre atualizados e têm medo de serem ultrapassados pelos outros. O estudo e o trabalho lhes mostram a dureza da vida, o cansaço e a fadiga, mas o desejo de ascensão os mantém animados.

Para estes, a pastoral tem função terapêutica, pois o jovem sofre com as condições de pobreza e de atraso em que nasceu. Deve ser compreensiva e buscar apresentar-lhes possibilidade de equilibrar os desejos do ter com o ser, como atributo de uma vida humana integralmente plenificada.

- c) **O terceiro perfil, do jovem popular excluído da modernidade**, representa aqueles jovens que viveram em ambiente familiar sem muito estímulo intelectual; sofrem com a lógica excludente da modernidade e podem ser presas fáceis do mundo das drogas e do crime. O capitalismo selvagem provoca neles profunda depressão e leva-os a viver um mundo imaginário de superpoderes; para fugir da real situação, alguns se

aventuram em situações perigosas, correndo alto risco de morte. Podem se tornar pessoas agressivas e com um sentimento muito forte de rejeição.

A tarefa pastoral para este perfil é desafiadora e difícil, pois estes não frequentam a Igreja ou porque não os atrai ou porque veem nela uma parte da sociedade que os rejeita. Neste caso, quando há possibilidade de aproximação, faz-se necessário mostrar-lhes acolhida, dar-lhes oportunidades para que administrem melhor a pulsão entre vida e morte e estimular sua autoestima (LIBÂNIO, 2004). Aqui, porém, é necessário ter o cuidado de não reforçar a fuga da realidade por uma abordagem espiritual que promete soluções rápidas, curas instantâneas, oração desligada da vida e sentimento de culpa por serem o que são.

- d) **O quarto perfil é o pós-moderno secular.** O que caracteriza o pós-moderno já o descrevemos na seção anterior, de alguma forma. Estes jovens nasceram para ganhar, não sabem perder, não são tolerantes às frustrações; a vida para eles se resume em viver bem, sem grandes sacrifícios, alimentando ideais de liberdade subjetiva, cada um sendo aquilo que deseja ser. Permitem-se liberdade diante da tradição, que para eles tem conotação preconceituosa, e não se satisfazem com atividades mercantilistas produtivas. Não têm grandes preocupações com mudanças radicais da sociedade e vivem sob a bandeira do agora: “Se não podemos mudar a sociedade, desfrutemo-la, então, agora”. O narcisismo é também marca deste perfil, do qual o cenário de vida privada e a indiferença pela vida coletiva são características.

A tarefa pastoral é despertar a consciência social, para a qual mostram pouca sensibilidade, e, da mesma forma, propiciar uma vivência religiosa que lhes possibilite compromisso com causas que ameaçam a vida e a dignidade das pessoas ao seu redor.

Na definição de Groppo (2000, p. 8), “a juventude é uma concepção, representação ou criação simbólica, fabricada pelos grupos sociais ou pelos próprios indivíduos tidos como jovem, para significar uma série de componentes e atitudes a ela atribuídos”.

Foracchi (1965) define a juventude como sendo ao mesmo tempo uma fase da vida, uma força social renovadora e um estilo de existência. Neste caso, cada

sociedade constitui o jovem à sua maneira ou à sua própria imagem. E afirma, ainda, que esta definição do jovem enquanto categoria histórica se dá a partir do momento em que ele se afirma como movimento de juventude, já que a noção de juventude é uma criação da própria sociedade moderna, como diz Sofiati (2011).

As definições de Foracchi e Groppo são consensuais na ideia de que a criação das juventudes é um dos fundamentos da modernidade. Groppo ainda defende a ideia de que o conceito de juventude não pode ser algo unilateral, já que a juventude entendida a partir da afirmação em um grupo social concreto é por natureza pluricultural, pois tem recortes diversos, tais como o grupo social, o grupo etário, o gênero, a etnia, o hábitat geográfico, embora vivam no mesmo tempo e espaço social. É a partir deste princípio que falamos em juventudes, não mais juventude, como se fosse um bloco único. Esta constatação incide nas ações e nas adequações da mídia para conversar com esses sujeitos.

Mannheim (1967) diz que o significado da juventude muda conforme o contexto histórico, já que sua formação é definida e concretizada a partir do que se espera dela. Diz ainda que a juventude pertence aos recursos latentes de que toda sociedade dispõe e de cuja mobilização depende sua vitalidade. Isso quer dizer que as sociedades, para produzir as transformações desejadas ou necessárias, servem-se do dinamismo próprio da juventude.

4.2 Juventude e história

Faremos a seguir uma rápida descrição e análise sociológica da juventude dos anos 1960 aos anos 2000, não com o intuito de estabelecer comparações entre as gerações, mas para ajudar a identificar as características de cada grupo juvenil, definidas pelo momento histórico em que vivem e pelos aspectos sociais de seu contexto.

Sofiati (2011) nos leva de volta ao século XIX para lembrar que as primeiras organizações juvenis no Brasil se deram sob o impulso do movimento abolicionista, que abriu as portas para a ação juvenil. As décadas de 1930 a 1950 caracterizam os jovens como um grupo de atenção especial às classes menos favorecidas, com ação política de cunho social, ligada a movimentos sindicais.

A década de 1960 descreve um cenário juvenil movido pelas tendências político-ideológicas com forte presença do movimento estudantil, provenientes da classe média; em consequência da Ditadura Militar, os movimentos juvenis sofrem queda, apesar de haver os que resistem e se mantêm na luta social, movimentos de cunho espiritualista como os “Movimentos de Encontro”, que se propunham a solucionar questões psicoafetivas dos jovens.

É também nessa década que a Ação Católica, iniciada na Europa, chega ao Brasil e se insere no cenário juvenil; com a presença das organizações das juventudes agrária, estudantil, independente, operária e universitária católicas, e a formação de pequenos grupos ou grupos em rede, desenvolve-se uma espiritualidade que une engajamento social e eclesial, com foco no protagonismo juvenil.

Na década de 1970, com a repressão da Ditadura Militar, há em seu início pouca movimentação da juventude. Prevalencia uma maior articulação a partir dos “Movimentos de Encontro”.

A década de 1980 traz ao cenário as tribos urbanas já afetadas pelo distanciamento das questões políticas e da militância, acarretadas pela ditadura, que, de certo modo, provocou a despolitização e levou ao surgimento de novas formas de participação social. Um exemplo desse processo é o nascimento do Movimento Cultural Hip-Hop e a militância da Pastoral da Juventude do Brasil.

Os anos 1990 apresentam um perfil de juventude sem as mesmas características utópicas do desejo de transformar o mundo, diz Sofiati (2011, p. 34):

As subjetividades e as condições sociais dos jovens dos anos 1990 estão marcadas por condições diversas e distanciadas dos métodos de realização das utopias revolucionárias. A preservação da individualidade em detrimento de um controle social por parte do grupo é vista como legítima. Fazer política, para esses jovens, não pode ser um fato que abafe a individualidade, pelo contrário, o coletivo deve incorporar a forma de ser de cada um.

Essa subjetividade da juventude dos anos 1990, ao mesmo tempo que mostra o caráter individualista, não abrindo mão de seus desejos, também considera o grupo como um referencial no qual se busca a confirmação de suas ideias a serem compartilhadas. Reforça-se, aqui, a ideia de Morin (2003) de que o indivíduo se faz e se refaz na relação de dependência com o seu meio. Já não mais articulados pelas forças e ideais políticos, o que une jovens dos anos 1990 são as organizações em

torno da música, do teatro e da dança, o que significa que os grupos atuam de modo diferente nos espaços de sociabilidade, de acordo com o desenrolar da história.

No cenário religioso, surge uma nova geração de jovens, fortalecida pelo crescimento dos Movimentos Eclesiais e das Novas Comunidades, que, por sua vez, enfraquecem o trabalho das Pastorais da Juventude e conseqüentemente levam à diminuição dos pequenos grupos de formação de base e do investimento para o trabalho com os jovens.

Os jovens dos anos 2000 apresentam uma característica peculiar e, se assim podemos dizer, bem diferente no modo de organização e agrupamentos, e, curiosamente, a religião se consolida como uma das principais formas de organização das juventudes. Fazendo referência ao artigo de Cecília Mariz “Comunidades de vida no Espírito Santo: juventude e religião” (2005), Sofiati diz que Mariz “constata que há uma grande atração dos jovens por um tipo de opção religiosa mais radical no sentido de uma participação maior com o sobrenatural, oferecido pelas igrejas e movimento pentecostal e carismático” (2011).

A religião ou a experiência religiosa, segundo Mariz, cumpre o papel de ajudar o jovem a superar as tensões, uma sensação de experimentar o poder e a força não encontrados na vida social.

O medo do futuro incerto, a necessidade de inserção na sociedade leva o jovem a buscar o religioso como uma possibilidade de encontrar segurança e reconquistar o futuro como espaço de instabilidade (cf. MARIZ, 2005).

Assim, nos anos 1960 e 1970 havia o predomínio do sindicato e do movimento estudantil; nos anos 1980, dos movimentos sociais; nos anos 1990, os jovens atuam de forma diluída e fragmentada nos movimentos culturais e lúdicos. Os jovens dos anos 2000 são socializados nos movimentos religiosos, principalmente os carismáticos e pentecostais, em sua manifestação mais recente, chamada de “terceira onda”.¹³

¹³ A terceira onda, chamada de Neopentecostalismo, é parte do movimento de chegada de Igrejas evangélicas de cunho pentecostal, a partir dos anos 1910, e teve início na segunda metade dos anos 1970. É nelas que se inspiram os movimentos da Renovação Carismática Católica, já descrito anteriormente, e que hoje exercem grande força na Igreja do Brasil, com influência principal no cenário juvenil.

Nota-se, entretanto, uma mudança de motivação nos modos de agrupamento ou perfil de organização juvenis, que passam do social coletivo para a identidade particular e a vida pessoal. Sofiati (2011) analisa essa mudança sob o ponto de vista sociológico, afirmando que é a predominância dos movimentos sociais como referência para grande parte da juventude organizada, no período de 1970 a 1980. Já nos anos 1990 e 2000 a relevância se dá aos movimentos comunitários com foco na “afirmação pública de um conjunto de valores referentes a uma identidade particular e não mais na cidadania como afirmação de direito para todos” (p. 51).

O dado da experimentação é algo característico dessa tendência à subjetividade e à vida particular pelos novos modos de agrupamentos, e diz Mariz (2005, p. 256):

Esta subjetividade juvenil não necessariamente religiosa (mas funcionalmente religiosa) possibilita às religiões se tornarem uma das principais formas de socialização do jovem na sociedade. Essa tendência é favorecida pela crise social enfrentada pela sociedade brasileira e pode ser entendida principalmente no que tange o aspecto educacional, trabalhista e político da juventude.

4.3 Os nativos digitais

As mudanças ocorridas na década de 1970, com o *bulletin board system* (BBS), uma novidade remota que ligava o computador à linha telefônica e permitia a troca de mensagens e documentos, a leitura de notícias, os e-mails, que atingiram seu auge na década de 1980, o comércio virtual nos anos 1990, as primeiras redes sociais no ano 2000 e a derrocada de alguns aparelhos digitais substituídos pelos dispositivos móveis — celulares, iPhones e outros — transformaram rapidamente a sociedade e modificaram as relações das novas e antigas gerações, de maneira muito rápida.

Ao contrário do que ocorreu com a invenção da imprensa por Gutenberg, na Europa, com a produção das primeiras bíblias, evento marcado pela proibição e a inacessibilidade, diz Palfrey (2011), o surgimento das tecnologias digitais, adotadas por um milhão de pessoas, aconteceu em um período curto de poucas décadas. E afirma:

Nenhum aspecto importante da vida moderna fica intocado pela maneira em que muitos de nós hoje em dia usamos as tecnologias de informação. Os negócios, por exemplo, podem ser feitos mais rapidamente e cobrindo distâncias maiores [...]. Até a religião está sendo transformada: sacerdotes, presbíteros, imanes, rabinos, começaram a ter acesso aos fiéis através de seus *weblogs* (p. 13).

Esta inovação trazida pelas tecnologias digitais, já o afirmamos anteriormente, transformou o modo de relação das pessoas com seus pares e com o mundo, não somente os que nasceram nesta era, mas mesmo os que foram moldados pelo contorno da era analógica, pois estes também estão *on-line*, com o diferencial de ainda serem balizados pelas formas tradicionais de interação.

O sujeito do ciberespaço é alguém que age e interage pela via da circularidade, pois, como afirma Mariotti (2007, p. 140), “onde há seres vivos, as relações serão sempre circulares”. Assim sendo, não concebe em seu modo de pensar ou seus processos cognitivos a ideia de fragmentação ou separação entre forças ditas opostas, como o compreende o modo de pensar científico e determinista.

Os nascidos na era digital não conheceram o universo analógico, que tinha seu modo de encontro, de compartilhamentos e de acesso à informação. Eles desconhecem a diferença entre o *on-line* o *off-line*, bem marcada pelos imigrantes, porque a vida já é, por condição, conectada aos *bits*, a um universo que pode ser atingido pelo *click* ou pelo deslizar dos dedos. Deste modo:

eles têm uma apenas uma identidade (com representações em dois, três ou mais espaços diferentes). São unidos em um conjunto de práticas comuns, incluindo a quantidade de tempo que passam usando tecnologias digitais, e seu padrão de uso das tecnologias para ter acesso, usar informações e criar um novo conhecimento e novas formas de arte. Para estes jovens as novas tecnologias digitais — computadores, telefones celulares, *sidekicks* — são os principais mediadores das conexões humanos-com-humanos. [...] Eles são completamente naturais na maneira de levar a vida, tanto nos espaços *on-line* quanto nos espaços *off-line* (PALFREY, 2011, p. 14).

Segundo Morin, capacidade de ultrapassar as barreiras do antagonismo, do reducionismo de coisas que deveriam ser interligadas em coisas estanques, separadas, de lidar com as contradições e com a imprevisibilidade e admiti-las, são atributos desse sujeito, pois na convivência com a rede conjugam-se o linear e o sistêmico, os paradoxos se complementam. Em seu discurso sobre a reforma do pensamento, podemos ler:

É preciso substituir um pensamento que isola e separa por um pensamento que distingue e une. É preciso substituir um pensamento disjuntivo e redutor

por um pensamento do complexo, no sentido originário do termo *complexus*: o que é tecido junto (MORIN, 2003, p. 82).

Na concepção de Lévy, esse sujeito adquire uma postura diferente da que assumia anteriormente; de passivo, passa a ser também aquele que constrói conteúdo, que agrega saberes.

Esse mesmo sujeito, na relação com o espaço, passa a ser também alguém com habilidade e codificações multifacetárias e, em se tratando de ciberespaço, não está ligado a um espaço físico. Está em rede, estabelece relações.

O sujeito jovem como destinatário da evangelização inserido num contexto multifacetário tem jeitos diversos de relação, de compreensão de mundo e de vivência da religião.

Foi o surgimento de novas expressões juvenis no cenário da Igreja que a levou a publicar o Documento 85 — *Evangelização da juventude* (CNBB, 2007). Nele, a Igreja renova sua opção preferencial pelos jovens, já declarada em 1979 no Documento de Puebla¹⁴, e deixa expressa a preocupação de um trabalho em conjunto entre pastorais, movimentos e outros serviços à juventude; afinal, o sujeito jovem e suas múltiplas faces continuaram, no decorrer das décadas, a merecer uma atenção especial da Igreja e de seus pastores. Assim diz o documento:

Queremos colaborar com a pluralidade de pastorais, grupos, movimentos e serviços que existem em nossas Igrejas particulares para que trabalhem em conjunto, visando ao bem da juventude, e para que os nossos jovens, reconhecidos como sujeitos protagonistas, contribuam com a ação de toda a Igreja, especialmente na evangelização dos outros jovens (CNBB, 2007, p. 5).

4.4 O cenário religioso da Igreja Católica

A teoria de Weber pode nos ajudar a compreender, pelo viés sociológico da religião, o cenário religioso no qual se inserem os jovens, hoje. Parte-se da ideia do processo de racionalização do mundo ocidental como algo que leva ao processo de

¹⁴ Documento elaborado pela III Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano, reunido na Cidade de Puebla, no México, no ano de 1979, voltado para as questões sociais que punham em risco a dignidade humana.

secularização da sociedade, cujo fenômeno se expande como ocidentalização e modernização.

O que isso quer dizer? Que os aspectos religiosos que agiam como dominadores da cultura e da sociedade sofrem declínio e cedem lugar à ciência. Não somente a retirada dos templos religiosos como símbolo desta dominação e controle, mas também a secularização da consciência das pessoas, que passam a entender que podem viver e interpretar o mundo sem recorrer à religião, são fatores de relevância para o que se chamou desencantamento. Sobre isto já falamos na segunda seção (cf. SOFIATI, 2011).

Na sociedade secularizada, os valores impostos pela religião sofrem mudanças que são provocadas pelo pensamento de que é possível “despojá-los” de seu caráter mágico de salvação. Assim, “a ideia do desencantamento em Weber aparece como um mundo duplamente desencantado: pela religião, que passa a dar um sentido a ele, e pela ciência, que retira todo o seu sentido” (SOFIATI, 2011, p. 7).

Berger (2001), porém, questiona a teoria da secularização e do desencantamento ao dizer que o mundo, hoje, mantém seu caráter de influência religiosa, que é dada não pelo poder da influência institucional religiosa, mas pela prática religiosa que sobreviveu por meio da reorganização das pessoas a partir de novas instituições.

4.5 As expressões juvenis no cenário da Igreja, hoje

A Igreja do Brasil, ao longo de sua história e de sua relação com os jovens, passou por muitas mudanças que se adequaram ao contexto social, que, como vimos anteriormente, interferem na constituição dos sujeitos e de sua maneira de se posicionar na sociedade. Essas mudanças sociais modificaram, no decorrer dos anos, o modo de agrupamentos juvenis e sua maneira de viver e expressar a fé.

O documento *Evangelização da juventude* confirma o legado de Puebla, na década de 1970, em que o episcopado declarou a opção preferencial da Igreja na América Latina pelos jovens. Assim, diz: “A juventude mora no coração da Igreja e é fonte de renovação da sociedade” (CNBB, 2007, art. 1).

4.5.1 As Pastorais da Juventude

As Pastorais da Juventude (PJs) inserem-se na dinâmica eclesial, contribuindo na formação humana e cristã das juventudes, a quem oferecem uma proposta de formação integral que quer possibilitar o amadurecimento no seguimento de Jesus, cada uma com suas particularidades e objetivos próprios.

A PJ, tem por objetivo despertar os jovens para a pessoa e a proposta de Jesus Cristo e desenvolver com eles um processo global de formação a partir da fé, para formar líderes capacitados a atuarem na própria Pastoral da Juventude e em outros ministérios da Igreja mais específicos, comprometidos com a libertação integral do homem, da mulher e da sociedade, levando a vida de comunhão e participação.

A Pastoral da Juventude do Meio Popular (PJMP) tem por objetivo evangelizar os jovens da classe popular no seu meio, anunciando a pessoa e o projeto de Jesus Cristo libertador com vista a uma prática libertadora na Igreja, na sociedade, na família e em todos os momentos de sua vida.

A Pastoral da Juventude Estudantil (PJE) visa acompanhar jovens estudantes num processo de formação humano-cristão que lhes permita uma vivência grupal e comunitária em relação com Deus, com o outro e com o mundo, animando-os a descobrir seu valores e a serem agentes de transformação no meio estudantil.

A Pastoral da Juventude Rural (PJR) está a serviço da juventude camponesa, com o intuito de fazer do campo um lugar com condições dignas de sobrevivência.

A Igreja compreende que para evangelizar a geração deste milênio deve reconhecer e encontrar novas propostas e novos caminhos para a evangelização das diferentes juventudes.

O Espírito distribui continuamente seus dons, suscitando a fundação de novas associações e comunidades, revitalizando as antigas e dando incremento às existentes. A Igreja procura valorizar e acolher, com gratidão, as agregações leigas que vão surgindo, numa atitude de discernimento, atento de sua eclesialidade e da autenticidade dos carismas presentes (CELAM, 2007, n. 366).

Esse reconhecimento tem sua razão de ser pelo surgimento de novas formas de evangelização das juventudes que no cenário atual têm forte expressão.

4.5.2 Movimentos eclesiais

Com suas raízes já anteriores ao Vaticano II, os Movimentos surgem no Pontificado de Paulo VI e são pouco a pouco acolhidos pela autoridade eclesiástica. No entanto, recebem seu incentivo por João Paulo II, que vê neles frutos da profunda renovação espiritual promovida pelo Concílio (CNBB, 2009). Os fundadores desses movimentos são na maioria das vezes pessoas leigas que orientam seus membros a uma espiritualidade de comunhão com a Igreja.

4.5.3 Novas Comunidades de Vida e Aliança

Estas nascem da Renovação Carismática Católica e se orientam por sua espiritualidade. Em sua maioria são fundadas também por leigos e, em alguns casos particulares, por iniciativa de algum sacerdote dirigida aos leigos (CNBB, 2009).

Assim como os Movimentos, as Comunidades de Vida e Aliança exercem força atrativa em relação à juventude, que acolhe com mais rapidez à sua proposta pedagógica marcada pela radicalidade, pela valorização da linguagem juvenil e do mundo midiático.

4.5.4 Outras comunidades juvenis

Tendo sua origem em carismas diversos dentro da Igreja, dão atenção à evangelização das juventudes no contexto urbano, às quais alcançam em sua atuação pastoral, buscando dar resposta aos desafios sociais de dependência química.

Preocupada com a unidade dessas expressões, a Igreja recorda a necessidade do cuidado para evitar a uniteralidade e a uniformidade. É o que atesta a fala do então cardeal Ratzinger, hoje papa emérito Bento XVI, durante o Congresso Mundial dos Movimentos:

Os movimentos devem evitar o risco da unilateralidade que os leva, por causa de uma irrefletida exuberância adolescencial, a se fechar. Eles devem ter um relacionamento com a Igreja local. [...] os bispos não podem exigir uma uniformidade na organização e na programação pastoral (CNBB, 2009).

A partir destas considerações, coloca-se uma questão relevante para a Igreja e seus movimentos na direção dos jovens, uma vez que, muito embora tenha alcançado algumas vitórias nesta busca, necessita debruçar sobre o estudo das juventudes, a fim de adequar sua prática, sua doutrina e seus projetos ao contexto dos jovens.

Para chegar ao sujeito jovem e estabelecer com ele uma relação de aproximação e propor projetos de interesse, faz-se necessário romper com as ideias de fragmentação da pessoa, de culturas e identidades estáveis, de relações compartimentadas de proximidade e distância restritas ao espaço físico ou lógico-matemático. Da mesma forma, faz-se necessário não desconsiderar que a força dos *mass media* é um fator de relevância acoplado às culturas juvenis a partir da década de 1990. Deste modo, a evangelização das juventudes não pode se desobrigar de olhar para este contexto cultural tecnológico como uma via de aproximação e diálogo com elas, pois, como afirma Bento XVI na sua Mensagem pelo Dia Mundial das Comunicações Sociais (2013), cujo tema foi “*Redes sociais: portais de verdade e de fé; novos espaços de evangelização*”, “se a Boa Nova não for dada a conhecer também no ambiente digital, poderá ficar fora do alcance da experiência de muitos que consideram importante este espaço existencial”.

É importante perceber as grandes viradas culturais e onde está o ponto fulcral das mudanças. As teorias não são feitas para encaixar pessoas, mas para dar elementos inteligíveis; para saber o que ilumina ou não a realidade, já dizia Libânio (2004).

A religião se consolidou como uma das principais formas de organização grupal da juventude nos tempos atuais. Aproximadamente 81,1% dos jovens entrevistados participam de grupos religiosos, 23,6% em associações esportivas, ecológicas, culturais, artísticas e assistencialistas; 18,7% em organizações de caráter corporativo; 3,3% em organizações partidárias. Desses, 54,0% são católicos,

21,4% evangélicos, 2% se dizem ateus e 14,3 se declaram sem religião.¹⁵ Entretanto, constata que há uma atração dos jovens por um tipo de opção religiosa mais radical no sentido de uma participação maior com o sobrenatural, oferecido pelas igrejas e movimentos pentecostal e carismático, segundo Mariz (2005).

Está claro e é consenso para a Igreja, hoje, que a tecnologia age como um tecido que conecta pessoas do mundo inteiro, e que apresentar o Evangelho como uma parte desse tecido é uma maneira de afirmar que o aparato tecnológico exprime em condição *sine qua non* um dos ambientes por onde a vida do ser humano circula e na qual se estabelecem relações dialógicas e interativas. Eis o que diz o papa emérito Bento XVI:

O desafio, que as redes sociais têm de enfrentar, é o de serem verdadeiramente abrangentes: então se beneficiarão da plena participação dos fiéis que desejam partilhar a mensagem de Jesus e os valores da dignidade humana que a sua doutrina promove. Na realidade, os fiéis dão-se conta cada vez mais de que, se a Boa Nova não for dada a conhecer também no ambiente digital, poderá ficar fora do alcance da experiência de muitos que consideram importante este espaço existencial. O ambiente digital não é um mundo paralelo ou puramente virtual, mas faz parte da realidade quotidiana de muitas pessoas, especialmente dos mais jovens. As redes sociais são o fruto da interação humana, mas, por sua vez, dão formas novas às dinâmicas da comunicação que cria relações: por isso uma solícita compreensão por este ambiente é o pré-requisito para uma presença significativa dentro do mesmo (BENTO XVI, 2013).

A Igreja do Brasil tem se mobilizado para dar conta da demanda digital de nosso tempos, isso é fato. As transmissões de rádio e televisão para missas e outros programas voltados ao público religioso, com orações e temas de cunho formativo e informativo, conseguiram, em determinada época, atender parcialmente à necessidade do mundo em processo de evolução tecnológica. Hoje, porém, há que se buscar formas mais significativas de fazê-lo.

O Concílio Vaticano II, especificamente o decreto *Inter mirifica*, conclamou a Igreja a um movimento de mobilização e deslocamento de estruturas, para que a mensagem do Evangelho encontrasse as pessoas em suas realidades cotidianas. O advento da cibercultura e dos novos recursos tecnológicos na rede parece ter aproximado ainda mais a Igreja dessa tentativa de dar uma resposta à necessidade latente de relação e participação que possibilita compartilhamentos de palavras, imagens, sons, emoção, expressão, pois,

¹⁵ Dados do Censo IBGE 2010 e de levantamento da Unesco de 2008. Ver CNBB (2013b, p. 30 e 31).

se outrora os dois termos “tecnologia” e “relação” pareciam não combinar, se usados juntos, hoje, ao contrário, surgiu em nosso tecido social uma importante mediação tecnológica: trata-se de uma verdade com a qual é necessário se confrontar [...]. O mundo das comunicações está modificando a humanidade, transformando-a, com efeito, numa ladeia global. A web 2.0 não passa disso: a Rede transformada numa rede de contatos sociais, local de participação e compartilhamento (SPADARO, 2013, p. 5).

Foi o papa emérito Bento XVI que declarou que as redes sociais “são o ponto de partida da comunicação” para muitas pessoas, que procuram conselhos, sugestões, informações, respostas. Em mensagem de 2011, ele mesmo falou sobre a influência das redes na vida humana:

No mundo digital, transmitir informações significa com frequência sempre maior inseri-las numa rede social, onde o conhecimento é partilhado no âmbito de intercâmbios pessoais. A distinção clara entre o produtor e o consumidor da informação aparece relativizada, pretendendo a comunicação ser não só uma troca de dados, mas também e cada vez mais uma partilha (BENTO XVI, 2011, [on-line]).

Apesar da desconfiança que envolve as tecnologias e seu impacto na vida social, afirma Spadaro (2013), elas são um dom de potencial extraordinário e os jovens, de uma maneira particular, conseguem captar a largura ou a extensão desse potencial para facilitar a comunicação e a compreensão entre os indivíduos, criando comunidades e redes que lhes permitam, além de um espaço lúdico, buscar informações e notícias, compartilhar ideias e opiniões. Assim, não se constitui algo alijado da experiência humana, mas que ao contrário tem íntima relação com a necessidade comunicacional, dando forma a antigos desejos de comunicação entre os indivíduos.

Percebe-se, no entanto, que voltamos a um ponto que nos tem acompanhado no decorrer deste trabalho: o da busca incessante da Igreja por comunicar-se com seus adeptos ou simpatizantes, que também é anterior aos meios mais evoluídos de tecnologia, como recordam as cartas de Paulo Apóstolo, sobre as quais falamos na segunda seção.

Um dado de interesse ao tema que ora tratamos, lembrado por Spadaro (2013), é o uso de vídeos indexados, o fenômeno Youtube, tão utilizado pelos jovens para compartilhamentos de conteúdos diversos, inclusive de assuntos religiosos. Exemplo bem recente pôde-se encontrar, por ocasião da Jornada Mundial da Juventude do Brasil, na série “Discipulus” (cf. imagem no Anexo E), com doze vídeos temáticos que versaram sobre intimidade com Deus, vida em comunidade, como

testemunharam os primeiros apóstolos, o legado de Cristo direcionado aos jovens de hoje, para continuarem sua missão com o jeito peculiar de ser discípulos de Jesus, em atenção ao lema da JMJ: “Ide e fazei discípulos entre todas as nações”, extraído do evangelho de Mateus (capítulo 28, versículo 19).

Numerosos outros recursos têm-se apresentado no Brasil e no mundo, entre eles um especial *flash mob* “Francisco”, ensaiado por jovens do mundo inteiro, em homenagem ao papa Francisco, que foi destaque durante a JMJ, reproduzido em outros vídeos por bailarinos ou simplesmente por grupos das mais variadas expressões juvenis da Igreja. Verdade seja dita, esses filmes rápidos no Youtube exercem um poder de atração, aprendizado de conteúdos musicais ou não e compartilhamentos, e ainda permitem ao jovem deixar na rede sua crítica ou simplesmente a expressão de sentimentos. Isso prova que a fé não está ausente desse espaço de compartilhamento.

Ainda sobre os vídeos indexados, descobrimos a existência de uma similaridade com o Youtube, criada por Chris Wyatt, do Texas, denominada GodTube (cf. imagem no Anexo F), que segue a lógica do portal original, com o diferencial de que os conteúdos são exclusivamente de cunho religioso, com interface em inglês, mas acesso de outros países.

Spadaro (2013) fala da presença cristã no mundo dos *twitters* que não pode ser negligenciada, e da numerosa lista de usuários cristãos, como os da Tweetcatholic. Entre os “tuiteiros” está o papa Francisco, que segue a iniciativa de Bento XVI, primeiro pontífice a ter um perfil em rede social, como uma maneira de estar mais perto dos jovens e mantê-los atualizados quanto às atividades do Papa (cf. imagens nos Anexos G e H). O uso dos *twitters* católicos ou simplesmente cristãos se resume a disparar mensagens ou preces curtas, uma espécie de “ladainha capaz de envolver muitas pessoas ao mesmo tempo” (SPADARO, 2013, p. 140).

Tudo isso é animador, claro, pois como já dizia Bento XVI, referindo-se ao uso de *twitters* pelos cristãos católicos, “na sua essencialidade, breves mensagens — muitas vezes limitadas a um só versículo bíblico — podem exprimir pensamentos profundos” (BENTO XVI, 2012, [on-line]). Mas é preciso cuidar, pois ter um conteúdo publicado na rede não garante que a evangelização esteja sendo feita de maneira significativa, que os discípulos de hoje estejam compreendendo a largura e o

comprimento, a altura e a profundidade, como nos lembra Paulo Apóstolo em sua carta à comunidade de Éfeso (capítulo 3, versículo 18), da mensagem lida ou emitida; pode, sim, ocorrer que se tenham espectadores curiosos, mas não evangelizadores e evangelizados que compreendem o compromisso de experimentar uma mensagem antes de a difundir; a rede, assim, deve cuidar para não ser um canal transmissor de algo que não ajude a fazer a experiência e que não agregue significados.

Há quem concorde que um dos grandes desafios a esta questão seja o de adequar da linguagem Igreja perante o jovem, num movimento de renovação das formas de dizer algo significativo ao mundo de hoje, de dizer uma palavra significativa a quem procura algo novo, que, muito bem lembra o Evangelho, não pode ser trazido em odres/recipientes velhos (cf. Evangelho segundo Lucas, capítulo 5, versículo 38), ou seja, com um vocabulário tão distante da realidade juvenil ou tão cristalizado e inflexível, que precisa ser traduzido, pois os jovens não o compreendem.

É necessário questionar sobre a eficácia dos meios a dispor na evangelização do público juvenil, no que concerne à formação. Os que usam as redes sociais para evangelizar podem ser meramente transmissores de códigos doutrinários, de máximas, regras, mesmo no contexto pós-moderno, abdicando consciente ou inconscientemente da formação teológica, crítico-pastoral, experiencial e significativa, num contexto em que se relacionam pessoas de diferentes maneiras de pensar, com repertórios e necessidades diferentes.

Partindo deste questionamento é que nos servimos das ideias de Ausubel (1918-2008), um dos expoentes das teorias do desenvolvimento psicológico na educação, que propõe a aprendizagem com uma “estrutura cognitivista”. O aspecto central e substancial de sua teoria é a aprendizagem significativa, que se dá a partir do momento em que determinado conceito se relaciona de maneira não arbitrária com conceitos já subsistentes ou conhecimentos prévios dos sujeitos, aos quais denomina subsunçores. Os novos conhecimentos ou informações serão incorporados posteriormente à estrutura já existente, de forma significativa, por meio da organização e da integração dos conteúdos aprendidos significativamente. Segundo Martin e Solé (2007, p. 60),

por aprendizagem significativa entende-se aquela na qual a nova informação se relaciona de maneira significativa, isto é, não arbitrária, ao pé da letra, com os conhecimentos que o aluno (sujeito) já tem, produzindo uma transformação tanto no conteúdo assimilado, quanto naquele que o estudante (sujeito) já sabia. No extremo oposto, a aprendizagem repetitiva refere-se a situações nas quais simplesmente se estabelecem relações arbitrárias, literais e não-substantivas entre os conhecimentos prévios.

Contrastar a aprendizagem significativa à aprendizagem por repetição ou recepção, em relação com o assunto que postulamos nesta dissertação, nos faz retornar ao início desta pesquisa, quando tratamos do modo como a Igreja, por muitos anos, entendeu a maneira de se comunicar com seus fiéis: transmissão de verdades, “postagem”, no sentido de pôr, colocar ideias sem interação e argumentação ou diálogo entre as partes. É para isso que ora chamamos a atenção.

No tangente a este assunto, é necessário admitir a ideia de que há um recorrente descompasso entre a linguagem do jovem e a linguagem da Igreja. Esta, não raras vezes, segue uma lógica linear, enquanto aquela é hipermidiática. A rede pode oferecer muitos conteúdos, mas eles podem interagir ou não com o que navega, atribuir ou não significados, dar ou não ferramentas inteligíveis facilitadora do encontro entre o recebido e o subsunçor.

A evangelização na rede deve ser acreditada como interação de significados, para que os evangelizados, neste caso específico os jovens, tenham a possibilidade de crescer na fé e dá-la a conhecer como experiência, à sua maneira, a outros jovens, com uma gama de significados que lhes foram atribuídos graças à dialética entre aquilo que conhecem previamente ou mesmo questionam previamente — sim, porque em alguns casos, acredito, o conhecimento prévio é traduzido na própria dúvida, no querer saber — com os novos conteúdos que a rede pode lhes oferecer, a fim de que os organizem e os integrem de maneira significativa.

Em outras palavras, a Igreja, em sua missão e desejo de se aproximar dos jovens, deve dar meios para um peregrinar pela experiência da fé e vivência de uma espiritualidade que se constrói não com dogmas disparados arbitrariamente nas redes sociais, mas com a tentativa humilde de fazer que as verdades da fé já estabelecidas em seu cânon dialoguem com a bagagem de conhecimento, com os anseios e desejos de seus fiéis.

A chave da aprendizagem significativa encontra-se na medida em que se produz uma interação entre os novos conteúdos simbolicamente

expressados e alguns aspectos relevantes da estrutura de conhecimento que o aluno (sujeito) já possui (MARTIN; SOLÉ, 2007, p. 63).

A rede pode permitir a construção do conhecimento e a experiência da fé por meio da autogestão e da organização, resultado do encontro entre o conhecimento prévio e o conhecimento que se apresenta, não linear, não verticalizado; nela a informação é dialética e dialógica. A gama de informações na rede abre horizontes para o jovem; as muitas opções de *links* e *hiperlinks* atuam como estimuladores, aguçam a probabilidade de investigação para se chegar a uma resposta, e isto é diferente da linguagem estática. O conteúdo cristão na rede deve superar a intenção de ordenação, para conseguir dialogar com a hipermídia, com o que se constrói por interação.

Recorrendo à teoria de Morin, lembramos que o sujeito na via da complexidade é tecido por uma rede de identidades e relações, ordem e desordem, caos e paraíso, sombra e luz, construção e desconstrução, certeza e dúvida, e convive em um hábitat no qual estão em complementaridade o linear e o sistêmico, e o que parece ser antagônico é, na verdade, uma força criadora e constitutiva do ser. O sujeito jovem que aprende com significado é também herdeiro dessa rede de relações que não comporta a linearidade e a arbitrariedade como premissas.

Devem, pois, os que pretendem estar em conexão com o sujeito jovem da atualidade, e juntamente com ele vivenciar um processo de evangelização e realização de um projeto de vida, compreender tais mudanças. Modelos antiquados, estáticos, pragmáticos e que restringem serão incapazes de atrair, estabelecer relações e alcançar proximidade. Deste modo, o rígido deve dar espaço ao elástico, o cristalizado e sólido deve ceder espaço ao líquido.

5 AS REDES SOCIAIS COMO ESPAÇO DE EVANGELIZAÇÃO

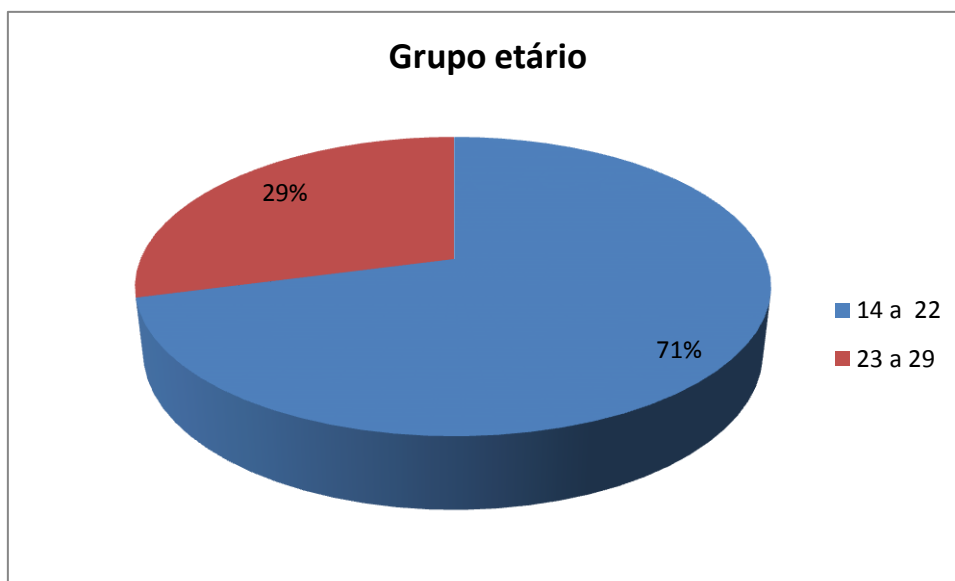
Esta seção quer colaborar para dar alguma resposta, ou apontar algum caminho ao que me proponho nesta pesquisa: saber de que forma, em que grau ou instância as comunidades católicas locais, em consonância com a comunidade mundial, atentas ao movimento da cibercultura e imersas neste universo como meio de difusão da mensagem do Evangelho no mundo e entre as juventudes, têm logrado aproximação e diálogo com o universo dos/das jovens, agregando conhecimento e consolidando vínculos.

Para isso, foram distribuídos questionários a jovens de diferentes contextos sociais e regionais, em cidades dos Estados de Santa Catarina, Paraná, Minas Gerais e São Paulo.

Faremos primeiramente uma análise quantitativa e posteriormente o cruzamento dos dados para a análise qualitativa das respostas.

Começemos pelo quesito perfil etário dos jovens. Dos 55 que responderam ao questionário, 71% tinham entre 14 e 22 anos e 19%, entre 23 e 29 anos.

Gráfico 1 – Grupo etário.

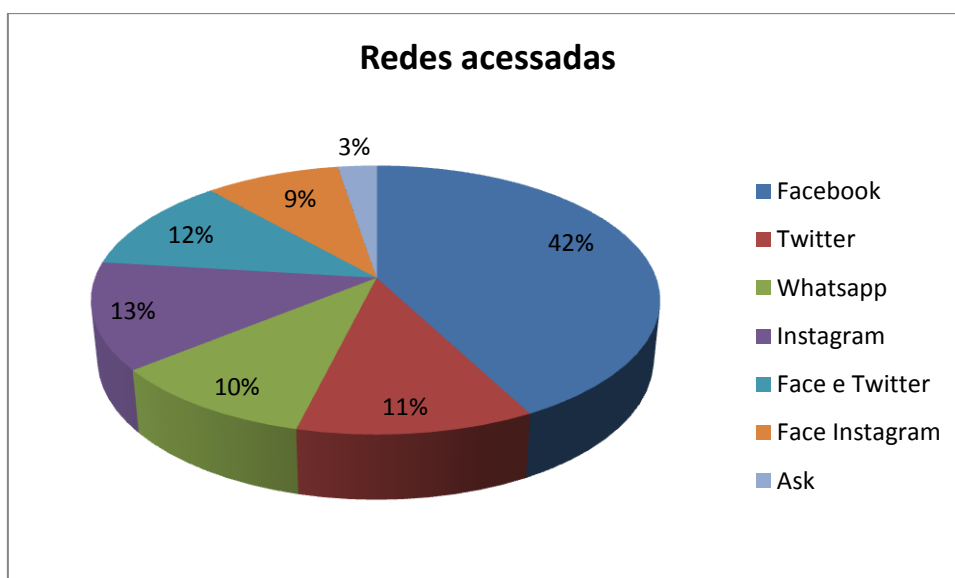


Fonte: A Autora, a partir dos dados coletados na pesquisa.

Todos esses jovens pertencem, em grau de compromisso maior ou menor, a uma comunidade católica, e a grande maioria frequenta grupos de jovens em suas respectivas paróquias. Nota-se que a presença, entre os entrevistados, de jovens da faixa etária de 14 a 22 anos é bem superior à de sujeitos com idade entre 23 e 29 anos. Este dado pode ter sua justificativa na constatação de Libânio (2004), como vimos anteriormente, de que a entrada na universidade é um fator de embate, pois há aí certa hostilidade à religião que pode levar à emancipação para outros meios, ficando a religião não mais no topo das prioridades. Além disso, a inserção no trabalho também pode ser um fator de afastamento dos jovens dos meios religiosos presenciais. Quanto mais eles crescem, mais compromissos assumem, menos tempo têm para se dedicar à vida em grupo na comunidade religiosa. Poderia justificar-se também pela necessidade comum à faixa etária na qual se concentram maior número de adolescentes de procurar a própria imagem e identidade no grupo. Contudo, não significa que os demais tenham se desligado de sua experiência religiosa ou perdido o contato com o religioso.

A primeira pergunta, depois da identificação da faixa etária, refere-se às redes sociais acessada por eles. Segundo demonstra o gráfico abaixo, o Facebook aparece com 42%, seguido do Instagram, com 13%. Os que usam o Facebook e o Twitter são 12%, os que indicaram somente o Twitter 11%. O Whatsapp aparece com 10%, e o uso alternado do Facebook e do Instagram soma 9%.

Gráfico 2 – Redes acessadas.



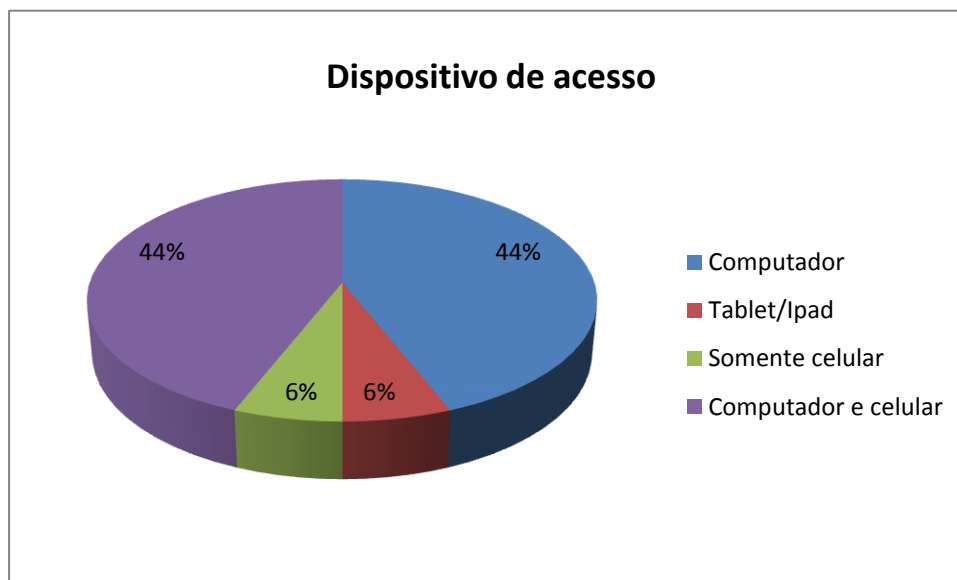
Fonte: A Autora, a partir dos dados coletados na pesquisa.

Estes indicadores atestam que o Facebook lidera o *ranking* das redes sociais mais utilizadas pelos jovens, o que não representa novidade, já que essa rede mundial tem se destacado no âmbito de pesquisas feitas para outras finalidades, como constata Spadaro (2013, p. 93): “Nos últimos anos se assistiu a um rápido crescimento dos usuários de Facebook e, em outubro de 2012, essa plataforma de comunicação atingiu 1 bilhão de usuários ativos”.

Sabe-se que o Brasil está entre os países que mais tiveram usuários cadastrados, seguidos de Índia, Indonésia, México e Estados Unidos, e que a língua portuguesa é a terceira mais falada nessa rede.

Os jovens também foram questionados sobre o dispositivo do qual mais acessam as redes, e a pesquisa revelou dados equivalentes, de 44%, de acesso às redes pelo computador e por computador e celular, apontando que 6% acessam somente pelo celular e 6% por *tablet/ipad*.

Gráfico 3 – Dispositivos de acesso.



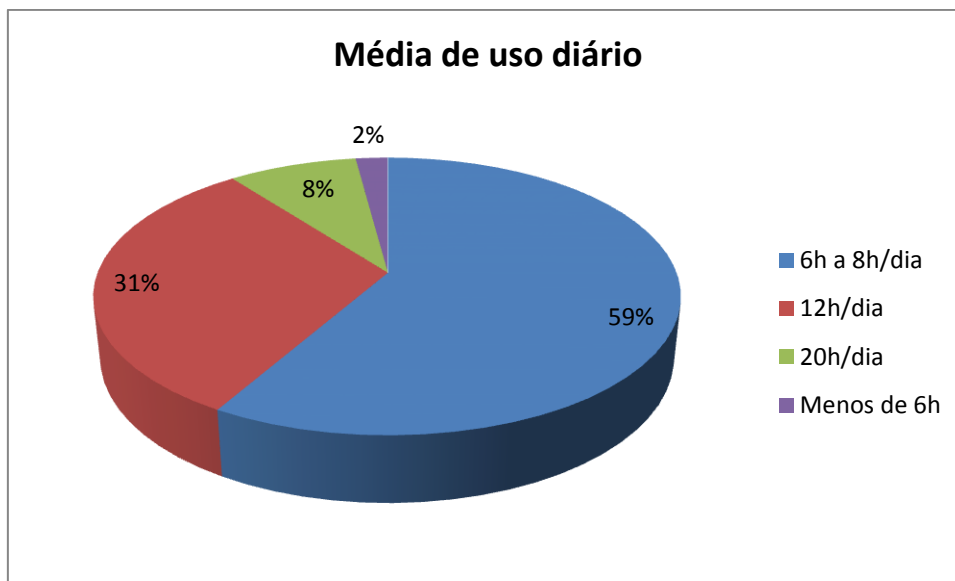
Fonte: A Autora, a partir dos dados coletados na pesquisa.

Embora os dispositivos móveis sejam um dos acessórios mais encontrados nas mãos de jovens e adolescentes, estes dados mostram que o uso do computador é ainda de alto índice, talvez pelo fato de que o dispositivo móvel tenha alguns

limites dos quais o computador de mesa dá conta, a depender da necessidade do internauta.

Sobre o tempo de conexão à rede, a pesquisa mostrou que 59% permanecem conectados à internet de 6 a 8h/dia; 31% estão conectados 12h/dia, seguidos de 8% com 20h/dia e apenas 2% com menos de 6h/dia, como se pode observar no gráfico.

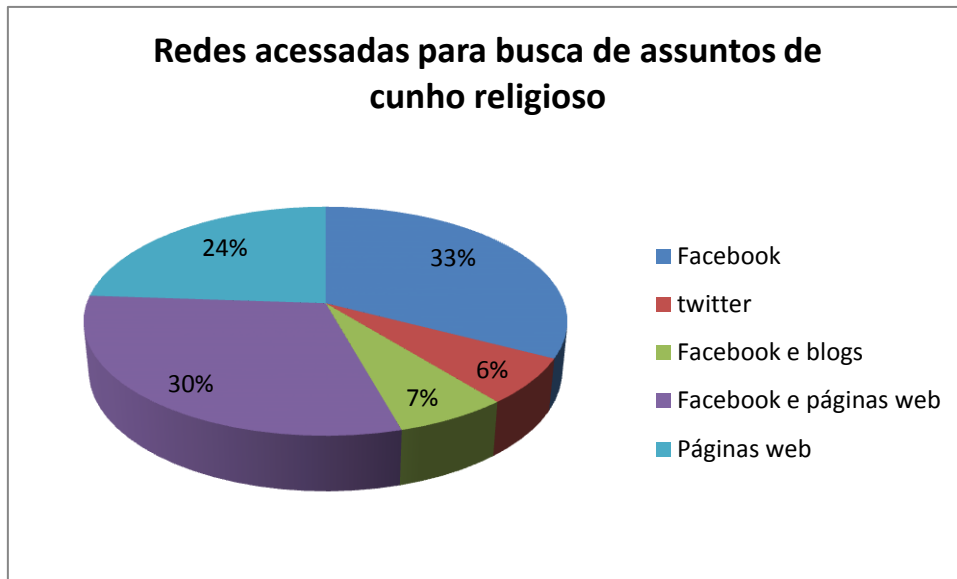
Gráfico 4 – Média de uso diário da internet.



Fonte: A Autora, a partir dos dados coletados na pesquisa.

O Facebook lidera também o *ranking* das redes mais acessadas para a busca de assuntos de cunho religioso; são 33% dos entrevistados que acessam o Facebook; em seguida vem o uso alternado entre Facebook e outras páginas da *web*, com 30%. Usam páginas da *web* para busca 24% dos entrevistados, e um percentual menor que 7% emprega blogs, enquanto 6% recorrem ao Twitter.

Gráfico 5 – Redes acessadas para busca de assuntos de cunho religioso.



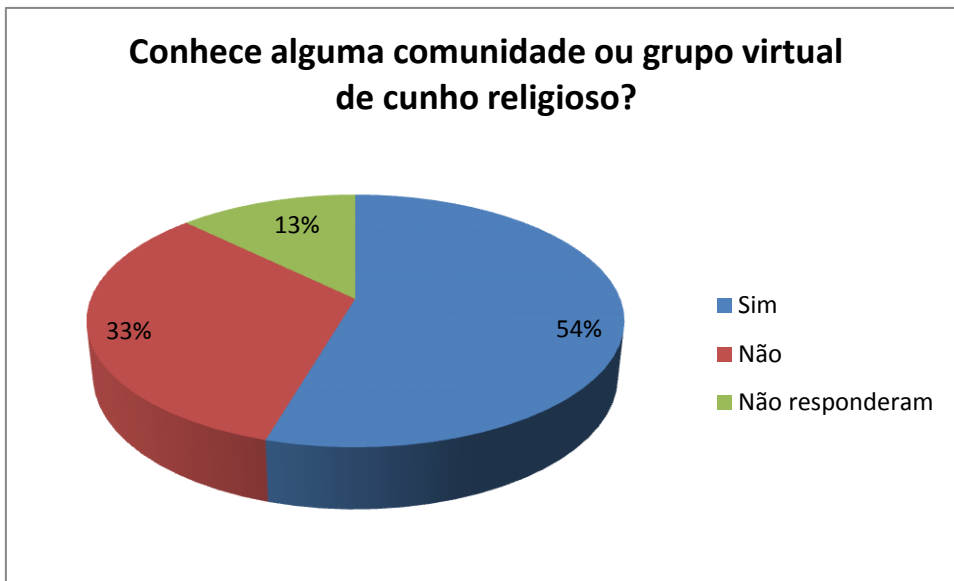
Fonte: A Autora, a partir dos dados coletados na pesquisa.

A liderança do Facebook como rede mais utilizada para a busca de assuntos de cunho religioso reforça a ideia anterior, assim como faz constatar que a instituição religiosa tem aproveitado a presença do jovem nesta rede para a criação de seus perfis e páginas oficiais, nas quais veiculam assuntos de interesse.

Esta constatação se aplica também à análise feita do gráfico que segue. Os jovens têm encontrado em seus cliques ou buscas rápidas um volume grande de comunidades ou grupos virtuais que evangelizam jovens por meio de suas publicações e convites a algum nível de pertença.

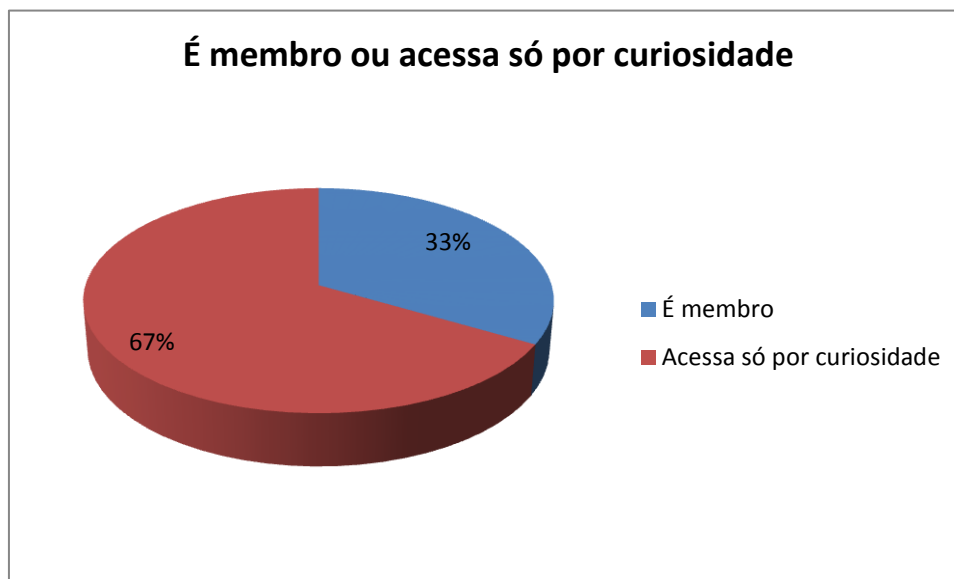
Perguntados sobre conhecerem ou não comunidades virtuais de cunho católico, 54% responderam que sim, 33% responderam que não e 13% não deram sua resposta; 33% disseram ser membros de comunidades e 67% disseram acessar somente por curiosidade, conforme apontam os gráficos abaixo.

Gráfico 6 – Conhecimento de comunidade ou grupo virtual de cunho religioso.



Fonte: A Autora, a partir dos dados coletados na pesquisa.

Gráfico 7 – Modo de acesso a comunidade ou grupo virtual de cunho religioso.



Fonte: A Autora, a partir dos dados coletados na pesquisa.

Mas igualmente curioso é que o percentual dos que pertencem a grupos virtuais religiosos não atinge metade dos entrevistados. A maioria, ou melhor, a grande maioria apenas acessa por curiosidade. Esta constatação talvez se atribua à dificuldade das relações mais duradouras e à ideia de que na sociedade atual as

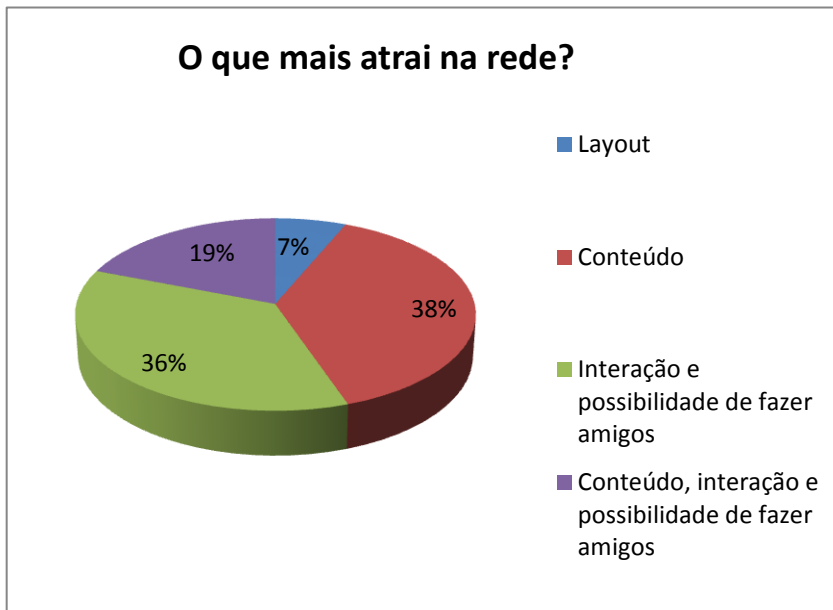
coisas não sejam mais lineares ou estáticas; assim, a busca sem a intenção de compromissos é maior.

Isso reforça a ideia de que os dispositivos e seus novos contratos são capazes de modificar as formas de vínculo. Do seu lugar ou não lugar, o jovem pode acompanhar ritos, por intermédio dos dispositivos de construção de sentido religioso que conseguem colocá-lo em contato com a sua fé e experimentação do sagrado. É preciso, porém, dar atenção ao que nos lembra o papa Francisco em sua mensagem para o Dia Mundial das Comunicações, sobre o testemunho e o envolvimento pessoal que podem fazer a rede alcançar as periferias existenciais:

Não basta circular pelas “estradas” digitais, isto é, simplesmente estar conectados: é necessário que a conexão seja acompanhada pelo encontro verdadeiro. Não podemos viver sozinhos, fechados em nós mesmos. Precisamos de amar e ser amados. Precisamos de ternura. Não são as estratégias comunicativas que garantem a beleza, a bondade e a verdade da comunicação. O próprio mundo dos *mass media* não pode alhear-se da solicitude pela humanidade, chamado como é a exprimir ternura. A rede digital pode ser um lugar rico de humanidade: não uma rede de fios, mas de pessoas humanas. A neutralidade dos *mass media* é só aparente: só pode constituir um ponto de referência quem comunica colocando-se a si mesmo em jogo. O envolvimento pessoal é a própria raiz da fiabilidade de um comunicador. É por isso mesmo que o testemunho cristão pode, graças à rede, alcançar as periferias existenciais (FRANCISCO, 2014, [on-line]).

Sobre o que mais atrai os jovens à rede, em primeiro lugar está o conteúdo, com 38% das respostas, seguido de 36% que apontaram a interação e a possibilidade de fazer amigos. Os que responderam ser a busca de conteúdo e a interação com as pessoas somam 19% e, por último, o *layout*, que aparece com 7%. Vide gráfico a seguir.

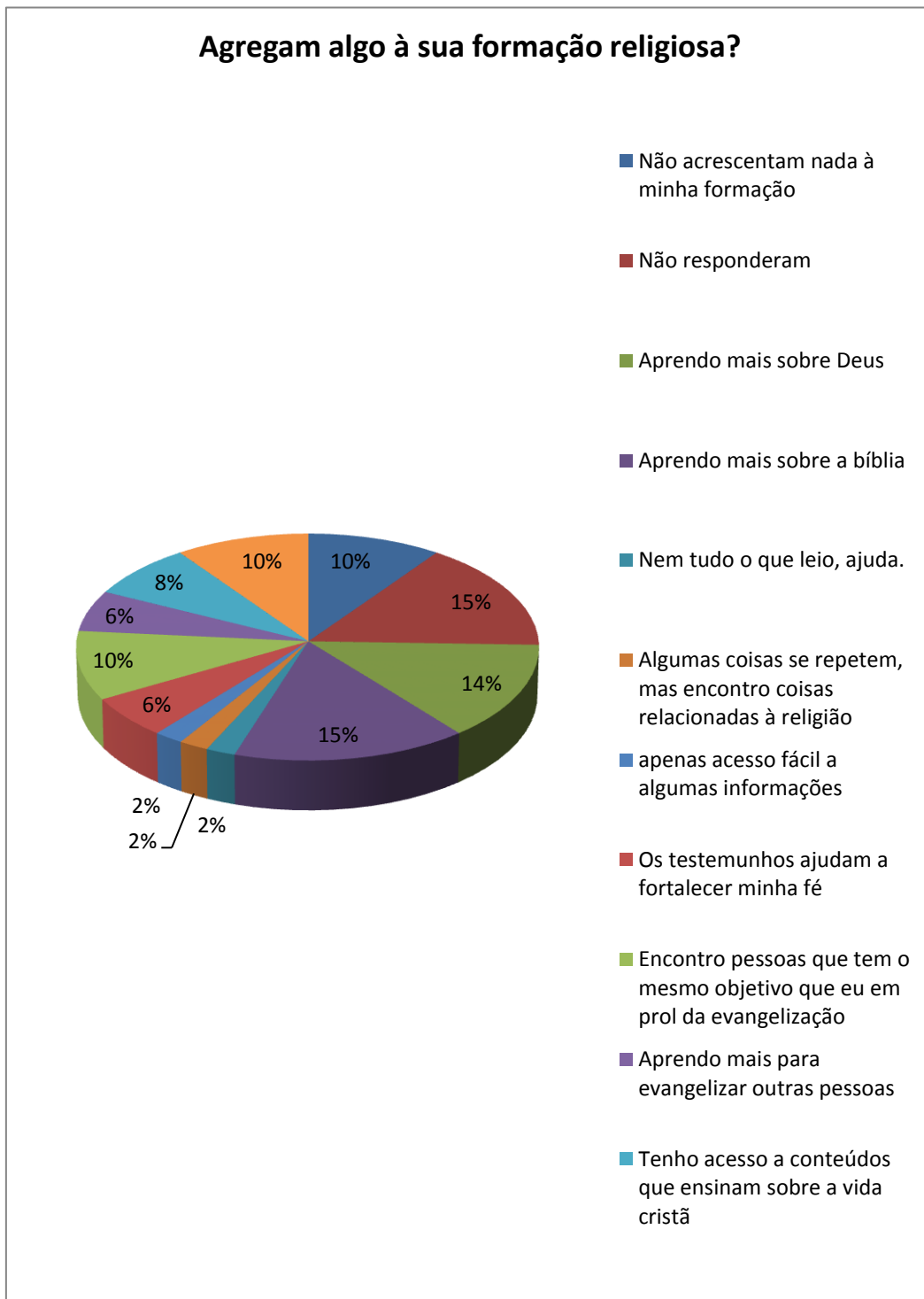
Gráfico 8 – Maior atrativo na rede.



Fonte: A Autora, a partir dos dados coletados na pesquisa.

Perguntamos, ainda, se os conteúdos acessados agregam algo à formação cristã. Segundo o resultado da pesquisa, 15% disseram aprender mais sobre Deus, 17% aprender mais sobre a Bíblia, 11% disseram que encontram pessoas com os mesmos objetivos, e o mesmo percentual se aplica aos que disseram ficar sabendo das novidades que acontecem na Igreja. Os que responderam que têm acesso aos conteúdos da vida cristã são 9% e os que afirmam que os testemunhos de fé a que têm acesso na rede os ajudam a viver melhor sua fé são 6%. Os que responderam que nem tudo o que leem ajuda, que os conteúdos se repetem, são 2%. Não responderam a esta questão 17% dos entrevistados. Vide gráfico a seguir.

Gráfico 9 – Contribuições da rede à formação religiosa.

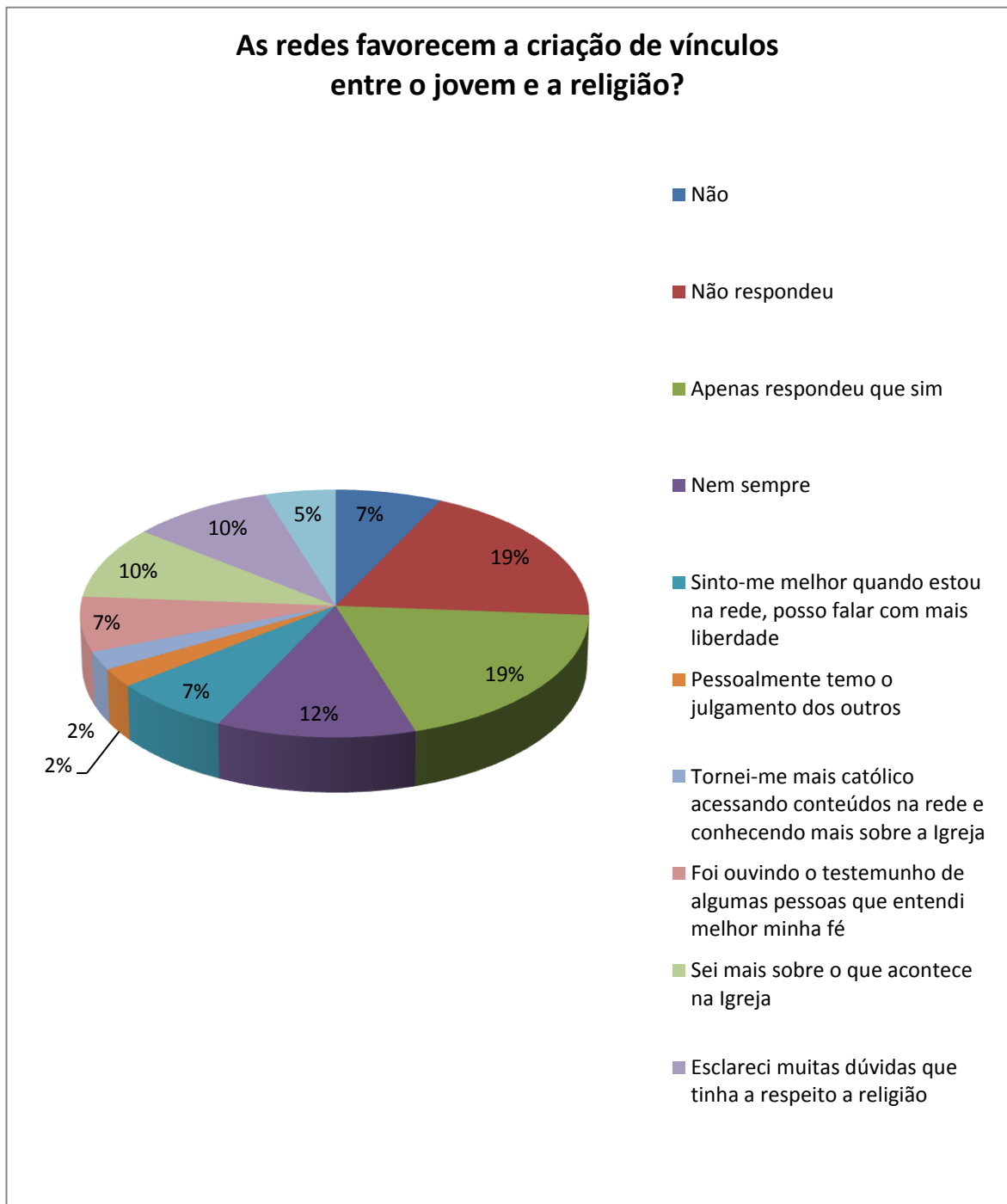


Fonte: A Autora, a partir dos dados coletados na pesquisa.

Finalmente, foi perguntado aos jovens se a rede colabora para que criem vínculo entre eles e sua religião, e o resultado foi: 19% apenas responderam que sim, 12% nem sempre, 7% disseram se sentir melhor quando estão na rede, pois têm mais liberdade de dizer o que pensam, outros 7% disseram que a rede não

colabora para a criação de vínculos, 10% disseram que as redes ajudam no esclarecimento de dúvidas, 2% temem se expor e temem julgamentos por não concordarem com tudo o que a Igreja prega e outros 2% disseram que tornaram-se mais católicos a partir do conteúdo encontrado na rede. Não responderam a esta pergunta 19% dos entrevistados.

Gráfico 10 – Favorecimento das redes à criação de vínculos com a religião.



Fonte: A Autora, a partir dos dados coletados na pesquisa.

Os dados levantam um questionamento que pode se constituir no desafio que colocamos a esta seção. O percentual dos que responderam que a rede colabora para a criação de vínculo entre o jovem e sua religião e dos que não responderam é equivalente. de 19%. Os que responderam que não ajuda a criar vínculo são apenas 9%. Se somarmos os 7% que disseram sentir-se mais à vontade quando estão na rede, este percentual passa a ser 26%, pois esses 7% de alguma forma se vinculam à religião de modo virtual e podem conversar, compartilhar, trocar informações, esclarecer dúvidas por meio da rede.

Os dados nos levam a considerar como boa notícia o fato de a juventude ter encontrado nas redes possibilidades de maior aproximação com a religião; ainda que sejam 12% os que afirmam que nem sempre isso acontece, é sinal de que os esforços feitos pela Igreja para estar mais perto da juventude têm seus méritos. O que não se pode medir aqui é o impacto disso na vida das pessoas, já que a instituição não tem um órgão que verifique o grau desse vínculo e isso nem sempre obedece ao princípio ordenador linear, muito embora seja este o desejo dos pastores: trazer também para o templo, porque acreditam que o calor humano que se pode sentir pelo toque corporal presencial e concreto faz falta à Igreja, acostumada e necessitada da massa, e ao próprio ser humano.

Spadaro (2012) nos vai ajudar a refletir sobre este questionamento, ao falar do próximo entendido como o outro na relação e de liquidez, tratando do contexto da própria Igreja, como busca de responder à dúvida e à sempre presente crítica de que a rede pode ocasionar o isolamento das pessoas em um mundo frio, diferente daquele do ambiente agrícola que predominou até o início do século XX, em que as pessoas se conheciam e o âmbito de relações era reduzido a uma colônia ou uma aldeia local. No contexto atual, o próximo ou o outro é obviamente um desconhecido, já que não se pode reconhecer todas as pessoas que se encontram nas ruas. Em outros tempos, diz Spadaro (2012, p. 64),

só era possível que os jovens fossem amigos quando se fazia alguma coisa junto, havia uma atividade compartilhada, de ir comer uma pizza a tocar juntos ou participar de uma banda. Hoje é possível ser amigos também simplesmente escrevendo a própria vida num quadro de avisos eletrônicos. Construir amizades nos tempos de redes significa, portanto, confrontar-se com maiores possibilidades de contatos, mas exige também uma consciência maior da intensidade, da profundidade possível em uma relação humana.

Aplicamos a ideia de Spadaro ao desejo da Igreja de aproximar-se dos jovens ou dos fiéis de maneira geral, e entenderemos que as duas coisas são necessárias: a presença que possibilita o abraço e o calor que dele provém encontra-se entrelaçada ao ambiente da cultura digital que pode tornar o ser humano mais aberto para o conhecimento e para as relações, com suas ambiguidades e utopias.

A rede como espaço de evangelização é também um potencial dinamizador de relações e de veiculação de boas notícias, não somente porque traduz a doutrina ou esparrama o Evangelho em seu ambiente híbrido, líquido, não linear, por onde escorregam linhas, imagens, sons que não podem ser contidos ou controlados, mas também porque permite que se fale ao coração das coisas de si mesmo, a pessoas com as quais até seria impossível dizer pessoalmente, ou, quem sabe, a partir dela, torna-se possível o encontro no espaço real.

A Igreja precisa considerar isso, tendo-se colocado de maneira expressiva neste meio, ainda que devamos levar em conta, nos lembra Spadaro (2012), que uma comunidade não pode ser absolutamente mediada de maneira definida por uma tecnologia sofisticada; isso faria perder o contato com a riqueza incomparável da experiência irreversível. Assim,

pensar a fé em tempos de rede não é só uma reflexão a serviço da fé. A aposta é muito mais alta e global. Se os cristãos refletem na rede, não é somente para aprenderem a usá-la bem, mas porque foram chamadas para ajudar a humanidade a compreender o significado profundo da própria rede no projeto de Deus: não como um ambiente a ser usado, mas como um ambiente a ser habitado (SPADARO, 2012, p. 10).

Os jovens estão na rede e a rede não se constitui num mundo paralelo. Isso quer dizer que há, segundo o resultado do questionário, um caminho aberto para que a aproximação desejada seja cada vez mais efetiva e que através dela seja possível estabelecer níveis cada vez mais profundos de vinculação às pessoas e às situações que as tocam em seu cotidiano. Não haverá frieza de relações, se os que encontraram na rede um espaço para evangelizar apresentarem uma proposta atraente e que possibilite compromissos humanos verdadeiramente fecundos.

A Igreja se manterá viva e alcançará sua significância na vida dos jovens, na medida em que conseguir assegurar na rede, de maneira expressiva, a permanência da seiva que alimenta e conserva suas relações em vitalidade: chegando ao jovem sem temores, dizendo uma palavra significativa, agregando à vida deles elementos

que lhes permitam fazer uma experiência de fé que por sua vez também tenha seu significado e se estenda a outros, por meio do testemunho.

Podemos até questionar sobre a dicotomia que pode existir na ideia de presença e participação, se pensarmos que também parte das pessoas podem ir à Igreja e assistir a uma missa sem que tenha necessariamente outro vínculo mais forte com sua comunidade paroquial ou com as figuras referenciais dessa comunidade. Isso pode acontecer também com o caso da rede: o jovem ou a pessoa em geral que se encontra respondido em seu desejo ou necessidade de contato com a religião ou com a experiência religiosa por intermédio da rede pode estabelecer seu nível pessoal ou grupal de vínculo, mas nem sempre o faz diretamente em uma comunidade, local geográfico espacial, concreta, do ponto de vista linear.

Nesta aproximação cabem todas as expressões juvenis, cabem modos e níveis diferenciados de pertença, cabem experiências não homogêneas, mas multifacetárias. Cabem pessoas sedentas do encontro de sentidos e estes sentidos se entrelaçam numa rede que faz o grande tecido da aldeia global, que encontra pessoas do convívio e fora dele expandindo para lugares ou não lugares.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para os fins desta dissertação, fizemos uma breve passagem pela história da comunicação na Igreja, organizando-a em cinco fases para nos situarmos no espaço e no tempo, a começar pelas cartas escritas por Paulo Apóstolo, que constituíram nos primórdios do cristianismo a via de comunicação e aproximação entre a Igreja nascente, a mensagem do Evangelho e seus adeptos, em toda a região da bacia do Mediterrâneo. Isso nos fez entender que houve, desde o início, o desejo de expandir a comunicação para além das fronteiras geográficas, ganhando um cunho de universalidade que já desafiava o estático.

Chegamos à imprensa como um evento tecnológico que revolucionou o mundo e foi utilizado pela própria Igreja com a impressão do seu livro sagrado em mais de 2.400 idiomas, dentro do qual se encontram a experiência do povo e sua relação com Deus, inclusive o conjunto das cartas escritas pelo Apóstolo Paulo às comunidades que visitava, pregando o Evangelho.

Esse invento, porém, foi causador de uma série de conflitos entre a Igreja e a sociedade, pois desbaratou seu poder instituído, a ordem estabelecida, o domínio hegemônico e o pensamento linear, ameaçando seu *status quo*, favorecido pela sociedade feudal. Com o invento, a Igreja se viu em uma disputa aberta entre ideias contrárias ao que ela pregava, e com uma sociedade que agora outorgava poder, a quem desejasse, de escrever e disseminar ideias, nem sempre em acordo com a doutrina católica.

A partir daí, desenvolve-se um longo período de crise, com proibições e condenações, que colocaram a Igreja numa encruzilhada: o invento antes recebido com simpatia passou a ser uma ameaça. Com acertos e desacertos, essa crise perdurou até o Concílio Vaticano II e a publicação do decreto *Inter mirifica*, por meio do qual a Igreja se reconcilia simbolicamente com a sociedade moderna. Foi também o primeiro decreto em que se assegurou a obrigação da utilização dos instrumentos de comunicação social para a missão pastoral, além de apresentar a primeira orientação geral para o clero e para os leigos sobre o emprego dos meios de comunicação social.

O período pós-conciliar foi igualmente marcado por mudanças relevantes, já que, a partir da implementação dos recursos tecnológicos para evangelizar, caberia à Igreja compreender como a midiática organiza o funcionamento das práticas religiosas, considerando o fato de que o fenômeno midiático exige da religião uma adequação ou negociação com as novas formas de sua mediação.

Ajudou-nos nesta compreensão a visão de Gasparetto (2011) de que o fenômeno midiático vai exigir da religião uma negociação das formas de mediação, dado o fato de que a técnica é responsável por organizar a visibilidade pública da religião na atualidade e estruturar um novo modo de fazer religião. Isso exigirá um acordo dialético entre mídia e Igreja, que deverá levar conseqüentemente a uma complementação entre as partes, logrando conhecimento mútuo e de seu público-alvo.

De igual forma, é necessário o reconhecimento de que a cibercultura, desenvolvida na década de 1970, vinculada aos computadores pessoais e que hoje está firmada como imperativo da cultura do século XXI, constituiu-se na grande responsável pela criação de novas formas de comunicação, modificando, conseqüentemente, o modo de vida das sociedades. Ela é vista por Lévy (1999) como fator natural de evolução da civilização, podendo ser causadora de uma nova revolução. No contexto da cibercultura não existe agregação com o fixo, não há nada que seja estático. A distância é a não distância, o lugar é o não lugar, o espaço é o não espaço.

Vimos que o fenômeno de inovação das tecnologias foi causador de grande movimentação na Igreja e lhe impôs uma nova ordem, desorganizando a linearidade, deslocando-a de seus púlpitos estáticos e de sua comodidade suprema para o espaço da mobilidade, com a força da expansão técnica da mídia que estabelece novas linguagens, novas ambiências e novas formas de vida e de relações. Assim, surge a necessidade por parte desta mesma Igreja de ser menos intelectual e mais afetiva, para encontrar realidades concretas e jeitos diferentes de experimentar a fé, com os quais terá de estabelecer relações mais subjetivas, não mais a partir de um lugar afastado e para meros ouvintes.

O uso das mídias passou a ser, então, no contexto pós-moderno, veículo ainda mais importante nos processos de evangelização. Da tevê às redes sociais, assistimos à passagem da censura e do medo da ameaça à adesão consciente da

necessidade de visibilidade que, segundo Gasparetto (2011), garante a fidelidade ao legado de Cristo, que ordena o anúncio do Evangelho a lugares aonde ele não chegou e a toda e qualquer criatura.

Não menos importante foi considerar o contexto pós-moderno no qual se inserem as mídias e o aparato tecnológico e que, como dissemos na seção 3, faz a passagem do tradicional, acostumado a operar com comunidades clássicas, para a comunidade de pertencimento, configurada a partir da aldeia global, que incorporou uma busca de religiosidade por meio das novas modalidades de religião midiática, caracterizadas pela promessa de resolução de problemas pessoais, marcadas pelo híbrido, com modos de experimentar e descrever o sagrado também mediante novas tecnologias, lugar ou não lugar onde se pode fundamentar a vida e as esperanças.

Nossa pergunta inicial era: **a Igreja católica tem conseguido alcançar seu objetivo de aproximação e evangelização das juventudes, por meio do uso das mídias sociais?**

Foi em atenção a essa pergunta que nesta pesquisa pareceu-nos necessário identificar quem é o sujeito jovem de quem a Igreja busca aproximação como destinatário privilegiado de sua evangelização. Algumas descrições de caráter social, histórico e religioso ajudaram nessa identificação e possibilitaram constatar que mudanças de perfis em diferentes épocas influenciaram o modo como se posicionam na Igreja e na sociedade e conseqüentemente de que maneira deixam nelas a sua marca e como vivem sua experiência do sagrado.

No que concerne à relação desse sujeito com o advento das novas tecnologias, vimos que ele adquire uma postura diferente da que assumia anteriormente; de passivo, passa a ser também aquele que constrói conteúdo, que agrega saberes; é multifacetário num universo igualmente multifacetário e tem jeitos diversos de relação, de compreensão de mundo e de vivência da religião.

O surgimento de grupos juvenis com participação na vida da Igreja desde os movimentos sociais, passando pelas pastorais e chegando aos movimentos e novas comunidades eclesiais, exigiu da Igreja adequação nas orientações e reiteração de sua opção preferencial pelos jovens, já expressa nos anos 1970. E, mais ainda, exigiu reconhecer que numa sociedade secularizada os valores impostos pela

religião sofrem mudanças que são provocadas pelo pensamento de que é possível “despojá-los” de seu caráter mágico de salvação.

Também ficou claro, ao que nos pareceu, que, por parte da Igreja, há o consenso de que a tecnologia e seu tecido de conexão entre pessoas do mundo inteiro podem apresentar o Evangelho como um dos fios que a interliga, reafirmando que o aparato tecnológico pode exprimir condição de vida e de inter-relações e é hoje um imperativo na vida das pessoas, aqui, particularmente, na vida dos jovens. As tecnologias representam um potencial extraordinário que os jovens conseguem captar com muita sensibilidade.

A imersão do religioso no universo das novas tecnologias gerou a experimentação e vivência do sagrado, por meio de novas técnicas simbólicas que se podem viver a partir de um lugar concreto, determinado, assim como de um lugar virtual ou espaço cibernético.

Os dispositivos e seus novos contratos são capazes de modificar as formas de vínculo; por meio deles, o adepto de uma religião pode estar presente e se sentir pertencente a ela, mesmo não estando em um lugar específico. Do seu lugar ou não lugar, pode acompanhar ritos, por intermédio desses dispositivos de construção de sentido religioso, que conseguem colocá-lo em contato com a sua fé.

Apesar das reticências ainda existentes sobre o caráter individualista que a rede por favorecer, vimos também que os jovens que aí estão e por aí navegam não necessariamente se constituem em um mundo paralelo, mas criam possibilidades de encontro no espaço desta aldeia global.

A Igreja insere-se neste universo buscando dialogar com os jovens na rede como uma estratégia criativa de se manter presente e continuar dizendo a sua palavra no mundo. Mas, por sua vez, deve dar atenção ao uso de uma linguagem que estabeleça significados e que possa dizer e/ou construir algo novo a quem procura novidade. Para isso, deve cuidar para não voltar à história e assumir uma postura de mera transmissora de verdades que não se contestam ou que não dizem nada a meros receptores.

Na rede tudo se entrelaça, tudo se comunica, se compartilha, se constrói e se desconstrói; não há espaço para meros transmissores; isso inviabiliza qualquer

insistência com a linearidade não dialógica e causa um descompasso entre o linear e o hipermidiático, entre a Igreja e o jovem de quem ela deseja se aproximar.

Finalmente, um questionário respondido por jovens de quatro diferentes lugares do Brasil, com o qual buscamos dar definitivamente uma resposta à nossa pergunta, revelou que a entrada da Igreja neste universo, de maneira substancial, tem alcançado de modo satisfatório seu objetivo de aproximação e criação de vínculo dos jovens com a religião e favorecido sua experiência com o sagrado. O que não se pôde medir é em que grau se dá esse vínculo e essa aproximação, já que não há como obter um controle sobre este aspecto.

A Igreja se manterá viva e alcançará sua significância na vida dos jovens, na medida em que conseguir assegurar na rede, de maneira expressiva, a permanência da seiva que alimenta e conserva suas relações em vitalidade: chegando ao jovem sem temores, dizendo uma palavra significativa, agregando à vida deles elementos que lhes permitam fazer uma experiência de fé que por sua vez também tenha seu significado e se estenda a outros, por meio do testemunho.

REFERÊNCIAS

AVVD JOVEM. Você conhece o iJuventude? [2013]. Disponível em: <<http://avvdjovem.blogspot.com.br/2011/10/voce-conhece-o-ijuventude.html>>. Acesso em: 18 fev. 2014.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BENTO XVI, Papa. **Mensagem do papa Bento XVI para o 45º Dia Mundial das Comunicações Sociais**. 5 jun. 2011. Disponível em: <http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20110124_45th-world-communications-day_po.html>. Acesso em: 28 abr. 2014.

_____. **Mensagem do papa Bento XVI para o 46º Dia Mundial das Comunicações Sociais**. 20 maio 2012. Disponível em: <http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20120124_46th-world-communications-day_po.html>. Acesso em: 28 abr. 2014.

_____. **Mensagem do papa Bento XVI para o 47º Dia Mundial das Comunicações Sociais**. 12 maio 2013. Disponível em: <https://www.paulinas.org.br/pub/area_reservada/noticias/dia_mundial_comunicacao.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2014.

BERGER, Peter L. A dessecularização do mundo: uma visão global. **Religião & Sociedade**, Iser, Rio de Janeiro, v. 12, n. 1, abr. 2001.

BORELLI, Viviane. **Midiatização, dispositivos e os novos contratos de leitura geram uma outra religião**. Santa Maria, RS: Universidade Federal de Santa Maria, 2010. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/borelli-viviane.pdf>>. Acesso em: 18 jan. 2014.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CARRANZA, Brenda; MARIZ, Cecília; CAMURÇA, Marcelo. (Orgs.) **Novas comunidades católicas: em busca do espaço pós-moderno**. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2009.

CELAM, Conselho Episcopal Latino-Americano. **Documento de Aparecida**. Aparecida, SP: Celam, 2007.

CNBB, Conferência Nacional dos Bispos do Brasil. **Evangelização da juventude**. Brasília: CNBB, 2007.

_____. **Igreja Particular, Movimentos Eclesiais e Novas Comunidades**. Brasília: CNBB, 2009. (Subsídios Doutrinários, 3.)

_____. Conheça a eCatholicus: uma rede social católica. 27 maio 2013a. Disponível em: <<http://www.cnbb.org.br/eventos/juventude/12074-conheca-a-ecatholicus-uma-rede-social-catolica>>. Acesso em: 18 fev. 2014.

_____. **Campanha da Fraternidade 2013**: texto-base. Brasília: CNBB, 2013b.

_____. Comissão para a Juventude. Jovens Conectados. [2014]. Disponível em: <<http://www.jovensconectados.org.br>>. Acesso em: 18 fev. 2014.

CONCÍLIO VATICANO II. **Decreto Inter mirifica**. Cidade do Vaticano: 1963.

COSTELLA, Antônio F. **Comunicação**: do grito ao satélite. São Paulo: Mantiqueira, 2002.

FORACCHI, Marialice M. **O estudante e a transformação da sociedade brasileira**. São Paulo: Nacional, 1965.

FRANCISCO, papa. **Exortação apostólica Evangelii gaudium**. Cidade do Vaticano: 2013.

_____. **Mensagem do Santo Padre Francisco para o XLVIII Dia Mundial das Comunicações Sociais**. 1º jun. 2014. Disponível em: <http://www.vatican.va/holy_father/francesco/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali_po.html>. Acesso em: 27 fev. 2014.

GASPARETTO, Paulo Roque. **Midiatização da religião**: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento. Paulinas, 2011

GAUDIUM PRESS. Seminaristas de Florianópolis criam site “Catecismo Jovem”. 19 jan. 2012. Disponível em: <<http://www.gaudiumpress.org/content/33115-Seminaristas-de-Florianopolis-criam-site--Catecismo-Jovem->>>. Acesso em: 18 fev. 2014.

GROPPO, Luís A. **Juventude**: ensaios sobre sociologia e história das juventudes modernas. Rio de Janeiro: Difel, 2000.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

IMISIÓN. Misioneros en la Era de Internet. [2014]. Disponível em: <<http://www.imision.org>>. Acesso em: 18 fev. 2014.

JOÃO PAULO II, papa. **Carta encíclica Redemptoris missio**. Cidade do Vaticano: 1990.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Edições 34, 1999.

LIBÂNIO, JOÃO B. **Jovens em tempos de pós-modernidade**: considerações socioculturais e pastorais. São Paulo: Loyola, 2004.

MANNHEIM, Karl. **Diagnóstico de nosso tempo**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

MARIOTTI, Humberto. Os operadores cognitivos do pensamento complexo. In: **Pensamento complexo**: suas aplicações à liderança, à aprendizagem e ao desenvolvimento sustentável. São Paulo: Atlas, 2007.

MARIZ, Cecília L. Comunidades de vida no Espírito Santo: juventude e religião. **Tempo Social**, USP, São Paulo, v. 17, n. 2. p. 253-273, 2005.

MARTIN, Elena; SOLÉ, Isabel. **Desenvolvimento psicológico e educação**: psicologia da educação escolar. Porto Alegre: Artmed, 2007.

MORIN, Edgar. **A cabeça bem-feita**: repensar a reforma, reformar o pensamento. Tradução Eloá Jacobina. 8. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

_____. **O método 1**: a natureza da natureza. Tradução Ilana Heineberg. Porto Alegre: Sulina, 2002.

PALFREY, John. **Nascidos na era digital**: entendendo a primeira geração dos nativos digitais. Porto Alegre: Artmed, 2011.

PIO XI, papa. **Carta encíclica Vigilanti cura**. Cidade do Vaticano: 1936.

PIO XII, papa. **Carta encíclica Miranda prorsus**. Cidade do Vaticano: 1957.

PONTIFÍCIA COMISSÃO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. **Communio et progressio**. Cidade do Vaticano: Pontifícia Comissão para as Comunicações Sociais, 1971.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. **Pornografia e violência nas comunicações sociais**: uma resposta pastoral. Cidade do Vaticano: 7 mai. 1989.

PUNTEL, Joana T. **A Igreja e a democratização da comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1994.

_____. **Cultura midiática e Igreja**: uma nova ambiência. São Paulo: Paulinas, 2010.

SANTAELLA, Lúcia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SOFIATI, Flávio Munhoz. **Religião e juventude**: os novos carismáticos. São Paulo: Ideias e Letras, 2011.

SPADARO, Antonio. **Web 2.0**: redes sociais. São Paulo: Ideias e Letras, 2013.

_____. **Ciberteologia**. São Paulo: Ideias e Letras, 2012.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais**. São Paulo: M. Books do Brasil, 2010.

VATICANO. Pontificia Commissione per il Cinema, la Radio e la Televisione. 16 dez. 1954. Disponível em: <http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/>

temp/hf_p-xii_lett_16121954_statute-cinema-radio-tv_it.html>. Acesso em: 15 jul. 2014.

WOLFART, Graziela; DALLA ROSA, Luis Carlos. Vaticano II: o termo que se faz divisor de águas chama-se hermenêutica. **IHU On-Line**, Instituto Humanitas Unisinos, v. 12, n. 401, set. 2012. (Entrevista com João Batista Libânio.). Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4609&secao=401>. Acesso em: 23 ago. 2013.

ANEXOS

Anexo A — Rede eCatholicus

Rede Social da Igreja no Brasil.
Acesse agora!



Anexo B — iJuventude

The screenshot shows the iTunes app page for 'iJuventude' by Arquidiocese de Campinas. The page is viewed in a browser window with the URL <https://itunes.apple.com/br/app/ijuventude/id467483362?mt=8>.

Descrição
O iJuventude é um aplicativo produzido pela Arquidiocese de Campinas (SP) com o objetivo de levar à juventude católica do Brasil e dos países de língua portuguesa todas as informações sobre a Jornada Mundial da Juventude.

[Site para Sergio F Oliveira](#) [Suporte para iJuventude](#) [...Mais](#)

Novidades da versão 2.0.1
Ajuste no player.

Captura de tela do iPhone

The screenshot shows the app's interface on an iPhone. The top banner reads 'ARQUIDIOCESE DE CAMPINAS' and 'JM CAMPINAS 090.BR'. Below it, the app title 'iJUVENTUDE' is displayed, along with the 'JM RIO 2013' logo and a group photo of young people. A menu on the right lists the following options: APRESENTAÇÃO, O QUE É A JM, HISTÓRIA DAS JM'S, CRUZ PEREGRINA, ÍCONE DE NOSSA SENHORA, and UNHAS DA JM.

Ver no iTunes

Grátis
Categoria: Estilo de vida
Atualizado: 01/12/2011
Versão: 2.0.1
Tamanho: 14,1 MB
Idioma: Inglês
Vendedor: Sergio F Oliveira
© minhaparquia
Classificação: +4

Compatibilidade: Requer o iOS 3.1 ou posterior. Compatível com iPhone, iPad e iPod touch.

Avaliações de clientes
Versão atual: ★★★★★ 8 avaliações
Todas as versões: ★★★★★ 13 avaliações

Mais apps para

Anexo C — YouCat



Anexo D — Jovens Conectados

www.jovensconectados.org.br

QUEM SOMOS JUVENTUDE IGREJA JMJ ARTIGOS FORMAÇÃO MULTIMÍDIA REVITALIZAÇÃO

Comissão para a Juventude CNBB

FIQUE LIGADO! Eutanásia, aborto e ideologia de gênero serão debatidos em encontro para jovens, em Brasília... Publicado há 7 meses atrás.

f t YouTube RSS Buscar...

Pastorais da Juventude disponibilizam subsídio de estudos da Semana do Estudante 2014
As Pastorais da Juventude (PJ, PJE, PJMP e PJR) da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil...

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Jovens evangelizam durante jogos da Copa em BH
Grupos de jovens vão promover momentos de evangelização nas ruas...
Publicado há 2 dias atrás 0

Julho/2014: A necessidade de assessores das novas gerações
Publicado há 2 dias atrás 0

Ministério Jovem da RCC anuncia Jesus durante a Copa
Até o dia 13 de julho, o Ministério Jovem, da...

ENCONTRO DE COMUNICAÇÃO

4º ENCONTRO NACIONAL DA PASTORAL DA COMUNICAÇÃO
2º SEMINÁRIO NACIONAL DE JOVENS COMUNICADORES
De 24 a 27 de julho de 2014 em Aparecida, SP


SAIBA +

REVITALIZAÇÃO DA PASTORAL JUVENIL

Baixe os materiais do encontro

CURSO

Anexo E — Série Discipulus



The screenshot shows a YouTube video player with a sunset scene over the ocean. The video title is "Série Discipulus - Deus procura corações disponíveis". The channel is "NSRAINHATV" with 441 videos and 1,648 subscribers. The video has 6,751 likes and 0 dislikes. The video was published on 10/06/2013. The description mentions it is a series of 12 thematic videos for the World Youth Day 2013 in Rio, with the theme "Ide e Fazei discipulos entre todas as nações" (Mt 28: 19). The video is produced by the Paróquia Nossa Senhora Rainha, Igreja da... (partially obscured). The video player shows a progress bar at 2:51 / 4:53. The browser address bar shows the URL: https://www.youtube.com/watch?v=rVvKLuiDhIw. The Windows taskbar is visible at the bottom with icons for Internet Explorer, File Explorer, YouTube, Task View, Chrome, Firefox, Skype, and a search icon.

YouTube BR

serie discipulos

Carregar

2:51 / 4:53

Série Discipulus - Deus procura corações disponíveis

NSRAINHATV 441 vídeos 1.648 Inscrever-se

6.751 89 0

Gostei Sobre Compartilhar Adicionar a

Publicado em 10/06/2013

Em preparação à Jornada Mundial da Juventude Rio2013, apresentamos a série "Discipulus". A temporada reúne 12 vídeos temáticos, que objetivam sensibilizar os jovens a partir do grande lema "Ide e Fazei discipulos entre todas as nações" (MT 28, 19). A série é produzida pela Paróquia Nossa Senhora Rainha, Igreja da...
Mostrar mais

TODOS OS COMENTÁRIOS (8)

Anexo F — GodTube

The screenshot shows the GodTube website interface. At the top, there is a search bar with the text "search videos" and a magnifying glass icon. To the right of the search bar are links for "Browse Videos", "Devotionals", "Newsletters", and a green "upload video" button. Further right, there is a "LOG IN" section with the text "New here? Sign Up" and "Log in using" followed by a Facebook icon.

Below the search bar is a horizontal navigation menu with the following categories: "Christian Videos", "Music Videos", "Artist Directory", "Ministry Videos", "Movies", "Inspirational Videos", "Comedy Videos", "Cute Videos", "Sermons", and "Español".

The main content area features a video player for "Young Sam Will Bless Your Heart With 'How Great Thou Art'". The video is posted by "sharethemessage" and has 15 likes and 15,331 views. The video description reads: "Sam Santiago give thanks to our Lord with this amazing hymn. He's truly been blessed with amazing talent." Below the video player are social media sharing options for Facebook, Twitter, and YouTube, along with a "Comment" button and a "21 Comments" indicator.

Below the video player is a grid of video thumbnails categorized into "CUTE VIDEOS", "MUSIC VIDEOS", and "INSPIRATIONAL".

- CUTE VIDEOS:** "Being A Kitten Is A Lot Harder Than I Thought! But It's S..." by on-a-sweet-day, 1,894 views.
- MUSIC VIDEOS:** "Aldrich And James Will Overwhelm You With This Mandiaa Hi..." by themilk, 1,238 views.
- INSPIRATIONAL:** "When This Janitor Went To Clean Up A Mess, He Had No Idea..." by newroom12, 1,333 views.
- INSPIRATIONAL:** "You'll Be Sobbing After Hearing One Girl's Emotional Song..." by suprecoussavior, 1,364 views.

On the right side of the page, there is a "Get videos first" sidebar. It contains a "More Newsletters" section with a "SUBSCRIBE" button and a "Like GodTube" button with a "1.5m" like count. Below this is a "FEATURED MINISTRY VIDEO" section.

Anexo G — Twitter: Papa Francisco

Twitter, Inc. [US] https://twitter.com/Pontifex

Buscar Você possui uma conta? Entrar

Pope Francis @Pontifex

Welcome to the official Twitter page of His Holiness Pope Francis

- Vatican City
- news.va
- Participa desde fevereiro de 2012

TWEETS 346 SEGUINDO 8 SEGUIDORES 4,12 mi Mais

Seguir

Tweets e respostas

Pope Francis @Pontifex · 3 h

May we never talk about others behind their backs, but speak to them openly about what we think.

6,6 mil

Pope Francis @Pontifex · 8 de jun

I ask all people of good will to join us today in praying for peace in the Middle East. #weprayforpeace

Pope Francis @Pontifex · 7 de jun

Prayer is all-powerful. Let us use it to bring peace to the Middle East and peace to the world. #weprayforpeace

5,1 mil

Pope Francis @Pontifex · 6 de jun

Peace is a gift of God, but requires our efforts. Let us be people of peace in prayer and deed. #weprayforpeace

5,8 mil

Pope Francis @Pontifex · 5 de jun

Like the Good Samaritan, may we not be ashamed of touching the wounds of those who suffer, but try to heal them with concrete acts of love.

5,8 mil

Pope Francis @Pontifex · 3 de jun

Thank you to all teachers: educating is an important mission, which draws young people to what is good, beautiful and true.

11 mil

Pope Francis @Pontifex · 2 de jun

At times we can be self-absorbed. Lord, help us to open our hearts to others and to serve those who are most vulnerable.

Não perca nenhuma atualização de Pope Francis

Nome completo

E-mail

Senha

Inscriva-se no Twitter

#Weaknessko
#directionerandommemories
#beranijujur_ADALAHKITA
#DIGOSISIPUTUS
Mending Bahasa
Indonesia Raya
Chris Froome
Filippo Inzaghi
Pak Jokowi

© 2014 Twitter. Sobre Ajuda Informações de anúncios

Anexo H — Facebook: papa Francisco

Procurar pessoas, locais e coisas

Fabio Página inicial

Papa Francisco

Figura pública

Curtir + Seguir Compartilhar

Linha do Tempo Sobre Fotos Curtidas Mais

PESSOAS

1,2 milhão curtidas

Kelly Prata curtiu isso.

Convide seus amigos para curtir esta Página

SOBRE

- «Dio non si stanca mai di perdonarci. Siamo noi che ci stanchiamo di chiedere perdono».
- www.vatican.va

Sugerir edições

FOTOS

Non si degli...
Non ti preoccupare
Ut...
il chiedo...
un dono...
prayforpeace

Papa Francisco
há ± 1 hora

#Papa: «Non spariamo degli altri alle spalle, ma diciamo loro apertamente ciò che pensiamo». (9 giugno 2014)
Ver tradução

Non spariamo degli altri alle spalle, ma diciamo loro apertamente ciò che pensiamo

Papa Francisco

Curtir · Comentar · Compartilhar 2.230 compartilhamentos

4.738 pessoas curtiram isso. Principais comentários

Escreva um comentário...

Suor Cristina Scuccia Giusto!
Curtir · Responder · 7 · há ± 1 hora

Laura Nasi Se lo dice lei caro Papa allora mi sfogo!
Ver tradução
Curtir · Responder · 4 · há ± 1 hora

Ver mais comentários 2 de 96