

O papa no Twitter e os desafios da atuação da igreja junto às redes sociais digitais

Myrian Regina Del Vecchio de Lima¹
Valdecir Bressani²

Resumo:

Com a conta @pontifex, no Twitter, disponível em oito idiomas, o papa Bento XVI lançou um novo desafio para a Igreja Católica: estar presente nas redes sociais e compreender que a internet não é um simples instrumento, mas um lugar, um ambiente de interação social a ser habitado. Hoje a conta que permanece ativa, mantida por seu sucessor papa Francisco, superou os oito milhões de seguidores. O pensamento comunicacional da Igreja passa por um processo de reelaboração desde a metade do século XX, quando explodiam as questões relacionadas aos meios de comunicação de massa. Atualmente, a Igreja é desafiada a compreender a internet não como uma realidade simbólica paralela, separada do cotidiano, e sim como espaço antropológico interconectado, um ambiente sociocultural, que abriga elementos novos da chamada cibercultura e exige uma atitude de presença dialogante.

Palavras-chave:

Redes Sociais; Igreja Católica; Comunicação; Twitter; Cibercultura.

Abstract:

With the @pontifex account on Twitter, available in eight languages, Pope Benedict XVI launched a new challenge to the Catholic Church: being present on social networks and to understand that the internet is not a single instrument, but a social space where interactions occurs, a place that should be inhabited. Nowadays the account remains active, maintained by his successor, Pope Francisco: it exceeded eight million followers. The communicational thinking of the Church goes through a process of revision, since the mid-20TH century, when exploding the issues related to the mass media. Currently, the Church is challenged to understand the internet not as a symbolic parallel reality, separate from everyday life, and as interconnected, anthropological space, a sociocultural environment, which houses new elements from culture cyber and requires an attitude of dialogue presence.

¹Doutora em Meio Ambiente e Desenvolvimento pela UFPR. Mestre em Comunicação Social, com ênfase em Comunicação e Tecnologia, pela Universidade Metodista de São Paulo. Professora Permanente do Programa de Pós-Graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal do Paraná. e-mail: myriandel@gmail.com

²Sacerdote, pertence à Diocese de Palmas – Francisco Beltrão. Mestrando bolsista no Programa de Mestrado em Comunicação Social da UFPR, turma 2013-2015. Especialista em Teologia Pastoral e Docência no Ensino Superior. Graduado em Filosofia e Teologia. e-mail: vbressani@yahoo.com.br

Keywords:

Social Networks; The Catholic Church; Communication; Twitter; Cyberculture.

Introdução

O papa Bento XVI foi o primeiro a renunciar ao papado desde Gregório XII, em 1415, e o primeiro a renunciar sem pressão externa desde Celestino V, em 1294. A renúncia foi anunciada em 11 de fevereiro de 2013 e ele deixou o Vaticano no dia 28 do mesmo mês. Um pouco antes, em 12 de dezembro de 2012, Bento XVI foi também o primeiro papa a fazer uso de uma rede social na internet. O fato representa um marco na relação, às vezes conflitante, da Igreja Católica com o mundo da Comunicação e suas tecnologias.

A Comunicação, mediada ou não, sempre foi um aspecto importante a ser contemplado na história das religiões. Os séculos XX e XXI viram emergir e se consolidar os meios de comunicação de massa e as novas tecnologias da informação e comunicação, como um dos fenômenos mais importantes, o que afeta diretamente a Igreja Católica em sua constituição e missão. Entre os muitos desafios está a construção de uma linguagem adequada e uma mudança de mentalidade quanto ao uso dos meios de comunicação e o diálogo com a nova cultura midiática digital *online*.

Atualmente, tem se tornado cada vez mais pertinente a discussão da relação da Igreja Católica com a Comunicação. O papa João Paulo II entendia que “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” (JOÃO PAULO II, 1990).

O pensamento contemporâneo da Igreja sobre a comunicação apresenta quatro aspectos importantes: 1) a crescente abertura e evolução, presente em vários documentos oficiais; 2) a grande *reviravolta* a partir do documento *Redemptoris Missio*, 37, que se refere à comunicação como um dos novos *areópagos* modernos e lugar de evangelização; 3) a progressiva insistência na formação na área; 4) a compreensão de que, apesar dos desafios, comunicação e evangelização devem alcançar uma integração necessária.

Até o final do século XX ainda prevalecia a comunicação mediada pelos meios tradicionais como rádio, cinema, televisão, jornais, revistas etc. Nas últimas duas décadas, os meios digitais *online*, por meio da internet, têm se desenvolvido com velocidade e dinamismo inéditos, provocando profundas mudanças no modo de pensar e agir do ser humano e em sua relação com o mundo e com os outros. Por isso, a comunicação não deve mais ser vista simplesmente como ferramenta, instrumento completamente externo ao corpo e à mente, e sim como um *ambiente* que é intensamente vivenciado (SPADORO, 2012).

Este artigo se propõe a refletir a presença da Igreja na internet, aqui especificamente entendida a partir das redes sociais digitais. Não se trata de uma proposta de atuação e nem mesmo é intenção estudar a internet do ponto de vista religioso. O objetivo será discutir o desafio que a Igreja tem em compreender a internet não apenas como uma realidade paralela, separada do cotidiano, mas sim como um espaço antropológico interconectado, um ambiente cultural que determina um estilo de pensar, abriga elementos novos de uma nova cultura (LÉVY, 1999) e exige uma atitude de presença dialogante.

Como metodologia, leva-se em conta o pensamento comunicacional da Igreja Católica no século XX, em sua construção e fases de mudanças, o que permitiu que os dois últimos papas, Bento XVI e Francisco, não hesitassem em usar da rede social Twitter, como meio de interação com o mundo e com os seus fiéis. Os dados relacionados ao perfil @pontifex levam à constatação de que as pessoas estão aderindo cada vez mais às redes sociais e permitindo-se a adoção de um novo modelo comunicacional. Num terceiro momento pretende-se discutir a postura e os desafios da Igreja como presença na Internet, superando o que seria uma compreensão instrumentalista dos meios, assumindo o desafio de uma presença de diálogo, interação no ciberespaço, com base em autores como Dominique Wolton, Pierre Lévy, Antonio Spadoro, Joana Puntel e Lúcia Santaella.

Não se discute aqui um projeto de uso, e sim elementos de uma nova postura da Igreja quanto ao uso das novas tecnologias a serviço da comunicação, tendo como inspiração a atitude de vanguarda de Bento XVI e Francisco em quebrar preconceitos e superar concepções conservadoras quanto ao uso dos meios de Comunicação, destacando o potencial da internet e das

redes sociais para o diálogo e a interação com os fiéis e com a cultura midiática.

A construção do pensamento comunicacional da Igreja

A atitude dos papas Bento XVI e Francisco em utilizarem uma rede social deve ser entendida dentro de um processo de construção e mudança do pensamento da Igreja Católica em relação aos meios de Comunicação. Desde a metade do século XX constata-se o esforço em superar a antiga compreensão que entendia os meios de comunicação como nocivos à pessoa humana e meros deturpadores dos valores humanos e cristãos, para uma visão mais positiva, não negando suas limitações e distorções.

Para MACIEL (1984), historicamente, as relações da Igreja Católica com os meios de comunicação estiveram sempre ligadas à defesa de seu dogmatismo. Ao reagir à Reforma Protestante no início do século XVI, durante o Concílio de Trento (1545 a 1563) a excomunhão foi prescrita “a quem se afastasse das verdades da fé contidas no dogma.” (MACIEL, 1984, p. 11). Nos séculos seguintes, a Igreja buscou controlar as mensagens veiculadas pela imprensa, então em franco desenvolvimento, defendendo seus dogmas de fé. Foi apenas no final do século XIX que o Vaticano e a imprensa iniciam uma aproximação: passa-se a entender que os jornais e revistas poderiam levar a evangelização à sociedade. Della Cava e Monteiro (1991) apontam, nesse período, a emergência da imprensa católica na Europa e em outros continentes, funcionando como propaganda da doutrina cristã.

Em 1936, na Encíclica *Vigilanti Cura*, a primeira a tratar dos meios de comunicação no século XX, o papa Pio XI refere-se ao cinema, evidenciando os valores e as oportunidades deste moderno meio de comunicação. Em 1957, Pio XII, na Encíclica *Miranda Prorsus*, apresentava com clareza a análise dos efeitos e das consequências que os meios eletrônicos trariam para a pastoral da Igreja, sendo um dos textos inspiradores na fase de elaboração do documento *Inter Mirifica* no Concílio Vaticano II (DARIVA, 2003, p. 34).

Todavia, foi durante o Concílio Vaticano II, no decreto *Inter Mirifica*, publicado em 4 de dezembro de 1963, que aconteceu a aceitação oficial da

Igreja em relação aos meios de comunicação. A partir daí, esta passa a entendê-los como um direito e uma obrigação. O documento apresenta um novo conceito de tecnologia que está além da técnica, incluindo os atos humanos que estão por detrás dela, assumindo uma visão otimista da comunicação frente às questões sociais da época (PUNTEL, 2011).

Em 1973 o papa Paulo VI, ao falar da evangelização no mundo moderno, com seus meios e métodos, exorta sobre o fato de que os meios de comunicação deveriam ser levados em conta. Contudo, uma verdadeira reviravolta no pensamento da Igreja sobre a comunicação aconteceu com João Paulo II a partir de 1990, que disse ser o mundo das comunicações o primeiro areópago dos tempos modernos. Para ele, não é suficiente, usar os meios para difundir a mensagem cristã, mas integrar a mensagem nesta *nova cultura*, criada pelas modernas comunicações (JOÃO PAULO II, 1990, nº 37).

A expressão areópago dos tempos modernos revela uma mudança na compreensão da relação entre Igreja e mídia. Supera-se a postura de desconfiança e a comunicação passa a ser um modo de enculturação da Igreja neste ambiente concebido como nova cultura midiática, cujo desafio está em compreender “os mídia” como uma cultura dos nossos tempos (PUNTEL, 2011).

O Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais destaca o interesse da Igreja pela internet e ao mesmo tempo reconhece que “os modernos meios de comunicação social constituem fatores sociais que têm um papel a desempenhar” (2002, nº 2). Para Bento XVI, a internet, pelo caráter interativo e bilateral, é vista como a superação do modelo de comunicação unilateral e vertical do passado, o que leva a uma nova compreensão a respeito dos sujeitos e destinatários da comunicação. As novas tecnologias estão exigindo novas relações e o desafio da promoção de uma cultura de respeito, diálogo e de amizade (Bento XVI, 2009). Segundo ele, a Igreja é chamada a exercer o que ele denomina de diaconia da cultura no continente digital. “O desenvolvimento das novas tecnologias estimula o homem, coletivamente ou individualmente, ao confronto e ao diálogo.” (Bento XVI, 2010). Além do mais:

As novas tecnologias permitem que as pessoas se encontrem para além dos confins do espaço e das próprias culturas, inaugurando

deste modo todo um novo mundo de potenciais amizades. Esta é uma grande oportunidade, mas exige também uma maior atenção e uma tomada de consciência quanto aos possíveis riscos. (BENTO XVI, 2011).

Contudo, foi na sua última Carta, publicada em 24 de janeiro de 2013, que o tema das redes sociais ganhou destaque ainda maior. As redes sociais “estão a contribuir para a aparição de uma nova ágora, duma nova praça pública e aberta onde as pessoas partilham ideias, informações, opiniões e podem ainda ganhar vida novas relações e formas de comunidade” (BENTO XVI, 2010). O seu desenvolvimento deve levar em conta os riscos do sensacionalismo e a falta de discernimento; requer equilíbrio, responsabilidade, empenho e dedicação uma vez que “as pessoas envolvem-se nelas para construir relações e encontrar amizade, buscar respostas para as suas questões, divertir-se, mas também para ser estimuladas intelectualmente e partilhar competências e conhecimentos” (BENTO XVI, 2013). Para o papa, “o ambiente digital não é um mundo paralelo ou puramente virtual, mas faz parte da realidade cotidiana de muitas pessoas, especialmente dos mais jovens” (BENTO XVI, 2013). As redes sociais podem ser um fator de desenvolvimento humano e ao mesmo tempo um espaço para a evangelização.

Esta compreensão da Igreja sobre as redes sociais como um novo ambiente cultural está sintonizada com as reflexões de estudiosos como Lévy (1999), ao definir o entendimento de cibercultura; e às de Castells (1999), ao situar o real como parte do virtual e o virtual como elemento do real na sua concepção de “sociedade do conhecimento”.

O Papa na rede: @pontifex

Um fato ilustrativo ao objetivo deste artigo, que busca compreender a internet não mais como algo paralelo ou secundário para a Igreja Católica, será a presença dos dois últimos papas, a saber, Bento XVI e Francisco, na rede social Twitter. Vale lembrar alguns fatos importantes: em 1896, o papa Leão XIII foi o primeiro a aparecer em um filme; em 1931, Pio XI foi pioneiro em participar de uma transmissão de rádio; em 1949 Pio XII estreou na televisão. Em 2011, o Vaticano lançou seu site de notícias, e em 2012, Bento XVI foi o

primeiro a utilizar o Twitter como uma rede social digital para comunicar-se com seus fiéis. Antes mesmo de ter a sua conta, ainda em 2011, o papa assinou um *tweet* em que anunciava a criação do site de notícias do Vaticano.

A conta @pontifex foi lançada pelo Vaticano na segunda-feira, dia 3 de dezembro de 2012. No dia 4 de dezembro já havia cerca de 600 mil pessoas seguindo a conta, na qual o papa começaria a escrever a partir do dia 12 de dezembro, dia de Nossa Senhora de Guadalupe, patrona das Américas. Conforme o Vaticano, os *tweets* seriam publicados em oito idiomas: espanhol, inglês, italiano, português, alemão, polonês, árabe e francês. Dos primeiros 600 mil seguidores o maior número encontrava-se na conta em inglês, com 408.181; seguidos por espanhol, 96.554; italiano, 39.286; português, 15.340; árabe, 3.498; alemão, 10.302; francês 8.187; e polonês 4.499³. A conta em Latim foi criada em 17 de janeiro de 2013.

A primeira postagem de Bento XVI, em 12 de dezembro de 2012, aconteceu na Sala Paulo VI, quando, acompanhado de cinco jovens representando os cinco continentes, e usando um *tablet*, enviou seu primeiro *tweet*: “Queridos jovens, é com alegria que entro em contato convosco via Twitter. Obrigado pela resposta generosa. De coração vos abençoo a todos” (@pontifex).

Em quase três meses Bento XVI escreveu 38 vezes (incluindo o último) e atingiu quase três milhões de seguidores até sua renúncia. Segundo o arcebispo Claudio Maria Celli, presidente do Conselho Pontifical de Comunicações Sociais, a ideia do papa era a de estar onde as pessoas estavam⁴. Este pensamento positivo do papa sobre as redes sociais seria melhor expresso na Carta Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações, publicada em janeiro de 2013. A maior parte das mensagens do papa foram postadas no domingo, tendo sempre uma referência ao sermão da missa dominical.

Quando Bento XVI renunciou em 28 de fevereiro de 2013, as postagens foram retiradas e o nome papa foi substituído por *Sé Vacante*. O número de seguidores continuou crescendo mesmo assim. As mensagens publicadas foram arquivadas no site de notícias do Vaticano. O último *tweet* de Bento XVI, em

³Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2012/12/bento-xvi-ja-conta-com-quase-600-mil-seguidores-no-twitter.html>>, publicado em 04/12/2012. Último acesso: 23/07/2013.

⁴Disponível em: <<http://www.terra.com.br>>, publicado em 26/02/2013. Último acesso: 20/07/2013.

28/02/2013, dizia: “Obrigado por seu amor e seu apoio. Que vocês possam sentir sempre a alegria de colocar Cristo no centro de suas vidas”.

A presença do papa na rede social permitiu uma maior *proximidade* e uma maior interatividade com os fiéis, de modo especial os jovens. Na expectativa do próximo papa, Victoria Herce, adolescente espanhola, de Madri, com 17 anos de idade, que era seguidora, disse: “Eu quero um papa que use Twitter, assim como Bento XVI. Alguém que esteja mais próximo de nós, pois, como o próprio Santo Padre disse, a Igreja não é de ninguém, mas de todos”⁵.

Como sucessor do papa Bento XVI foi eleito no dia 13 de março de 2013 o arcebispo de Buenos Aires, Argentina, o cardeal Jorge Mario Bergoglio, que escolheu o nome de Francisco. Embora a missa que marcou o início de seu pontificado tenha sido celebrada em 19/03/2013, sua primeira mensagem no Twitter @pontifex, mesmo endereço de seu antecessor, foi postada já no dia 17, com a seguinte mensagem: “Queridos amigos, agradeço-lhes de coração e lhes peço que continuem a rezar por mim” (@PONTIFEX, 2013).

Iniciava-se uma nova fase na história da Igreja. Francisco não abandonou o canal de diálogo iniciado por Bento XVI no Twitter e continuou, com suas particularidades e carisma, a atrair um número sempre maior de seguidores. Quando assumiu eram 3 milhões e 300 mil seguidores herdados das contas de seu antecessor em nove idiomas. Em 30 de abril de 2013, o papa Francisco teria superado os seis milhões de seguidores e em 19 de junho de 2013 o número de seguidores tinha ultrapassado os sete milhões. O fato de o papa ser de origem espanhola levou a um crescimento dos seguidores dessa língua, superando os seguidores de língua inglesa, ainda no dia 13 de junho. Com a Jornada Mundial da Juventude realizada no Brasil, cresceu também o número de seguidores de língua portuguesa, chegando a 640.776 em 31 de julho de 2013, três dias após o encerramento da Jornada⁶.

A marca de 8.227.500 seguidores foi atingida até as 18hs do dia 31/07/2013, sendo 3.210.069 em espanhol; 2.794.151, em inglês; 953.846, em

⁵Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/mundo/europa/renuncia-do-papa/quero-um-papa-que-use-twitter>>. Acesso em: 17/07/2013.

⁶Dados obtidos pelo próprio autor em <<https://twitter.com/Pontifex>>.

italiano; 640.776, em português; 170.378, em francês; 142.180, em latim; 127.658, em alemão; 109.983, em polonês e 78459, em árabe⁷.

Alguns aspectos chamam a atenção na conta @pontifex. Nenhum dos dois papas costuma retweetar⁸. Porém, as postagens do perfil @pontifex são muito retweetadas: Francisco publica quase o dobro de Bento XVI: em 164 dias de pontificado, de 17 de março a 27 de agosto de 2013, o papa Francisco postou 124 *tweets*, com uma média de 0,75 postagem ao dia, enquanto que Bento em 79 dias postou 38 vezes, numa média de 0,48 postagem ao dia. Embora não tenha a prática de retweetar, os *tweets* postados pelo papa Francisco são muito retwittados. Como prova disto, na conta em português verificam-se 4.066 retwittagens no dia 22 de julho, 3.396 no dia 25 e 4.378 no dia 28 (sendo que neste dia foram três *tweets* totalizando 10.391)⁹.

Quanto ao estilo, um e outro são semelhantes: frases diretas e simples como o Twitter pede. “Ambos dedicaram 70% das postagens a quatro grandes temas: a dimensão mística da vida cristã; a contraposição da cultura do ter com a cultura do amor ao próximo; empenho e testemunho; e confiança, esperança e alegria.”¹⁰

Internet, ambiente que desafia a Igreja

As redes sociais na internet estão modificando o modo de as pessoas relacionarem-se entre si, constituindo um *terceiro lugar* que se situa entre o público e o privado, entre o pessoal e o social, funcionando como espaço de intermediação num contexto social esgarçado e potencialmente explosivo; um lugar de ação, onde as experiências relatadas fazem surgir “ilhas de sentido” (POMPILLI, apud SPADORO, 2012, p. 80).

⁷Consulta feita pelo próprio autor em 31 de agosto de 2013 em <<https://twitter.com/Pontifex>>.

⁸Entre os muitos usuários do Twitter, alguns misturam 50% de conteúdo original, 20% de retwittagens, 20% de pointers, 10% de conversações; outros irão postar 90% de pointers e nenhum conteúdo original (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 79).

⁹Levantamento feito por Valdecir Bressani, em 27 de agosto de 2013 em <https://twitter.com/Pontifex_pt>.

¹⁰Análise feita pelo sociólogo e biólogo Francisco Borba Ribeiro Neto, coordenador do Núcleo Fé e Cultura da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) a pedido do Jornal O Estadão. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/cidades,twitter-revela-estilos-dos-papas-bento-e-francisco,1053176,0.htm>>. Último acesso: 18/07/2013.

Esta constatação provoca a Igreja Católica em sua ação. A atitude do papa em inserir-se numa rede social não acontece por acaso. Se a internet é entre outras coisas um espaço de produção e circulação do simbólico, a Igreja não pode estar alheia em relação à mesma, apesar dos perigos que esta apresenta, como o estímulo à pornografia, à violência e às ideologias contrárias à promoção da pessoa humana. Trata-se de um grande passo na compreensão de que a internet é ao mesmo tempo um local, um ambiente e não simplesmente um instrumento. Ao entendê-la como um local, reconhece-se que:

É um ambiente comunicativo, formativo e informativo, não um ‘meio’ ‘a ser usado’ como um martelo ou uma antena. A internet não é um simples instrumento de comunicação, que se pode usar ou não, mas um ambiente ‘cultural’ que determina um estilo de pensamento e cria novos territórios e novas formas de educação, contribuindo para definir também um novo modo de estimular as inteligências e de construir o conhecimento e as relações. De fato o ser humano não permanece imutável em seu modo de manipular o mundo: são transformados não só os meios com os quais se comunica, mas também o próprio homem e a sua cultura. (SPADORO, 2013, p. 7).

O grande número de seguidores do perfil @pontifex demonstra que as pessoas *estão na internet* e ao mesmo tempo buscam uma maior socialização de conteúdos através das conversas on-line, fotos, compartilhamento de música, gravações de áudio e vídeos, além de milhares de páginas escritas.

As redes sociais na internet revelam que estamos vivendo um novo modelo comunicacional. O ciberespaço é a dimensão social onde se situa esse novo modelo, com os chats, e-mails, teleconferências, sites, blogs, onde “cada um é potencialmente emissor e receptor num espaço qualitativamente diferenciado, não fixo, disposto pelos participantes, explorável” (LÉVY, p. 113). O ciberespaço é, com certeza, um novo continente para a missão da Igreja. Para Lévy, o ciberespaço é por excelência o *lugar* do virtual, onde os milhares de centros informatizados do mundo fazem da internet o principal símbolo do grande meio heterogêneo e transfronteiriço designado como ciberespaço (LÉVY, apud BRITTO, 2009, p. 141). Para o filósofo francês, o ciberespaço pode ser entendido como um grande mar de subjetividade, no qual deságuam todas as criações humanas por meio do computador. Ele tornou-se também um dos principais críticos da comunicação de massa, que apresentava

uma comunicação unilateral, ou seja, uma comunicação *um para todos*, com um centro emissor que comunica a milhares ou milhões de pessoas.

As mudanças que as novas tecnologias da comunicação estão provocando no ser humano e em seu modo de relacionar-se também fundamentam um novo modelo de comunicação, no qual emissor e receptor podem se sobrepor e se alternar, cativando o homem atual pela autonomia, domínio e velocidade, permitindo a emancipação do individual. O grande risco está numa comunicação sem mediadores, o que possibilita um certo individualismo, alimentando sempre mais uma postura egoísta e narcisista.

Neste sentido, é preciso lembrar Dominique Wolton quando afirma:

O desafio é menos compartilhar do que aprender a administrar as diferenças que nos separam, tanto no plano individual quanto no coletivo. Portanto, na comunicação, o mais simples tem a ver com as tecnologias e mensagens, enquanto o mais complicado tem a ver com os homens e as sociedades. (2011, p. 12-13).

Para este autor, é preciso “destecnologizar a comunicação para aniquilar esta ideia sedutora, porém simplificadora, segundo a qual o essencial da comunicação se resume em performance de um sistema de transmissão” (WOLTON, 2000, p. 124). Segundo ele, as técnicas não bastam para criar a comunicação e, ao mesmo tempo, o problema não está no acesso e sim na capacidade do que acessar, quando se tornam importantes os intermediários; o acesso não é simplesmente progresso. Para Wolton (2000), a técnica não é neutra, nem mero instrumento nas mãos do homem. O homem, coletivamente, é o sujeito que pode e deve operar o direcionamento dos vetores tecnológicos, controlando os efeitos perversos das suas invenções, favorecendo sempre na construção de um mundo melhor.

Com isso o desafio de habitar, estar na rede, torna-se pertinente à Igreja, no sentido de contribuir para o diálogo, o enriquecimento e a construção cultural, ética e moral das relações humanas, pensando um modelo de comunicação que não seja utilitarista e nem esteja reduzida à performance da técnica, o que resultaria numa visão tecnicista diante das novas tecnologias.

Recuperar o papel da comunicação na rede

Este novo modelo comunicacional desafia a Igreja. Mais do que simplesmente *usar*, é preciso habitar a internet e suas redes digitais, que cada vez mais se torna um espaço do homem, habitado por ele como um espaço de experiência cultural, ou seja, um novo contexto existencial. O grande número de seguidores do papa na rede social confirma que “o ciberespaço pode ser a nova praça pública virtual, o novo campo de estar junto, que leve a encontros reais e que imponha a necessidade de regeneração de espaços públicos” (BRITTO, 2009, p. 167). A interatividade e a conectividade, cada vez mais constantes, direcionam valores, opções éticas, pautam normas de comportamentos. Os meios de comunicação de massa desenvolveram uma comunicação no modelo de um para muitos, não havendo espaço para o diálogo, por ser uma comunicação de mão única; com a internet, principalmente nas redes sociais, o modelo é *todos para todos*, onde o emissor é também receptor — “a diversidade dos receptores torna caducas as teorias dominantes.” (WOLTON, 2011, p. 15). Isto facilita o diálogo, pois esta comunicação interativa traz consigo a capacidade de interligar as pessoas por grupos de interesse, negócios, afinidades, criando as muitas *comunidades virtuais*, com uma nova concepção de tempo e espaço.

O social, vivido no espaço da comunidade e na configuração social, agora ganha outra dimensão — o virtual se apresenta como espaço do social e nem por isso deixa de ser real. Esse social mediatizado passa a ter um papel fundamental, tornando-se *cenário de integração* das temporalidades como também das realidades distintamente vividas. O conceito de próximo, originalmente ligado à proximidade física, à vizinhança espacial, agora estabelecido pela mediação tecnológica, passa a ter outra compreensão. Próximo de alguém longe, mas conectado; longe de alguém próximo, mas não conectado.

O real cotidiano, constituído de valores e das rotinas vivenciadas diretamente pelas pessoas e o real mediático, com sua dimensão relacionada a tudo o que se produz de simbólico através dos meios de comunicação de massa, em suas diferenças, conflitos e contradições, mas também em suas

intersecções e identidades, constituem o que podemos chamar de real social (BRITTO, 2009, p. 128).

Como consequência, temos a mudança no significado de *pertencimento eclesial*. Este não é resultado de um consenso ou produto da comunicação. O grande perigo está em compreender que pertencer não é simplesmente um “procedimento de acesso” (SPADORO, 2012, p. 68). Em tempos de redes sociais, a Igreja e os cristãos são chamados, pela presença e missão que desenvolvem, a reconhecer e ao mesmo tempo colaborar para que a rede se torne lugar de conexão significativa de pessoas, com a capacidade de construir relações de comunhão numa sociedade cada vez mais fragmentada (SPADORO, 2012, p. 80). O desafio está em não reduzir tudo à rede. Paradoxalmente as redes de contatos sociais na internet podem ser um perigo e interromper a interação social.

Seria triste se o nosso desejo de sustentar e desenvolver as amizades on-line se realizasse à custa da disponibilidade para a família, para os vizinhos e para aqueles que se encontram na realidade de todo dia no local de trabalho, na escola, no lazer. Quando, de fato, o desejo de conexão virtual se torna obsessivo, a consequência é que a pessoa se isola, interrompendo a verdadeira interação social. Isso acaba por perturbar também os padrões de repouso, de silêncio e de reflexão necessários para um crescimento humano saudável. (BENTO XVI, 2009).

A comunidade, constituída em torno de espaços geográficos, foi sempre a referência decisiva e constitutiva da vida social, oferecendo um espaço de segurança, de identidade de desenvolvimento, tanto de pessoas como de grupos e classes, com suas lógicas de pertencimento, concepções de mundo e referências morais. A interconexão altera a física da comunicação com uma sensação de espaço envolvente e “as comunidades virtuais apresentam um elemento de renovação da sociabilidade, de potencialização de ligação entre as pessoas, independente de sua localização, origem, crença, raça, opção sexual” (BRITTO, 2000, p. 155).

Frente às novas tecnologias digitais, a Igreja encontra-se diante de uma encruzilhada no sentido de que precisa de pessoas preparadas com competência e prudência e não se preocupar apenas em apropriar-se das novas tecnologias da comunicação. Este discernimento será indispensável para que a Igreja possa em sua ação pastoral, ter convicção, firmeza, competência e sabedoria para

conjugar sua missão frente às diferentes linguagens existentes no processo comunicativo; a nova cultura tem se apresentado com novas linguagens, o que desafia a cada instante os diferentes sujeitos da comunicação (PUNTEL, 2011, p. 337). Isto requer uma presença no ciberespaço com um novo modo de fazer comunicação, uma vez que:

O homem atual tende a ler sobre religião na rede, a falar de temas religiosos, a baixar textos religiosos e documentos, comprar objetos religiosos, fazer pesquisas indexadas nos textos sagrados, visitar igrejas virtuais, encontrar centros religiosos, assistir a vários tipos de preces e cultos, escutar música religiosa, homilias, sermões, testemunhos, discursos, participar de peregrinações virtuais. (SPADORO, 2012, p. 48).

Enfim, ao aderir e, sobretudo, a passar a refletir sobre as redes sociais *online*, a Igreja pode pensar, repercutir e avançar sobre o que afirma Wolton:

A comunicação é muito menos uma questão de racionalidade, de organização de relações sociais, do que de imaginário, de representação, de símbolos. Vejamos, por exemplo, o efeito de palavras mágicas como ‘ciberespaço’, ‘navegação interativa’, ‘autoestradas da informação’, ‘realidade virtual’ ou ‘redes’. Em outras palavras, as técnicas de comunicação são a parte visível dessa enorme questão antropológica: a relação com o outro, a troca, a ideia de compartilhar. (WOLTON, 2004, p. 73).

Assim, nessa linha de pensamento, a Igreja deve ir além do uso das técnicas, habitando-as como lugar onde praticam uma cultura e valores comuns, aqui, no caso, religiosos e de visão de mundo; como espaço de reconhecimento recíproco das identidades; e de aceitação permanente do outro.

Considerações finais

O objetivo proposto neste artigo foi justamente refletir a presença da Igreja nas redes digitais e discutir um modo de ação que não veja a internet como uma realidade paralela, separada do cotidiano, e sim como um espaço antropológico interconectado, um ambiente cultural que determina um estilo de pensar, abriga elementos novos de uma *nova cultura* e exige uma atitude de presença dialogante.

A opção em torno do Twitter como rede social na internet fez com que este servisse “como mirante privilegiado para pensar as questões teóricas, críticas e práticas que as redes sociais estão trazendo” (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 9). A escolha feita à conta @pontifex justifica-se pelo fato de o papa ser o primeiro responsável pelo direcionamento na postura e missão da Igreja, imprimindo seu estilo e modo de viver ao anunciar a fé, uma vez que autoridades e celebridades tendem a receber maior número de seguidores no Twitter. Como instituição, a Igreja também traz um grande poder de atrair seguidores também no ambiente virtual.

O caminho pelo qual passou a construção do pensamento da Igreja Católica a respeito da Comunicação, aqui analisado a partir de alguns documentos pontifícios, revela que o papa, bispos e sacerdotes têm uma influência muito grande no modo de pensar a comunicação da Igreja: o papa usando uma rede social torna-se um referencial profético para os passos seguintes na postura da Igreja em relação aos meios.

A presença nas redes sociais também agrega muitos católicos, individualmente, ou grupos instituídos. Todavia, ainda há muita desconfiança e timidez no uso das novas tecnologias. A internet ainda é vista como um instrumento, onde a técnica impressiona e seduz, porém onde o excesso de informação pode gerar incomunicação (WOLTON, 2011). O Twitter enquanto ambiente digital, de acesso aberto, “uma verdadeira ágora digital global - universidade, clube de entretenimento, ‘termômetro’ social e político, instrumento de resistência civil, palco cultural, arena de conversações contínuas” (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 66), demonstra o grande poder de interação da Igreja com o mundo atual.

A internet evoluiu de instrumento a ser utilizado para um ambiente cultural onde as pessoas habitam diariamente e que determina um modo de pensar, cria novos territórios, o que exige da Igreja um novo modo de estar e habitar este mundo. O ser humano vive bombardeado por ideologias e pensamentos os mais contraditórios e por isso precisa aprender a filtrar, decodificar e discernir diante de tanta informação, na rede que acaba por moldar o seu modo de pensar e agir.

A presença da Igreja na internet é uma prática muito comum. São milhares de sites e blogs alimentados, seja pelo Vaticano, pelas conferências

continentais e nacionais, pelas dioceses, paróquias, congregações religiosas, pastorais, movimentos ou mesmo individualmente por homens e mulheres de fé. Contudo, ainda não se caracterizam tanto pela interatividade e diálogo. Não há dúvidas de que se compreendida e vivida com um cuidadoso discernimento, a internet e especificamente as redes sociais poderão se tornar uma oportunidade positiva de desenvolvimento, participação e diálogo cultural e — por que não? — eclesial.

REFERÊNCIAS:

@PONTIFEX. Disponível em: <https://twitter.com/Pontifex_pt>. Acesso em: 27/08/2013.

BENTO XVI já conta com quase 600 mil seguidores no Twitter. Publicado em 04/12/2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/poparte/noticia/2012/12/bento-xvi-ja-Conta-com-quase-600-mil-seguidores-no-twitter.html>>. Acesso em: 23/07/2013.

BRITTO, Rovilson Robbi. **Cibercultura – Sob o olhar dos Estudos Culturais**. São Paulo: Paulinas, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1). São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CONSELHO PONTIFÍCIO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. **Igreja na Internet**. 2002. Disponível em: <http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_po.html>. Acesso em: 12/08/2013.

DARIVA, Noemi (Org.). **Comunicação Social na Igreja: Documentos Fundamentais**. São Paulo: Paulinas, 2003.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

_____. **O que é o virtual?** São Paulo: Ed. 34, 1996.

MACIEL, Pe. J. R. Igreja, comunicação e comunidade: antes e depois do Vaticano. In: MELO, M. M. (coord.). **Igreja, empresa e comunicação**. São Bernardo do Campo: IMS, 1987.

PAPA BENTO XVI. **A mídia: rede de comunicação, comunhão e cooperação**. 2006. Disponível em: <http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_benxvi_mes_20060124_40th-world-communications-day_po.html>. Acesso em: 19/08/2013.

_____. **O sacerdote e a pastoral no mundo digital: os novos media a serviço da Palavra.** 2010. Disponível em: <http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20100124_44th-world-communications-day_po.html>. Acesso em: 19/08/2013.

_____. **Verdade, anúncio e autenticidade de vida, na era digital.** 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: 12/08/2013.

_____. **Redes sociais: portais de verdade e de fé; novos espaços de evangelização.** 2013. Disponível em: <http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day_po.html>. Acesso em: 12/08/2013.

PAPA Francisco já tem 6 milhões de seguidores no Twitter. Publicado em 29/04/2013. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/internet/papa-francisco-ja-tem-6-mi-de-seguidores-no-twitter-29042013-16.shl>>. Acesso em: 17/07/2013.

PUNTEL, Joana T. A Igreja a caminho na comunicação. **Teocomunicação.** Porto Alegre, v. 41, n. 2, p. 221-242, jul./dez. 2011.

_____. **A comunicação nos passos de João Paulo II.** São Paulo: Paulinas, 2012.

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter.** São Paulo: Paulus, 2010.

SPADORO, Antonio. **Ciberteologia - pensar o cristianismo nos tempos da rede.** Tradução Cacilda Rainho Ferrante. São Paulo: Paulinas, 2012.

_____. **Web 2.0: Redes Sociais.** Tradução de Cacilda R. Ferrante. São Paulo: Paulinas, 2013.

TWITTER revela estilo dos papas Bento e Francisco. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/cidades,twitter-revela-estilo-dos-papas-bento-e-francisco,1053176,0.htm>>. Acesso em: 18/07/2013.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar.** Porto Alegre: Sulina, 2011.

_____. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias.** Trad. Isabel Crossetti. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

_____. **Pensar a comunicação.** Brasília: Universidade de Brasília, 2004.