



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

UM PADRE NA ALDEIA GLOBAL
NOVA EVANGELIZAÇÃO E NOVAS TECNOLOGIAS
DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa para obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação, na variante de Comunicação, Organização e Novas Tecnologias.

Por

Américo Manuel Alves Aguiar

Faculdade de Ciências Humanas

Sob a orientação do Professor Doutor Fernando Albano Maia Magalhães Ilharco

Setembro 2012

Resumo

Nesta dissertação, revemos os últimos cem anos de pronunciamentos dos sucessores de Pedro, do Papa Leão XIII, ao Papa Bento XVI, atestando a atenção e interesse com que a igreja católica sempre olhou para as potencialidades oferecidas pelas novas tecnologias de informação e de comunicação. Olhamos de um ponto de vista comunicacional para a urgência da Nova Evangelização pronunciada pelo Papa João Paulo II, dando continuidade ao já expresso pelo Papa Paulo VI e pelo próprio II Concílio do Vaticano.

Alicerçamos a nossa reflexão em autores selecionados entre uma variedade de outras possibilidades. Seguimos de modo mais estrutural as teorias de McQuail, Castells, Baudrillard, e McLuhan, e fazemos um percurso cronológico proporcionado pelos referidos autores: da Galáxia Gutenberg à Galáxia Internet, passando pela Galáxia McLuhaniana.

Em síntese, exploramos a conclusão de que a rede da sociedade em rede em que vivemos, desta Galáxia Internet onde navegamos, é em boa parte a rede de sempre, onde o próprio Jesus de Nazaré nos desafia a acreditarmos numa pesca milagrosa... Lançai de novo as redes – assim fizemos.

Palavras-Chave: Nova Evangelização; Novas Tecnologias de Informação e de Comunicação; Rede; Internet; Nativos Digitais; Jesus de Nazaré.

Abstract

In this dissertation, we revise the last hundred years of pronouncements by the successors of Peter, from Pope Leo XIII to Pope Benedict XVI, testifying the attention and interest with which the Catholic Church has always looked at the potential offered by new technologies of information and communication.

From a communicational standpoint, we reaffirm the challenge of the urgency of New Evangelization put forward by Pope John Paul II, following the indications of Pope Paul VI and the Vatican Council II.

We base our reflection on selected authors from a variety of possibilities, namely the theories of McQuail, Castells, Baudrillard and McLuhan. We present a chronological analysis of the matter, from the Gutenberg Galaxy to the Internet Galaxy.

In summary, we explore the conclusion that points out that the net of the network society we live in nowadays, where we surf the galaxy of the Internet, is largely the same net in which we have always lived, where Jesus of Nazareth has challenged us to believe in a miraculous catch... so let us cast the nets again... and so we did.

Keywords: New Evangelization; New Information and Communication Technologies, Network, Internet, Digital Natives, Jesus of Nazareth.

Dedicatória

A Sua Santidade o Papa Bento XVI
Ao Bispo do Porto, Senhor Dom Manuel Clemente

Agradecimentos

Ao Senhor D. Manuel Clemente.

Aos que comigo habitam na Casa Episcopal do Porto e que foram companhia nesta viagem: D. João Miranda, D. António Taipa, D. João Lavrador e D. Pio Alves, todas as senhoras e senhores dos mais diversos serviços de apoio.

Ao Professor Fernando Ilharco.

A todos os professores e funcionários que se dedicaram a este curso de mestrado.

Ao Dr. António Tavares, Provedor da Santa Casa da Misericórdia do Porto, à Carolina Oliveira e todos os restantes colegas Diretores e colaboradores pela condescendência às minhas ausências.

Aos colegas e amigos da Casa Sacerdotal do Patriarcado de Lisboa que me foram acolhendo nos períodos de deslocação a Lisboa.

A todas e a todos os que, com muita perseverança, foram perguntando pelo trabalho final... estou a ver os vossos rostos...

Este trabalho finaliza-se numa data especial por diversos acontecimentos inesperados na minha vida: 25 de Julho, Dia de S. Tiago, Apóstolo. Agora acrescento este. Ele lá saberá.

Duc in altum!

Índice

Introdução	6
1. Um Padre e a Aldeia Global	8
2. A Evangelização e os Media	16
2.1. Pronunciamentos Pontifícios sobre os Media e as Novas Tecnologias	20
2.1.1. Papa Leão XIII (1878-1903)	21
2.1.2. Papa Pio XII (1939-1958)	23
2.1.3. Beato Papa João XXIII (1958-1963).....	23
2.1.4. Papa Paulo VI (1963-1978).....	24
2.1.5. Papa João Paulo I (1978).....	27
2.1.6. Beato Papa João Paulo II (1978-2005)	28
2.1.7. Papa Bento XVI (2005 -)	34
2.2. Um Século de Pronunciamentos Pontifícios sobre os Media	38
3. De Gutenberg à Internet Móvel	40
3.1. A Comunicação, Massas, Multidão e Público	42
3.2. As Galáxias de Gutenberg, McLuhan e da Internet	46
3.3. A Sociedade em Rede	50
3.4. Viver na Aldeia Global	55
3.5. O Meio é a Mensagem	56
3.6. Meios de Comunicação Quentes e Frios.....	56
3.7. Regresso à Tribo	57
4. Nova Evangelização: Do Clique Ao Toque	58
4.1. A Quem Propomos? Quando e Onde Propomos?.....	68
4.2. Delete: imaterialidade e superficialidade	72
4.3. O Mensageiro é a Mensagem.....	75
Conclusão	77
Bibliografia.....	78

Introdução

A frequência do curso de Mestrado em Ciências da Comunicação decorreu da necessidade sentida no exercício de funções na área da comunicação da igreja diocesana do Porto. Várias vezes fomos ouvindo que a presença da igreja nos media deveria ser de qualidade, que não chegaria por vezes a boa vontade. Esta é uma área profundamente concorrencial. Todos queremos cativar a atenção dos destinatários presentes nas mais diversas plataformas que hoje em dia nos oferecem as novas Tecnologias de Informação e de Comunicação (TIC).

O *website* da diocese do Porto é colocado online em 1997, em resultado do empenho do Bispo do Porto na época, o saudoso senhor D. Armindo Lopes Coelho, e dos responsáveis mais diretos pela pastoral das comunicações sociais da igreja e do gabinete de informação da diocese, respetivamente o senhor Cónego Rui Osório e o senhor Padre Abílio Rodrigues.

Volvida mais de uma década, tendo sucedido aos colegas referidos, e tendo presente o estímulo permanente e perseverante do Senhor D. Manuel Clemente, iniciámos uma aventura académica que resulta nesta dissertação. Pretendemos averiguar se as potencialidades de comunicação proporcionadas pelas Tecnologias de Informação e Comunicação, são ou poderão ser uma oportunidade a não perder pela igreja católica no seu repto à Nova Evangelização tão eficazmente realizado pelo Beato João Paulo II.

É precisamente essa temática que vamos investigar: Nova Evangelização e Novas Tecnologias de Informação e Comunicação.

Começaremos por fazer um ponto de situação, um estado da questão, no que diz respeito ao repto da Nova Evangelização, balizando a mesma aos pronunciamentos dos Papas Paulo VI, João Paulo II e Bento XVI, bem como aos documentos do II Concílio do Vaticano.

Depois, percorreremos um século de pronunciamentos do magistério petrino, do Papa Leão XIII, que fecha o século XIX e abre o século XX, ao atual pontífice, Bento XVI. De uma relação viva e acesa com a imprensa, passando pela aurora do cinema, até aos dias de hoje.

No capítulo de maior enfoque teórico, foi necessário escolhermos os autores que mais nos marcaram no decorrer da fase de aprendizagem letiva. Foram muitos os

autores estudados e muitas as possibilidades e escolas a seguir. Optámos por um caminho cronológico ao qual associamos os autores conscientemente seleccionados. De Gutenberg à *World Wide Web*, este é o caminho que iremos percorrer. McQuail, Castells, Baudrillard e McLuhan são as nossas opções, possíveis entre muitas outras.

Da tipografia ao regresso à tribo, da sociedade de informação à aldeia global, dos públicos e massas ao multimédia, do meio é a mensagem, à mensagem ser a mensagem. Da Galáxia Gutenberg, passando pela galáxia mclhuniana, chegando à Galáxia Internet.

Chegaremos finalmente à Revolução Tecnológica, às oportunidades e dificuldades que nascem desta cultura que emana das novas Tecnologias de Informação e Comunicação, e podem ser estímulo e desafio para o repto da Nova Evangelização.

Capítulo 1

UM PADRE E A ALDEIA GLOBAL

Na minha terra é costume usar-se a expressão “Este mundo é uma aldeia”, que, no contexto atual, ganhou para mim um novo sentido, ou talvez fosse mais correto dizer antes, o mesmo sentido mas agora justificado e melhor compreendido.

A expressão é sempre utilizada quando um filho da terra encontra ou é encontrado por outro em qualquer ponto do país, ou do estrangeiro: “Olá, como estás, há quanto tempo? Quem haveria de dizer, este mundo é uma aldeia”.

O Verão de 2011 foi dominado em termos mediáticos por dois acontecimentos que marcaram as conversas da aldeia, da *Aldeia Global* de Marshall McLuhan (1967). Se de um dos lados assistimos diariamente às discussões e acertos dos rankings das dívidas soberanas, da velha Europa aos jovens Estados Unidos da América, do outro testemunhámos mais uma vez que a juventude está louca – estará? A nobre e disciplinada Grã-Bretanha, foi ferida no seu coração londrino por desacatos e violência, roubos e crimes perpetrados por jovens, com muita promoção e combinação através das redes sociais, como foi amplamente referido pelos media. A novidade deste fenómeno é a de o acesso à informação ser feito instantaneamente por qualquer pessoa em qualquer parte do mundo. Mais, tal como numa aldeia, todos sabem tudo o que se passa ao mesmo tempo, isto é, como McLuhan (1967) referiu, o mundo experimentando as novidades, os eventos e acontecimentos em simultâneo, num mesmo tempo, recria-se como se de uma aldeia se tratasse.

Olhamos um pouquinho para trás e para o lado, e noutra artéria da aldeia global temos as juventudes da Tunísia, do Egipto, do Iémen, da Líbia e da Síria, promovendo e combinando, também via redes sociais, mudanças significativas e estruturais nas suas comunidades e nações.

Quando criança, assistia e testemunhava muitos acontecimentos da aldeia através da “janela” do meu quarto. Passados aproximadamente 30 anos, vejo-me a assistir aos acontecimentos desta aldeia global, novamente através da “janela” do meu quarto. Acabo de ver o Presidente Barack Obama numa comunicação ao país batendo o pé às agências de rating, proclamando que os Estados Unidos da América serão eternamente AAA+. A mesma janela permite-me espreitar e testemunhar que o Presidente do Banco Central Europeu, o Senhor Jean-Claude Trichet, ordenou esta noite

a compra de dívida italiana e espanhola, para que de manhã as Bolsas de Valores “acordem” bem.

Batem à porta do quarto e interrompem a possibilidade de acompanhar a vida da aldeia global através da “janela”. Desligo o meu PC, o Ipad ou outro qualquer nome que a janela possa ter agora e regresso por momentos à pacatez da casa. Após rápido convívio com os membros da “tribo”, regresso rapidamente à janela e continuo a viajar no mundo, na minha aldeia global, através da janela do meu quarto. Utilizei o termo “tribo” de propósito, para reforçar a ideia que cada vez se torna mais presente ao ler os acontecimentos desta era digital – estamos em velocidade cibernética de regresso à tribo, ao grupo, ao “nós”, ligados num mesmo tempo, constantemente.

Vejamos os dados que recentemente a Ericsson partilhou num estudo que foi citado pela revista *Visão* de 15 de Abril de 2010. Um jovem de 21 anos que entre hoje no mercado de trabalho recebeu e enviou já 250 mil emails, mensagens e *sms*; gastou 10 mil horas a falar ao telemóvel; jogou 5 mil horas de videojogos e passou 3.500 horas em redes sociais online. Quem é este jovem? Que cultura partilha? De quem se sente família e / ou amigo?

No Domingo de Páscoa de 2011, preparei as minhas malas para viajar até Israel. Na celebração da Vigília Pascal proclamamos o seguinte no Evangelho de São Mateus: «Não temais. Ide avisar os meus irmãos que partam para a Galileia. Lá Me verão».

De madrugada, viajámos do Porto para Bruxelas e em seguida para Jerusalém; nessa noite dormimos na Galileia. A certo momento dei por mim, na Galileia, Israel, a assimilar o que estava a viver. Há apenas algumas horas atrás estava no Porto, em Portugal, a ouvir proclamar o Evangelho no qual Jesus nos convidava a partir para a Galileia – e agora cá estava eu. A aldeia global é também esta mobilidade espacial no mundo como se de uma pequena aldeia se tratasse.

Durante esses dias fui sentindo olhos nos olhos, coração para coração, face a face, o que tentamos recriar com a nossa presença nas redes sociais. Estava na presença de cardeais, bispos, padres, seminaristas e leigos, dos quatro cantos do mundo, de países longínquos e próximos, como se fosse o encontro de fim de tarde num dia de verão da aldeia – neste caso da aldeia global – em carne e osso. De Portugal a Espanha, da

Holanda à Alemanha, da Áustria à China, da Ásia à América, de Dallas a Los Angeles, do Brasil ao Peru, República Dominicana, enfim, uma assembleia das nações.

Na sexta-feira dessa semana, 29 de Abril, refugiei-me por instantes no meu quarto para abrir a janela que me permitiria “estar presente” num outro acontecimento que fazia furor entre os aldeões – cá estou eu na Galileia, Israel, a assistir no “camarote” ao enlace real de William e Kate, em Londres, Inglaterra. Após a cerimónia e saída em coche dos noivos, regressei ao convívio com os meus irmãos e fomos ouvir a partilha do Senhor Cardeal de Viena de Áustria.

Na madrugada de sábado, 30 de Abril, rumamos ao aeroporto de Jerusalém e voamos para Bruxelas. Daí, segui de avião para Roma. Durante este percurso de Jerusalém a Bruxelas e daqui a Roma passaram-se poucas horas. Em cada início e fim de uma etapa de viagem, tenho por hábito enviar *sms* a algumas pessoas, familiares e amigos. A sequência das mensagens que iam recebendo em Portugal, onde a diferença horária ainda complicava mais o entendimento, levou os destinatários a colocar a possibilidade de não ser verdade tal percurso. O espaço e o tempo que exigiam para tal poder acontecer não ‘cabia’ no que eu com eles partilhava via *sms*. A aldeia pareceu-lhes demasiadamente pequena...

Na tarde desse mesmo dia, estava eu de frente para a Basílica de S. Pedro, no Vaticano. Acabava de chegar a Roma para ser testemunha de mais um acontecimento importante para a aldeia: a beatificação do Papa João Paulo II. Todas as ruas de Roma desembocavam na Praça de S. Pedro – rostos, línguas, vestuários; o mundo, a aldeia global, estava lá, em carne e osso.

O Papa João Paulo II, como veremos mais à frente neste capítulo, teve um papel preponderante na utilização e promoção das tecnologias de informação e comunicação na Igreja. Foi o Pároco da aldeia global. As centenas de viagens que realizou pelo mundo inteiro, bem como a sua presença constante nos diversos media, transformaram-no em alguém íntimo e familiar na aldeia global.

Na manhã de Domingo, 1 de Maio, o Papa Bento XVI presidia à Eucaristia de Beatificação de João Paulo II. Foi por causa dessa celebração que me desloquei a Roma, a partir do Porto, via Israel. Fui solicitado por um dos canais de televisão de Portugal para que pudessem contar comigo para a transmissão que fariam durante essa manhã, e

acedi ao convite. Em plena Praça de S. Pedro, a poucos metros do Altar, assisti a tudo através da janela do costume: um ecrã de televisão, de costas voltadas para a cerimónia. Senti-me no meu quarto, na janela da aldeia. No fim de tudo isto, foi necessário antecipar o regresso ao Porto por motivo da morte de um sacerdote. No final da tarde desse mesmo dia, estava já no Porto. No dia seguinte, segunda-feira, alguns membros da “tribo” questionavam-se entre dentes: “Afinal ele estava em Roma ou no Porto?”

Que tempo é este que vivemos e que nos permite esta aceleração? O que fazemos com a disponibilidade que o encurtar das deslocações provoca?

Regressemos à janela voltada para Londres. Em que cultura foram ou estão a ser “embebidos” estes jovens? Controlam a técnica? Possivelmente. Mas que base, que herança de valores e princípios, que cultura receberam ou recebem? Estes jovens, ditos nativos digitais (Prensky, 2001), vivem no mundo que a janela do seu quarto, a televisão, a internet, o telemóvel, etc., proporciona. Um mundo a que os pais, a família, a escola e o Estado estão alheios? Conhecerão? Participarão? Em que moldes? Recentemente, o responsável ministerial pela pasta da Educação do Governo de Portugal defendia, a propósito, que as aulas de TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) do ensino secundário deveriam ser lecionadas em anos anteriores, dado que nessa fase do ensino os alunos já dominam as TIC.

A terminologia “nativos digitais”, aplicada única e exclusivamente ao critério etário, englobando todos os nascidos a partir da década de noventa do século XX, tese defendida por Prensky (2001), não tem sido acolhida unanimemente pela academia. Para Prensky, os nativos digitais são pessoas capazes de executar várias tarefas em simultâneo, que têm acesso a uma série de novas tecnologias, recorrem à internet como primeiro porto de escala para obter informação e utilizam-na para fins educacionais, tal como para outras atividades. Autores como Helsper e Enyon (2010), pelo contrário, não aceitam este critério exclusivamente etário para a categoria dos “nativos digitais”, defendendo que a experiência e extensão do uso têm maior poder explicativo que o mero indicativo etário. Para Prensky, os não nativos digitais poderão ser emigrantes digitais caso se adaptem ao novo ambiente digital onde porventura se inserem.

Em relação aos “Nativos Digitais portugueses”, um estudo do OberCom, Observatório da Comunicação, datado de Julho de 2010¹, assume-se como uma referência que nos auxilia a ponderar entre a tese de Prensky e a de outros autores. Dos muitos dados facultados que nos ajudam a esboçar o perfil do nativo digital português, partilho 3 tabelas que nos oferecem informação sobre as atividades realizadas no computador, no telemóvel e na internet. Refira-se que ao cruzarmos alguns dos dados com o critério etário, comparando o grupo dos 10-15 anos com o grupo 16-74, nem sempre optaria pela tese de Prensky. No entanto, se obtivéssemos dados para uma nova secção etária entre, por exemplo, os 30 e os 35, talvez a reflexão pudesse tornar-se ainda mais pertinente. Não sendo o objeto deste estudo, será sem dúvida alguma um tema presente na academia nos próximos tempos.

Tabela 1 – **Atividades realizadas no computador**

Atividade realizada	Percentagem (%)
Fazer trabalhos para a escola (utilizando word, excel, paint, etc.)	92,4
Utilizar software educativo	49,6
Jogar (exclui jogar em rede através da internet)	80,1
Ouvir música ou ver filmes	74,0
Fazer outros trabalhos ou atividade de carácter pessoal	15,7

¹ A partir deste estudo, que contou com a colaboração da investigadora Maria João Taborda e com a coordenação científica de Rita Espanha e Gustavo Cardoso, tivemos acesso ao perfil dos “Nativos Digitais Portugueses: Idade, experiência e esferas de utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação”. Este estudo baseou-se nos dados disponibilizados pelo INE, Instituto Nacional de Estatística, em resultado do Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas famílias em 2008.

Tabela 2 – Atividades realizadas no telemóvel

Atividades realizadas	Percentagem (%)
Utilização do telemóvel para outras atividades: jogar sem ligação à internet	65,9
Utilização do telemóvel para outras atividades: jogar através da internet	3,1
Utilização do telemóvel para outras atividades: trocar imagens, toques, músicas ou vídeos	61,6
Utilização do telemóvel para outras atividades: trocar mensagens escritas	96,1
Utilização do telemóvel para outras atividades: efetuar chamadas de voz	95,2
Pesquisar locais ou moradas, utilizar serviços prestados com base na localização do utilizador	0,8
Efetuar pagamento de bens e serviços	0,3
Fazer download de jogos	5,1
Fazer download ou ver televisão ou vídeo	2,9
Navegar na internet	9
Receber informações de serviços subscritos	9
Transferir fotografias ou ficheiros de vídeo diretamente do telemóvel para websites	15,7
Enviar fotografias ou ficheiros de vídeo	48,7
Outras (utilização do telemóvel para outras atividades)	2,1

Tabela 3 – Atividades realizadas na internet

Atividades	10-15 anos	16-74 anos
Atividades de comunicação		
Enviar ou receber e-mail	69,9	85,2
Telefonar	7,7	18,2
Fazer chamadas de vídeo (via webcam)	24,1	22,6
Colocar mensagens em chats, newsgroup ou fóruns de discussão online	22,5	26,4
Comunicar através de mensagens escritas em tempo real (ex: Messenger)	73,5	63,5
Ler blogs	34,8	49,9
Criar ou manter o seu blog	10,2	11,4
Atividades de pesquisa de informação e utilização de serviços online		
Procurar informação para trabalhos escolares	97,0	78,0
Pesquisar informação sobre saúde	29,0	51,5
Consultar websites de interesse pessoal	57,9	-
Fazer download	40,9	-
Download de imagens	93,1	-
Download de software (exceto jogos)	44,7	33,7
Ler	31,9	48,2***
Ler Jornais ou revistas	72,0	-
Ler livros	52,7	-
Comprar ou encomendar bens ou serviços	3,5	24,6
Outras	0,2	-
Atividades de obtenção e partilha de conteúdo audiovisual		
Ouvir rádio ou ver televisão	34,3	41,2
Fazer download ou ouvir música (exceto através de rádio online)	45,1	41,6
Fazer download ou ver filmes, curtas metragens ou ficheiros de vídeo	27,7	28,0
Utilizar programas de partilha de ficheiros (peer-to-peer)	18,5	22,8
Utilizar o serviço de podcast para receber automaticamente ficheiros de áudio ou vídeo	5,3	5,3
Fazer download de jogos (computador ou vídeo) ou atualizações ao software de jogos	23,1	17,0
Jogar em rede com outras pessoas	32,2	17,0
Colocar o conteúdo pessoal num website para ser partilhado	20,4	16,9
Utilizar programas para gerir arquivos de informação (news feeds)	2,5	7,6

Capítulo 2

A EVANGELIZAÇÃO E OS MEDIA

Evangelizar constitui a missão, a vocação da Igreja criada por Jesus Cristo. Evangelizar quer significar anúncio de uma Boa Nova, anúncio do Reino de Deus, anúncio de Jesus Cristo. Ao acompanharmos, na Sagrada Escritura, os relatos da vida de Jesus Cristo, vamos constatando a rápida propagação do que Ele diz e / ou faz. A Igreja, desde o acontecimento do Pentecostes², iniciou uma caminhada até aos dias de hoje, que a tem levado por todo o mundo a anunciar o Evangelho a todos os povos. Ao longo destes dois milénios, a Igreja leva a Boa Nova de Jesus Cristo aos homens e mulheres de cada tempo.

Na Exortação Apostólica *Evangelii Nuntiandi*, de 1975, no seu número 15, afirma o Papa Paulo VI:

Quem quer que releia no Novo Testamento as origens da Igreja e queira acompanhar passo a passo a sua história e, enfim, a encare a viver e a agir, verá que ela se acha vinculada à evangelização naquilo que ela tem de mais íntimo. A Igreja nasce da acção evangelizadora de Jesus e dos Doze. Ela é o fruto normal, querido, o mais imediato e o mais visível dessa evangelização: «Ide, pois, ensinai todas as gentes» *Mt 28, 19*. (Paulo VI, 1975).

João Paulo II, na XXXVI Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais, no número 1, a propósito desta missão de anunciar Jesus Cristo em cada tempo, e porque a Igreja conviveu e convive com uma diversidade de povos, culturas e costumes, afirma:

A história da evangelização não é apenas uma questão de expansão geográfica, dado que a Igreja teve de ultrapassar também muitos confins culturais, cada um dos quais exigiu renovadas energias e imaginação na proclamação do único Evangelho de Jesus Cristo. A época das grandes descobertas, a Renascença e a invenção da imprensa, a Revolução Industrial e o nascimento do novo mundo: também estes foram momentos de vanguarda, que exigiram novas formas de evangelização. (João Paulo II, 2002)

Esta atenção ao homem e à história de cada tempo, à cultura que vamos tecendo, foi e é ainda um desafio permanente à evangelização. Como afirma o Papa Paulo VI no

² Termo grego que significa literalmente 50 dias. Festa judaica e cristã. No Antigo Testamento, é também denominada “Festa das Semanas” ou “Festa das Primícias”. Para o Cristianismo, reveste-se de um significado muito especial. No Pentecostes, o Espírito manifesta-se sob a forma de línguas de fogo que se distribuem sobre cada um dos presentes, tornando possível a comunhão entre povos com línguas diversas.

número 20 da já citada *Evangelii Nuntiandi*, quando descorado, coloca em causa o próprio anúncio:

A rutura entre o Evangelho e a cultura é sem dúvida o drama da nossa época, como o foi também de outras épocas. Assim, importa envidar todos os esforços no sentido de uma generosa evangelização da cultura, ou mais exatamente das culturas. Estas devem ser regeneradas mediante o impacto da Boa Nova. Mas um tal encontro não virá a dar-se se a Boa Nova não for proclamada. (Paulo VI, 1975)

Se o conteúdo do anúncio é imutável, é Jesus Cristo, é Deus que Se nos comunica em Seu filho; os destinatários, todas as gentes, convidam-nos a providenciar, descobrir, oferecer oportunidades sempre novas de Encontro com Jesus Cristo, com a Sua Igreja. Façamos ecoar as palavras do Beato João Paulo II, na Carta Apostólica *Novo Millenio Ineunte*, no número 16:

(...) os homens do nosso tempo, talvez sem se darem conta, pedem aos crentes de hoje não só que lhes falem de Cristo, mas também que de certa forma lh'O façam ver. E não é porventura a missão da Igreja refletir a luz de Cristo em cada época da história, e por conseguinte fazer resplandecer o seu rosto também diante das gerações do novo milénio? (João Paulo II, 2001)

Passar a fronteira do novo Milénio foi uma oportunidade aproveitada pelo Papa João Paulo II para desafiar os agentes evangelizadores da Igreja, na senda do Concílio Vaticano II, a prestarem uma atenção redobrada à leitura dos “sinais do tempo”.

É da boca de João Paulo II que vamos ouvir o desafio urgente e inadiável à Nova Evangelização. É certo que, anteriormente, quer os Padres Conciliares, quer de um modo especial o Papa Paulo VI, haviam já refletido sobre a necessidade do anúncio da Boa Nova ter em conta a vida dos homens e mulheres a quem se dirige.

Assim, em 1983, a 9 de Março, na XIX Assembleia Geral da CELAM, em Port au Prince, Haiti, João Paulo II afirma o seguinte:

A comemoração dos 500 anos de evangelização (da América) terá o seu significado pleno se for um compromisso vosso como Bispos, em conjunto com o vosso presbitério e fiéis; compromisso, não de reevangelização, mas sim

de uma Nova Evangelização. Nova no seu ardor, nos seus métodos e expressões. (João Paulo II, 1983: III)

Na IV Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano, reunidos em Santo Domingo, República Dominicana, o Papa João Paulo II oferece-nos uma reflexão sobre a sua desejada e anunciada Nova Evangelização:

A nova evangelização não consiste num “novo evangelho”, que surgiria sempre de nós mesmos, da nossa cultura ou da nossa análise, sobre as necessidades do homem. Por isso, não seria “evangelho” mas pura invenção humana, e a salvação não se encontraria nele. Nem mesmo consiste em retirar do Evangelho tudo aquilo que parece dificilmente assimilável. Não é a cultura a medida do Evangelho, mas Jesus Cristo é a medida de toda a cultura e de toda obra humana. Não, a nova evangelização não nasce do desejo de “agradar aos homens” ou de “procurar o seu favor” (cf Gl 1,10), mas da responsabilidade pelo dom que Deus nos fez em Cristo, pelo qual temos acesso à verdade sobre Deus e sobre o homem, e à possibilidade da vida verdadeira. A nova evangelização tem, como ponto de partida, a certeza de que em Cristo há uma “riqueza insondável” (Ef 3,8), que não extingue nenhuma cultura de qualquer época, e à qual nós homens sempre poderemos recorrer para enriquecer-nos (cf. Assembleia especial do Sínodo dos Bispos da Europa, Declaração final, 3). Essa riqueza é, antes de tudo, o próprio Cristo, sua pessoa, porque Ele mesmo é a nossa salvação. Nós homens de qualquer época e de qualquer cultura, aproximando-nos d'Ele mediante a fé e a incorporação ao seu Corpo, que é a Igreja, podemos encontrar a resposta àquelas perguntas, sempre antigas e sempre novas, que se nos apresentam, no mistério da nossa existência, e que de modo indelével levamos gravadas em nosso coração desde a criação e desde a ferida do pecado. (João Paulo II, 1992: II)

É a partir deste discurso que decidimos interligar a temática da Nova Evangelização com a da utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). Voltemos às palavras do Papa João Paulo II:

Sendo a comunicação entre as pessoas um admirável elemento gerador de cultura, os modernos meios de comunicação social revestem neste campo uma importância de primeira grandeza. Intensificar a presença da Igreja no mundo da comunicação há de ser certamente uma das vossas prioridades. Vêm-me à

mente as graves palavras do meu venerado predecessor, o Papa Paulo VI: “A Igreja viria a sentir-se culpável diante do seu Senhor, se ela não lançasse mão destes meios potentes que a inteligência humana torna cada dia mais aperfeiçoados. (João Paulo II, 1992: II)

Estamos no centro da temática que desejamos aprofundar, neste desafio lançado à Igreja Universal pelo sucessor de Pedro, o da Nova Evangelização, sobre qual é ou poderá ser o papel das novas Tecnologias de Informação e Comunicação, e qual a importância, se a tiver, da utilização destes meios atendendo à cultura específica do nosso tempo.

A perspectiva meramente instrumental das TIC já vai longe; as novas gerações estão imbuídas de uma nova cultura gerada em parte pelas TIC. Constatamos isso mesmo nas Mensagens do Dia Mundial das Comunicações Sociais da autoria dos últimos pontífices, e de igual modo nos recentes desenvolvimentos em torno das pedagogias educacionais, ou no papel desempenhado pelas TIC nas convulsões sociais nos mais diversos países, nomeadamente na Tunísia, Egipto e Líbia, onde as convocatórias aos manifestantes circulam via *sms* ou redes sociais, e os governantes tentam a todo o custo silenciar o sinal da internet.

Ao testemunhar estes tempos de hoje, lembro-me das seculares catedrais europeias e do cuidado que os seus construtores tinham em “comunicar” com cada um dos sentidos humanos. Os vitrais, a música, os incensos, tudo cativava o crente, de modo que mesmo que a sua cultura fosse reduzida, este era capaz de entrar na leitura dos elementos. Ao vermos todos estes sentidos a funcionarem, temos diante de nós a imagem do jovem do século XXI que é capaz de ler, ouvir música e distrair-se ludicamente. O que tem mudado? É a “era da informação que chega”. Os meios de comunicação social configuram, de facto, o pensamento e a ação das sociedades (Rodrigues, 2011).

Pronunciamentos Pontifícios sobre os Media e as Novas Tecnologias

Se fizermos uma incursão pela sagrada escritura, encontramos em algumas passagens dos textos bíblicos muitos alicerces desta igreja como comunicação de Deus. Vamos ao relato da criação, o Livro do Génesis, onde recolhemos estas palavras de

Deus: «Sede fecundos, multiplicai-vos, enchei e submetei a terra». O homem, ao longo da sua caminhada na terra, vai concretizando este mandado de Deus de submissão de domínio da terra, não numa interpretação negativa de exploração e esgotamento do planeta, mas antes pelo contrário na defesa, salvaguarda e proteção desta casa que é de todos, numa ecologia responsável e responsabilizadora. Numa ecologia que urge, como afirmou Bento XVI, em ser também e cada vez mais uma ecologia humana. As TIC, como dirá o Papa Pio XII, sendo fruto do empenho do homem, são primeiramente um dom de Deus. São estes trilhos que queremos percorrer, descobrindo como a Igreja, nos seus homens e mulheres, tem potencializado a investigação, criação e utilização das TIC ao longo destes tempos.

Queremos, no entanto, focar a nossa atenção nos ensinamentos dos sucessores de Pedro. Vamos assim restringir a nossa pesquisa ao século passado e ao presente, ou seja, aos últimos cem anos. E começamos precisamente com o Papa que inaugura o século XX, Leão XIII.

Papa Leão XIII (1878-1903)

O cardeal italiano Gioacchino Pecci, nascido a 2 de Março de 1810, foi núncio apostólico na Bélgica, e, desde 1846, arcebispo de Perugia, Itália. Foi eleito Papa a 20 de Fevereiro de 1878 e faleceu no dia 20 de Julho de 1903. Este é o Pontífice que insere a Igreja Católica no século XX.

Dos seus documentos destaca-se de um modo especial a Encíclica *Rerum Novarum* (1891), no Compêndio da Doutrina Social da Igreja, podemos ler no ponto 89:

Em resposta à primeira grande questão social, Leão XIII promulga a primeira encíclica social, a *Rerum Novarum*. Ela examina a condição dos trabalhadores assalariados, particularmente penosa para os operários das indústrias, afligidos por uma indigna miséria. A questão operária é tratada segundo a sua real amplitude: é explorada em todas as suas articulações sociais e políticas, para ser adequadamente avaliada à luz dos princípios doutrinários baseados na Revelação, na lei e na moral natural. (Compêndio da Doutrina Social da Igreja, 2005)

Este pontificado fica, de facto, muito marcado pelas reflexões e recomendações papais de índole social.

Quanto aos media, este Papa abre novas portas de relação e vivência de um modo especial com a imprensa. Certamente como resultado das suas múltiplas intervenções no âmbito da pastoral social, dos direitos e dos deveres do capital, dos trabalhadores, das reflexões sobre o comunismo e sobre a maçonaria, o Papa Leão XIII vai enfrentar um feroz ataque da imprensa afeta a essas diversas áreas de pensamento político-partidário e social.

Leão XIII vai instigar permanentemente os seus fiéis a não abdicarem de uma presença na imprensa que corrija, forme e informe convenientemente o público sobre a verdade da Igreja.

Em 15 de Fevereiro de 1882, na Encíclica *Etsi Nos*, dirigida aos católicos italianos, afirma o Papa no número 6:

Esses jornais de desordem e de iniquidade, cujos excessos as leis são impotentes para refrear e o sentimento do pundonor é incapaz de conter as tristes extravagâncias. [...] perseguem hostilmente a Igreja e o Pontífice supremo com maldições cotidianas e acusações caluniosas. [...] Vós deveis, por meio de graves e severas advertências, levar os fiéis a manterem-se em alerta, e empregarem uma prudência religiosa na escolha de suas leituras [...] seria de desejar, que pelo menos em cada província se constituísse um organismo que orientasse o público sobre os múltiplos e graves deveres de todo o cristão perante a Igreja, divulgando com esse fim publicações frequentes, e quanto possível diárias. (Leão XIII, 1882)

A uma “má-imprensa”, o Papa Leão XIII deseja contrapor uma “boa-imprensa”. Todos os bons escritores e pensadores católicos são exortados a estar presentes na imprensa, dando resposta a todos os ataques de que porventura a Igreja ou o Sumo Pontífice sejam alvo. O Papa sabe que esta presença na imprensa não será fácil: «Em toda esta atividade molestarão os nossos homens, mas se temos que afrontar alguma luta, façam-se fortes, porque um cristão não encontrará motivos mais justos para aguentar inconvenientes e fadigas que impedir que a religião seja dilacerada por malvados», afirma o Pontífice no mesmo número da Encíclica *Etsi Nos*.

A defesa de uma presença na imprensa de qualidade e permanente por parte de Leão XIII coloca a igreja bem no interior deste media. Refira-se que no Porto, entre

1872 e 1913, o jornal *A Palavra* assumiu plenamente este repto papal, ocupando sempre a dianteira da apologética católica.

Papa Pio XII (1939-1958)

A 3 de Setembro de 1939, sucede a Pio XI o cardeal Eugenio Pacelli. Este italiano, nascido em Roma em 1876, diplomata, vai viver durante o seu longo pontificado os horrores da segunda guerra mundial.

A 8 de Setembro de 1957, afirmava o Papa Pio XII na sua Encíclica *Miranda Prorsus*: «Os maravilhosos progressos técnicos, de que se gloriam os nossos tempos, frutos sem dúvida do engenho e do trabalho do homem, são primeiramente dom de Deus, Criador do homem, inspirador de toda a boa obra» (Pio XII, 1957a).

Na inauguração das novas instalações da Rádio Vaticana, em 27 de Outubro de 1957, diz o Papa Pio XII:

A rádio oferece novas ajudas e novas forças para conseguir com mais extensão e facilidade o que Jesus Cristo mandatou aos apóstolos e aos que lhes sucederam: anunciai o evangelho a toda a criatura (Mc 16, 15). Por que razão a Igreja, para cumprir o seu dever com maior facilidade, não há-de usar esta poderosíssima ajuda, tanto mais que, precisamente por ter sido recebida de Deus, pode contribuir melhor que qualquer outra para o bem de cada um dos cidadãos, da família e também da sociedade civil? (Pio XII, 1957b)

Beato Papa João XXIII (1958-1963)

A 26 de Novembro de 1881, em Bérgamo, Itália, nasce o Cardeal Angelo Giuseppe Roncalli, futuro Papa João XXIII. Eleito a 28 de Outubro de 1958, sucede ao Papa Pio XII. Também ele diplomata experiente, antes de ser nomeado Patriarca de Veneza, foi Visitar Apostólico na Bulgária, Delegado Apostólico na Turquia e Grécia e, finalmente, Núncio Apostólico em Paris.

Em 1961, numa alocução a dirigentes da IBM, recebidos em audiência papal, o Beato João XXIII (1958-1963) dizia «Como não ver em todo este universo da eletrónica

um imperioso convite a considerar a grandeza do homem? A Igreja ama e agradece os progressos do computador e da eletrónica» (1961).

As TIC, “dom de Deus”, nunca mais deixariam de ser motivo de admiração, aprendizagem e utilização pela Igreja na sua missão primordial da evangelização, e, de um modo mais evidente, da nova evangelização.

Papa Paulo VI (1963-1978)

O cardeal Montini, nascido em Bréscia, Lombardia, Itália, em 1897, sucede a João XXIII, a 21 de Junho de 1963, no decorrer do Concílio Vaticano II convocado pelo seu antecessor.

O Concílio Vaticano II, num documento consagrado aos Meios de Comunicação Social, o Decreto *Inter Mirifica*, sublinha a importância destes meios na evangelização do seguinte modo: «A Igreja Católica, fundada por Jesus Cristo para levar a salvação a todos os homens, e por consequência, ungida pela necessidade de evangelizar, considera parte da sua missão pregar a mensagem da salvação, com a ajuda, também, dos meios de comunicação social» (*Inter Mirifica*, 1965: 3).

Outro documento conciliar, *Gaudium et spes*, no seu número 6, elencando as mudanças identificadas na ordem social, refere: «Novos e mais perfeitos meios de comunicação social permitem o conhecimento dos acontecimentos e a rápida e vasta difusão dos modos de pensar e de sentir; o que por vezes, dá origem a numerosas repercussões.» Mais adiante, no número 54, pode ler-se:

As condições de vida do homem moderno sofreram tão profunda transformação no campo social e cultural, que é lícito falar de uma nova era da história humana. Novos caminhos se abrem assim ao progresso e difusão da cultura, preparados (...) pelo desenvolvimento das técnicas e pelo progresso no aperfeiçoamento e coordenação dos meios de comunicação social. (Concílio Vaticano II, 1965)

No Concílio Vaticano II, como já referimos, e durante o seu pontificado, o Papa Paulo VI, em várias ocasiões, abordou a temática das TIC, nomeadamente os desafios decorrentes do desenvolvimento das TIC para a Evangelização. No dia 25 de Março de

1966, numa Alocução aos consultores da Pontifícia Comissão para as Comunicações Sociais, afirma o Papa:

Os surpreendentes inventos que a nossa geração tem visto nascer e o assombroso desenvolvimento que trazem as novas técnicas já existentes, constituem, com efeito, um verdadeiro fenómeno de civilização. As suas repercussões na existência do homem moderno, especialmente no que se refere à sua vida moral e religiosa, criaram para a Igreja de hoje novos deveres de ordem pastoral; deveres de informação, de orientação. (Paulo VI, 1966)

O já referido Decreto Conciliar *Inter Mirifica* institui, no seu número 18, o Dia Mundial das Comunicações Sociais. Na Mensagem para a primeira celebração desse evento, no ano de 1967, o Papa Paulo VI escreve:

Com esta iniciativa, proposta pelo Concílio Vaticano II, a Igreja, que “se sente intimamente solidária com o género humano e com a sua história”, (*Gaudium et spes*, Proêmio) quer chamar a atenção dos seus filhos e de todos os homens de boa vontade para o vasto e complexo fenómeno dos modernos meios de comunicação social, como a imprensa, o cinema, o rádio e a televisão, que são uma das notas mais características da civilização moderna. Graças a essas maravilhosas técnicas, a convivência humana assumiu dimensões novas: o tempo e o espaço foram superados, e o homem tornou-se um cidadão do mundo, co-participante e testemunha dos acontecimentos mais distantes e das vicissitudes de toda a humanidade. Como disse o Concílio, “podemos falar de uma verdadeira transformação social e cultural, que tem os seus reflexos também na vida religiosa” (*Gaudium et spes*, Introdução): para esta transformação contribuíram positivamente os meios de comunicação social e, às vezes, de forma determinante, enquanto se esperam novos e surpreendentes progressos, como a próxima ligação em escala mundial das estações transmissoras da televisão, por meio dos satélites artificiais. (Paulo VI, 1967)

Durante o seu Pontificado, o Papa Paulo VI publicou as Mensagens para o Dia Mundial das Comunicações Sociais que se apresentam no Quadro I.

Quadro I

Mensagens do Papa Paulo VI para o Dia Mundial das Comunicações Sociais

Ano	Tema	Nº
1967	OS Meios de Comunicação Social	1ª
1968	A Imprensa, a Rádio, a Televisão e o Cinema para o Progresso dos Povos	2ª
1969	Comunicações Sociais e Família	3ª
1970	As Comunicações Sociais e a Juventude	4ª
1971	OS Meios de Comunicação Social a serviço da Unidades dos Homens	5ª
1972	As Comunicações Sociais a serviço da Verdade	6ª
1973	As Comunicações Sociais e a afirmação e promoção dos Valores Espirituais	7ª
1974	As Comunicações Sociais e a Evangelização no Mundo Contemporâneo	8ª
1975	Comunicação Social e Reconciliação	9ª
1976	As Comunicações Sociais diante dos Direitos e Deveres fundamentais do Homem	10ª
1977	A Publicidade nas Comunicações Sociais: Vantagens, Perigos, Responsabilidades	11ª
1978	O Receptor da Comunicação Social: Expectativas, Direitos e Deveres	12ª

Já em 1971, cumprindo também uma incumbência do Concílio, a Instrução Pastoral *Communio et progressio* reafirma a indispensável utilização das TIC na missão evangelizadora da igreja:

Cristo mandou aos Apóstolos e seus sucessores que ensinassem "todas as nações", que fossem "a luz do mundo", que proclamassem o Evangelho em todo o tempo e lugar. Do mesmo modo que Cristo se comportou, durante a sua vida terrestre, como o modelo perfeito do "Comunicador", e os Apóstolos usaram os meios de comunicação então ao seu alcance, também o nosso trabalho apostólico atual deve usar as mais recentes descobertas da técnica. De facto, seria impossível, hoje em dia, cumprir o mandato de Cristo, sem utilizar as vantagens oferecidas por estes que permitem levar a mensagem a um número muito superior de homens. Aliás, o Concílio Vaticano II exorta os católicos a

que, “sem demoras, usem os meios de comunicação social, nas diversas formas de apostolado”. (...) Surge, pois, a necessidade de usar, quanto possível, os meios de comunicação social para apresentar a mensagem cristã, dum modo mais interessante e eficaz, encarnando-a no estilo próprio de cada um destes meios. (Paulo VI, 1971: 126-131)

Papa João Paulo I (1978)

Albino Luciani, nascido a 17 de Outubro de 1912, em Belluno, Itália, sucede ao Papa Paulo VI. Patriarca de Veneza desde 1969, é eleito Papa a 26 de Agosto de 1978. Escolhe ser chamado de João Paulo I, homenageando os seus dois antecessores, João XXIII e Paulo VI.

No dia 1 de Setembro de 1978, o recém-eleito pontífice João Paulo I (breve pontificado de 33 dias), no discurso aos profissionais dos media, presentes em Roma para a cobertura do Conclave e inauguração do novo pontificado, faz uma afirmação que merece uma reflexão profunda por parte do corpo académico: «chegar por meio da comunicação a uma comunhão mais verdadeira e satisfatória». Eis as palavras do Papa Luciani:

Conscientes, como somos, da função cada vez mais importante que os meios de comunicação social estão adquirindo na vida do homem moderno. Não se nos ocultam os riscos de massificação que os ditos meios arrastam consigo, com as consequentes ameaças para a interioridade do indivíduo, para a sua capacidade de reflexão pessoal, para a objectividade do seu juízo. Contudo conhecemos também as novas e felizes possibilidades que oferecem os ditos meios ao homem de hoje, de conhecer melhor, de abeirar-se dos próprios semelhantes, de perceber mais de perto as suas ânsias de justiça, de paz, de fraternidade, de instaurar com eles vínculos mais profundos de participação, de entendimento, de solidariedade com horizonte de um mundo mais justo e humano. Conhecemos, numa palavra, a meta ideal para a qual cada um de vós, apesar das dificuldades e desilusões, orienta o próprio esforço; ou seja, chegar, por meio da “comunicação” a uma “comunhão” mais verdadeira e mais satisfatória. (João Paulo I, 1978)

Beato Papa João Paulo II (1978-2005)

O dia 18 de Outubro de 1978 dá início a um novo pontificado, agora protagonizado pelo Cardeal polaco Karol Wojtyła, que será denominado Papa João Paulo II. Nascido a 18 de Maio de 1920, em Wadowice, Cracóvia, Polónia, foi surpreendido pela morte do Papa Luciani, voltando novamente a Roma para tomar parte em novo Conclave. O Papa foi eleito no dia 16 de Outubro e escolheu o nome de João Paulo II.

João Paulo II, no momento da sua apresentação ao mundo, na varanda da Basílica de S Pedro, no Vaticano, anuncia um pontificado “interativo” quando diz: «Falarei italiano, a nossa língua, se me enganar, corrigir-me-eis». Esta relação assim inaugurada será uma constante ao longo de mais de 26 anos.

Em 1990, na Carta Encíclica *Redemptoris Missio*, diz-nos o Papa, no número 37, alínea c):

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 duto povo ateniense, e hoje pode ser tomado como símbolo dos novos ambientes onde o Evangelho deve ser proclamado.

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”. Os meios de comunicação social alcançaram tamanha importância que são para muitos o principal instrumento de informação e formação, de guia e inspiração dos comportamentos individuais, familiares e sociais. As novas gerações, em especial, crescem num mundo condicionado pelos media. 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. O uso dos *mass media*, no entanto, não tem somente a finalidade de multiplicar o anúncio do Evangelho: trata-se de um facto muito mais profundo, porque a própria evangelização da cultura moderna depende, em grande parte, da sua influência. Não é suficiente,

portanto, usá-los para difundir a mensagem cristã e o Magistério da Igreja, mas é necessário integrar a mensagem nesta “nova cultura”, criada pelas modernas comunicações. É um problema complexo, pois esta cultura nasce menos dos conteúdos do que do próprio facto de existirem novos modos de comunicar, com novas linguagens, novas técnicas e novas atitudes.

Durante quase três décadas, o mundo acolheu João Paulo II como se para cada aldeia, vila ou cidade do seu Pároco local se tratasse. O Papa, nas suas 146 viagens apostólicas, visitou 130 países e mais de 600 localidades. Em Itália, realizou 146 viagens e visitou 317 paróquias da Diocese de Roma.

A esta presença física junto dos “paroquianos do mundo”, o Papa João Paulo II acrescentou a utilização das TIC, incluindo os meios próprios das comunicações de massas, rádio e televisão, passando pela tela do cinema, acabando, ou melhor, iniciando uma íntima proximidade com as novas tecnologias de informação e comunicação.

Alguém denominou João Paulo II de “Papa Global”, e de facto, nunca, como neste pontificado, a figura do Papa foi tão presente, física e mediaticamente. E se durante o seu magistério petrino produziu variadíssima documentação sobre as TIC, no seu funeral proporcionou-nos um acontecimento verdadeiramente planetário: o mundo inteiro, desde as populações mais anónimas aos chefes de Estado e de Governo e líderes das mais diversas religiões, sintonizou-se com a Praça de S. Pedro, no Vaticano, para todos viverem este momento único.

Entre 1978 e 2005, foram muitos os documentos e referências de João Paulo II a esta temática das Comunicações. As Mensagens Pontificas para o Dia Mundial das Comunicações Sociais, cujas temáticas se podem consultar no Quadro II, constituem um convite anual do Papa para refletir sobre uma vertente desta área, associando ainda outras questões e acontecimentos das respetivas atualidades.

Quadro II

Mensagens do Papa João Paulo II para o Dia Mundial das Comunicações Sociais

Ano	Tema	Nº
1979	Comunicações Sociais e Desenvolvimento da Criança	13ª
1980	Comportamento activo das Famílias perante os Meios de Comunicação Social	14ª
1981	As Comunicações Sociais a serviço da liberdade responsável do Homem	15ª
1982	As Comunicações Sociais e os problemas dos Idosos	16ª
1983	Comunicações Sociais e Promoção da Paz	17ª
1984	As Comunicações Sociais, instrumento de encontro entre fé e cultura	18ª
1985	As Comunicações Sociais e a promoção Cristã da Juventude	19ª
1986	Comunicações Sociais e formação Cristã da Opinião Pública	20ª
1987	Comunicações Sociais e promoção da Justiça e da Paz	21ª
1988	Comunicações Sociais e promoção da Solidariedade e Fraternidade entre Homens e Povos	22ª
1989	A Religião nos Meios de Comunicação Social	23ª
1990	A Mensagem Cristã na Cultura informática actual	24ª
1991	Os Meios de Comunicação para a Unidade e o Progresso da Família Humana	25ª
1992	A proclamação da Mensagem de Cristo nos Meios de Comunicação	26ª
1993	Videocassete e Audiocassete na formação da Cultura e da Consciência	27ª
1994	Televisão e Família: critérios para saber ver	28ª
1995	Cinema, veículo de Cultura e proposta de Valores	29ª
1996	"Os mass media: areópago moderno para a promoção da mulher na sociedade"	30ª
1997	Comunicar o Evangelho de Cristo: Caminho, Verdade e Vida"	31ª
1998	" Sustentados pelo Espírito, comunicar a esperança"	32ª
1999	"Mass media: presença amiga ao lado de quem procura o Pai"	33ª
2000	"Proclamar Cristo nos Meios de Comunicação Social no alvorecer do novo Milénio"	34ª
2001	"Anunciai-o do cimo dos telhados": o Evangelho na era da comunicação global	35ª
2002	"Internet: um novo foro para a proclamação do Evangelho"	36ª
2003	Os meios de comunicação social ao serviço da paz autêntica, à luz da "Pacem in terris"	37ª
2004	Os mass media na família: um risco e uma riqueza	38ª
2005	Os meios de comunicação: ao serviço da compreensão entre os povos	39ª

Na Mensagem XXIII, datada de 7 de Maio de 1989, cuja temática escolhida pelo Papa foi “A Religião nos Meios de Comunicação Social”, diz-nos João Paulo II, no número 5: «A questão que hoje se coloca à Igreja já não é a de saber se o homem da rua todavia pode perceber uma mensagem religiosa, mas sim a de encontrar as melhores linguagens de comunicação que lhe permitam dar todo o seu impacto à mensagem evangélica» (1989). No ano seguinte, na XXIV Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais, reforça o Santo Padre:

A Igreja deve, evidentemente, valer-se também dos novos recursos oferecidos pela pesquisa no campo da tecnologia do computador e do satélite para a sua sempre mais estimulante tarefa de evangelização. A mensagem vital e mais urgente da Igreja diz respeito ao conhecimento de Cristo e ao caminho de salvação que ele oferece. É isto que a Igreja deve apresentar às pessoas de qualquer idade, convidando-as a abraçar o Evangelho com amor, sem esquecer que "a verdade não se impõe senão pela forma da mesma verdade, que penetra as mentes suavemente e ao mesmo tempo com vigor"». (João Paulo II, 1990)

Refiramos ainda, por último, o número 2 da XXXVI Mensagem Pontifícia datada de 2002:

Sem dúvida, a Internet constitui um novo “foro”, entendido no antigo sentido romano do lugar público em que se decidia sobre a política e o comércio, onde se cumpriam os deveres, se desenrolava uma boa parte da vida social da cidade e se expunham os melhores e os piores aspetos da natureza humana. Tratava-se de um espaço urbano apinhado e movimentado, que refletia a cultura circunvizinha e criava uma cultura que lhe era própria. Isto não é menos verdadeiro no que se refere ao espaço cibernético que é, por assim dizer, uma nova fronteira que se abre no início deste novo milénio. Assim como as novas fronteiras dos outros tempos, também esta está cheia da ligação entre perigos e promessas, e não é desprovida do sentido de aventura que caracterizou os outros grandes períodos de mudança. Para a Igreja, o novo mundo do espaço cibernético é uma exortação à grande aventura do uso do seu potencial para proclamar a mensagem evangélica. Este desafio está no centro do que significa, no início do milénio, seguir o mandato do Senhor, de “fazer-se ao largo”: *Duc in altum!* (Lc 5, 4). (João Paulo II, 2002)

Neste sentido, é importante que a comunidade cristã descubra formas muito especiais de ajudar aqueles que pela primeira vez entram em contacto com a Internet a passar do mundo virtual do espaço cibernético para o mundo real da comunidade cristã.

O facto de, através da Internet, as pessoas multiplicarem os seus contactos de maneiras até agora impensáveis, oferece maravilhosas oportunidades para a propagação do Evangelho. Todavia, é também verdade que as relações mantidas eletronicamente jamais poderão substituir o contacto humano direto, necessário para uma evangelização autêntica, porque a evangelização depende sempre do testemunho pessoal daquele que é enviado para evangelizar (cf. Rm 10, 14-15). Como é que a Igreja orienta a partir do tipo de contacto que se tornou possível pela Internet, para uma comunicação mais profunda, exigida pela proclamação do Evangelho? Como edificamos sobre os primeiros contactos e permuta de informações que a Internet tornou possível?

A Internet faz com que biliões de imagens apareçam em milhões de ecrãs de computadores no planeta inteiro. Desta galáxia de imagens e sons, emergirá o rosto de Cristo e ouvir-se-á a Sua voz? Porque somente quando vir o Seu rosto e ouvir a Sua voz é que o mundo conhecerá a boa nova da nossa redenção. Esta é a finalidade da evangelização. E é isto que fará da Internet um espaço autenticamente humano, porque se não houver lugar para Cristo, não haverá lugar para o homem.

As Mensagens papais têm vindo a reforçar o desafio para a definitiva importância da nossa atenção às TIC e ao seu papel indispensável na missão evangelizadora da Igreja. Sublinhamos, aliás, o modo como João Paulo II nos apresenta a Internet como o “foro romano” dos nossos dias.

Querendo abordar a temática das TIC na sua relação estreita com a Nova Evangelização, o Papa João Paulo II, na Instrução Pastoral *Aetatis Novae*, evocativa do vigésimo aniversário da “*Communio et Progressio*”, no número 11, enfoca de um modo especial a vocação dos Meios de Comunicação Social ao serviço de uma Nova Evangelização:

Além dos meios tradicionais em vigor, como o testemunho de vida, o catecismo, o contacto pessoal, a piedade popular, a liturgia e outras celebrações análogas, o uso dos meios de comunicação tornou-se essencial para a evangelização e para a catequese. Portanto, a “Igreja viria a sentir-se culpável

diante do seu Senhor, se ela não lançasse mão destes meios potentes que a inteligência humana torna cada dia mais aperfeiçoados”. (João Paulo II, 1992)

Os meios de comunicação social podem e devem ser instrumentos ao serviço do programa de reevangelização e de nova evangelização da Igreja no mundo contemporâneo. Em vistas da nova evangelização, será dada uma atenção especial ao impacto audiovisual das comunicações, segundo a máxima «ver, avaliar, agir».

Entretanto, é muito importante para a posição que a Igreja deve tomar em relação aos media e à cultura, e que eles próprios contribuem para elaborar, ter sempre presente que não é suficiente usá-los para difundir a mensagem cristã e o Magistério da Igreja, mas é necessário integrar a própria mensagem nesta "nova cultura", criada pelas modernas comunicações, com novas linguagens, novas técnicas, novas atitudes psicológicas. A evangelização atual deveria encontrar apoio na presença ativa e aberta da Igreja no mundo das comunicações.

A documentação produzida neste pontificado desafia a academia a desenvolver vários estudos e investigações, nomeadamente no campo específico de uma Teologia da Comunicação³. No que concerne às comunidades geradas por todos os que constituem as “redes sociais” mais ou menos planetárias, também a academia deverá dar o seu contributo para a reflexão de uma eclesiologia própria ou não.

O último documento pontifício de João Paulo II é também ele consagrado ao fenómeno comunicacional. Confidencia o responsável pelo Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, Cardeal John Foley, que o Papa lhe solicitou que, aproximando-se o quadragésimo aniversário do documento conciliar dedicado às Comunicações Sociais, *Inter Mirifica*, se preparasse um documento especial evocativo dessa data. Tudo acontece em 2005, já em redor dos episódios de hospitalização de João Paulo II. O Cardeal Foley, compreensivelmente, pensa por momentos que o documento já não será assinado pelo Pontífice. Mas como sempre, o Papa surpreende, e a Carta Apostólica “O Rápido Desenvolvimento” é promulgada a 24 de Janeiro de 2005, data da memória litúrgica de S. Francisco de Sales, padroeiro dos jornalistas.

³ Partilhamos neste sentido um trabalho editado no Canadá, da autoria de Christine Mugridge e Marie Gannon, intitulado *John Paul II – Development of a Theology of Communication*, publicado pela Libreria Editrice Vaticana, de Maio de 2009.

Papa Bento XVI (2005 -)

O cardeal Joseph Ratzinger nasce em Marktl am Inn, Passau, Alemanha, no dia 16 de Abril de 1927. Quando morre o Papa João Paulo II, o Cardeal Ratzinger exerce as funções de Prefeito da Congregação para a Doutrina da Fé, um dos dicastérios, ministérios, do governo do Papa.

Foi eleito Papa no dia 19 de Abril de 2005 e escolheu o nome de Bento XVI, evocando por um lado a figura de S. Bento e por outro o Papa Bento XV que viveu a primeira guerra mundial no coração do seu pontificado, entre 1914-1922.

Com o início de um novo pontificado, agora protagonizado pelo Papa Bento XVI, a questão comunicacional continuará a merecer atenção especial por parte do sucessor de Pedro.

Bento XVI, na sua primeira Mensagem para o Dia mundial das Comunicações Sociais, a do 40º Dia (2006), relembra, na sequência do que havia já sido enunciado por João Paulo II no documento “O Rápido Desenvolvimento”, o tripé onde deve assentar «uma presença construtiva e concreta dos mass media na sociedade», a saber: a formação, a participação e o diálogo.

Na Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais de 2008, o Papa lança uma proposta a que a academia deverá dedicar mais atenção e, quiçá, para a qual deverá dar o seu contributo. Diz o Papa no número 4: «São muitos a pensar que, neste âmbito, seja atualmente necessária uma “info-ética” tal como existe a bio-ética no campo da medicina e da pesquisa relacionada com a vida». (Bento XVI, 2008)

O Papa Bento XVI, na sua Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais em 2009, escolhe precisamente a temática das Novas Tecnologias como contexto de cultura. Diz o Papa:

(...) a evangelização, para ser frutuosa, requereu uma atenta compreensão da cultura e dos costumes daqueles povos pagãos com o intuito de tocar as suas mentes e corações, assim agora o anúncio de Cristo no mundo das novas tecnologias supõe um conhecimento profundo das mesmas para se chegar a uma sua conveniente utilização. (Bento XVI, 2009)

O Papa fala-nos da Geração Digital, a quem dirige de um modo especial a mensagem. Denomina o ciberespaço de nova arena digital, e desafia os jovens versados nas novas tecnologias a serem Evangelizadores do “continente digital”.

Queremos também sublinhar a reflexão que o Papa nos oferece sobre o conceito de amizade. Com o desenvolvimento e globalização do fenómeno das Redes Sociais, existe um aspeto que não é de menor importância, e que por vezes poderá ser menosprezado pelos menos atentos. Cada cibernauta é permanentemente desafiado e convidado a fazer parte de qualquer rede ou comunidade, e muitas destas ofertas denominam os aderentes e membros de “amigos”. Diz-nos Bento XVI:

A verdadeira amizade foi considerada uma das maiores riquezas de que pode dispor o ser humano. Por este motivo, é preciso prestar atenção a não banalizar o conceito e a experiência da amizade. Seria triste se o nosso desejo de sustentar e desenvolver online amizades fosse realizado À custa da nossa disponibilidade para a família, para os vizinhos e para aqueles que encontramos na realidade do dia-a-dia, no lugar de trabalho, na escola, nos tempos livres. (Bento XVI, 2009)

Em Outubro de 2009, o Papa, dirigindo-se aos participantes da Assembleia Plenária do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, evocando o Papa João Paulo II através da Encíclica *Redemptoris Missio*, afirma: «Não é suficiente portanto usá-los [media] para difundir a mensagem cristã e o Magistério da Igreja, mas é necessário integrar a mensagem nesta “nova cultura” criada pelas modernas comunicações». Acrescenta o Papa:

A cultura moderna brota, ainda antes do que dos conteúdos, do próprio facto da existência de novos modos de comunicar que utilizam novas linguagens, se servem de novas técnicas e criam novas atitudes psicológicas. Tudo isto constitui um desafio para a Igreja chamada a anunciar o Evangelho aos homens do terceiro milénio. (Bento XVI, 2009)

Na Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais de 2010, a 44ª, o Papa diz o seguinte: «O mundo digital abre perspectivas e concretizações notáveis ao incitamento Paulino: “Ai de mim se não anunciar o Evangelho!”» (Bento XVI, 2010). O Papa repete o convite da Mensagem de 2009 ao dizer: «Encorajai os responsáveis pelos processos de comunicação a promoverem uma cultura que respeite a dignidade e o valor

da pessoa humana. A Igreja é chamada a uma “diaconia da cultura” no atual “continente digital”». (Bento XVI, 2010)

No dia 21 de Setembro de 2010, o Papa oficializou a criação de um novo Pontifício Conselho, destinado à Promoção da Nova Evangelização, através da Carta Apostólica em forma de *Motu Proprio* “*Ubicumque et Semper*”. Diz Bento XVI, na introdução, parafraseando Paulo VI na Exortação Apostólica *Evangelii Nuntiandi*: «A obra evangelizadora da Igreja tem de procurar constantemente os meios e as linguagens adequados para lhes propor a revelação de Deus e a fé em Jesus Cristo». Entre as tarefas específicas deste novo órgão da Cúria Romana, salientamos um ponto muito interligado com a matéria em análise – podemos ler no artigo 3, número 4: «Estudar e favorecer a utilização das formas de comunicação modernas, como instrumentos para a nova evangelização». (Bento XVI, 2010)

A obra da evangelização entra diretamente em contacto com a cultura – é bom, por isso, reafirmar com força esta perspetiva para que não suceda que o nosso discurso sobre a nova evangelização apareça como estranho ao mundo da comunicação e a nossa mensagem seja anunciada de modo incompreensível para os nossos contemporâneos, afirmou Monsenhor Rino Fisichella, primeiro responsável do novo dicastério romano, numa recente conferência em Espanha para os Delegados Diocesanos das Comunicações Sociais da Igreja Espanhola (Fisichella, 2011). Mais adiante lemos:

Este mundo da comunicação não pode ser considerado somente de modo funcional (...) pensar o mundo da comunicação em termos de pura tecnologia é redutivo e não ajuda a ver o verdadeiro rosto da cultura que ele contém (...). A linguagem que está a nascer através das novas formas de comunicação, necessita ser conhecida, estudada e se possível utilizada, sem atraiçoar a mensagem de que somos portadores. (2011)

A temática escolhida pelo Papa Bento XVI para a sua mais recente Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais, a do ano 2012, é profundamente interpeladora neste contexto de “Silêncio e Palavra: caminho de evangelização”. Afirma o pontífice:

Desejo partilhar convosco algumas reflexões sobre um aspeto do processo humano da comunicação (...) Trata-se da relação entre silêncio e palavra: dois

momentos da comunicação que se devem equilibrar, alternar e integrar entre si para se obter um diálogo autêntico e uma união profunda entre as pessoas. Quando palavra e silêncio se excluem mutuamente, a comunicação deteriora-se, porque provoca um certo aturdimento ou, no caso contrário, cria um clima de indiferença; quando, porém se integram reciprocamente, a comunicação ganha valor e significado. (Bento XVI, 2012)

Mais adiante, afirma Bento XVI:

Quando as mensagens e a informação são abundantes, torna-se essencial o silêncio para discernir o que é importante daquilo que é inútil ou acessório. Uma reflexão profunda ajuda-nos a descobrir a relação existente entre acontecimentos que, à primeira vista, pareciam não ter ligação entre si, a avaliar e analisar as mensagens; e isto faz com que se possam compartilhar opiniões ponderadas e pertinentes, gerando um conhecimento comum autêntico. Por isso é necessário criar um ambiente propício, quase uma espécie de “ecossistema” capaz de equilibrar silêncio, palavra, imagens e sons. (...) Quando falamos da grandeza de Deus, a nossa linguagem revela-se sempre inadequada e, deste modo, abre-se o espaço da contemplação silenciosa. Desta contemplação nasce, em toda a sua força interior, a urgência da missão, a necessidade imperiosa de “anunciar o que vimos e ouvimos”, a fim de que todos estejam em comunhão com Deus (cf. 1 Jo 1, 3) (...) Palavra e silêncio. Educar-se em comunicação quer dizer aprender a escutar, a contemplar, para além de falar; e isto é particularmente importante para os agentes da evangelização: silêncio e palavra são ambos elementos essenciais e integrantes da acção comunicativa da Igreja para um renovado anúncio de Jesus Cristo no mundo contemporâneo. (Bento XVI, 2012)

Bento XVI coloca-nos no coração de todo o processo da comunicação: ambiente, significado, partilha, emissor, recetor, palavra, silêncio, ponderação, comunhão. No capítulo que se segue, vamos percorrer as pegadas das teorias da comunicação, optando pela seleção de alguns autores fundamentais, tais como McQuail, Castells, Baudrillard e McLuhan, para assentar a nossa análise e reflexão.

Quadro III

Mensagens do Papa Bento XVI para o Dia Mundial das Comunicações Sociais

Ano	Tema	Nrº
2006	<i>“Os meios de comunicação: rede de comunicação, comunhão e cooperação”</i>	40 ^a
2007	<i>“As crianças e os meios de comunicação social: um desafio para a educação”</i>	41 ^a
2008	<i>“Os meios de comunicação social: na encruzilhada entre protagonismo e serviço. Buscar a verdade para partilhá-la”</i>	42 ^a
2009	<i>“Novas tecnologias, novas relações. Promover uma cultura de respeito, de diálogo, de amizade”</i>	43 ^a
2010	<i>O sacerdote e a pastoral no mundo digital: os novos meios ao serviço da palavra</i>	44 ^a
2011	<i>Verdade, anúncio e autenticidade de vida, na era digital</i>	45 ^a
2012	<i>Silêncio e Palavra: caminho de evangelização</i>	46 ^o

Um Século de Pronunciamentos Pontifícios sobre os Media

Neste capítulo que agora terminamos, percorremos aproximadamente um século da vida do mundo e da igreja e de um modo especial os pronunciamentos dos Papas acerca dos media.

É particularmente interessante sublinhar que abrimos e fechamos este parêntese temporal de um século com dois Papas que definitivamente nos querem dentro do fenómeno comunicacional, mediático e tecnológico. Defendem uma presença de qualidade, verdadeira e justa. Não querem que recuemos ou que optemos pela ausência. Se Leão XIII exorta à presença forte e quotidiana na imprensa, Bento XVI chama-nos a atenção para a urgente necessidade de preparação e formação para o conveniente uso e presença nos novos media. Também nos recorda que não estamos apenas perante novos instrumentos de comunicação, mas antes perante uma nova cultura que emana do novo paradigma comunicacional que deles nasce. Cada um no seu tempo, não deixam de colocar a Igreja e os Cristãos nos primeiros lugares onde a convivência humana maior amplitude alcança, maior distância.

Na proximidade do Natal de 2011, Bento XVI acendeu remotamente, através do seu Ipad, as luzes do pinheiro que se encontrava a centenas de quilómetros de Roma. Recentemente inaugurou a sua presença no Twitter. Nas últimas Jornadas Mundiais da Juventude, o Papa tem comunicado com os jovens sempre através das mais recentes ofertas que as novas Tecnologias de Informação e Comunicação disponibilizam.

Se devemos ao Papa João Paulo II a definitiva presença neste mundo global, Bento XVI estimula-nos a sabermos estar, com verdade, com qualidade, sem empenharmos ou colocarmos em causa nada do que nos define. De sabermos propor Jesus de Nazaré, o Cristo, na Rede.

É esta presença e este desafio que queremos atestar perante a oportunidade da exortação à Nova Evangelização.

Capítulo 3

DE GUTENBERG À INTERNET MÓVEL

Mais de cinco séculos separam estas duas realidades, a da invenção da tipografia por Gutenberg no século XV, e a da Internet no século XX. Durante este percurso da História, também a Revolução Industrial, nos séculos XVIII e XIX, marcou de modo profundo a sociedade e a cultura do seu tempo. O Papa Bento XVI, numa Mensagem para o XLV Dia Mundial das Comunicações Sociais, afirma:

Tal como a revolução industrial produziu uma mudança profunda na sociedade através das novidades inseridas no ciclo de produção e na vida dos trabalhadores, também hoje a profunda transformação operada no campo das comunicações guia o fluxo de grandes mudanças culturais e sociais. As novas tecnologias estão a mudar não só o modo de comunicar, mas a própria comunicação em si mesma, podendo-se afirmar que estamos perante uma ampla transformação cultural. (Bento XVI, 2011)

A invenção de Gutenberg abriu as portas a uma nova realidade. Passa a ser possível a produção em massa de livros que, até à data, 1450, apenas estavam acessíveis a um conjunto muito restrito de pessoas.

A difusão da Bíblia impressa será mais um desafio colocado à Igreja de Roma. Se é verdade que passa a estar disponível para qualquer leitor, por outro lado não deixará também de ser verdade que o universo dos letrados continuará a ser ainda muito restrito.

O fundador do protestantismo, Martinho Lutero (1483/1546), nascido na Alemanha, vai explorar ao máximo as potencialidades que a tipografia lhe oferece. Os seus escritos e a difusão da Bíblia, na totalidade ou em textos avulso, em línguas e idiomas próprios dos destinatários, serão o alicerce da Reforma. Como afirma Marshal McLuhan, a invenção de Gutenberg será uma verdadeira alavanca para Lutero.

Jacques Barzun, na sua obra *Da alvorada à decadência* (2003), partilha a surpresa do próprio Martinho Lutero quando este recebe do sul da Alemanha as suas 95 teses, impressas, que recentemente tinha afixado, conforme era habitual na época, na porta da Igreja de Todos-os-Santos. Antes de Lutero, nos duzentos anos anteriores, muitos outros ousaram a reforma, mas só então era possível produzir panfletos rapidamente, com qualidade e em quantidades significativas, e a preços acessíveis. Muitos destes panfletos eram ilustrados com xilogravuras, da autoria de Cranach e

Dürer, ajudando a mensagem a chegar junto dos analfabetos, que, cativados pelas imagens, pediam aos amigos que lhes lessem os textos.

Lutero incentiva a impressão dos textos bíblicos e de outros nas línguas vulgares de cada um, dando origem ao que hoje denominamos de popularização de ideias através do primeiro dos meios de comunicação de massas.

Até 1900, ou seja, durante 350 anos, a impressão de obras de carácter religioso ultrapassou sempre a de todas as outras publicações.

Todas as consequências e potencialidades da tipografia são vividas pela Igreja de Roma. Já com séculos de vida, este será mais um desafio a todos os homens e mulheres que a constituem. Mais uma vez, o Espírito que a anima prepara-a para cada tempo e cada novo desafio.

A impressão em massa provocou, de facto, uma mudança efetiva na sociedade, da educação à economia, da política à própria organização social. É sob esta perspetiva, de mudança social e cultural, de alteração de ambiente comunicacional, que nos propomos refletir sobre a evangelização no mundo contemporâneo.

A Comunicação, Massas, Multidão e Público

A palavra impressa rompeu com os vínculos das corporações e dos mosteiros da Idade Média. A escrita, através da intensidade da repetibilidade que a tipografia lhe ofereceu, conduziu aos nacionalismos, como afirma Marshal McLuhan, numa entrevista à *Playboy Magazine*:

O nacionalismo não existia na Europa até ao Renascimento, quando a tipografia possibilitou a todo o homem alfabetizado ver a sua língua materna analiticamente como uma entidade uniforme. A imprensa, por espalhar livros e material impresso produzido em massa por toda a Europa, transformou o vernáculo das línguas regionais em sistemas fechados uniformes de línguas nacionais – apenas mais uma variante daquilo a que chamamos comunicação social – e deu à luz a todo o conceito de nacionalismo. O indivíduo recém-homogeneizado pela impressão viu um conceito de nação como uma imagem intensa do destino do grupo e status. (...) Ao criar uma circulação rápida da

informação, impensável antes da impressão, a revolução de Gutenberg produziu assim um novo tipo de visual centrado na entidade nacional que gradualmente se fundiu com a expansão comercial até a Europa ser uma rede de Estados”. (Março 1969: 7)

Dos monges copistas que elaboravam belíssimas cópias manuscritas de velhos, antigos e valiosíssimos livros, que eram depositários do saber e do conhecimento; das enormes bibliotecas existentes quase exclusivamente em instituições eclesiais, passamos para uma época em que o livro impresso é distribuído massivamente, e as bibliotecas particulares, até familiares, são uma realidade. Abriram-se as portas à comunicação de massas.

McQuail (2003: 4-15) sugere a localização da comunicação de massas de acordo com os diferentes níveis da organização social onde a comunicação acontece. Na base da pirâmide encontramos a comunicação *intrapessoal*, de que é exemplo a reflexão interior. A comunicação do casal ilustra o nível seguinte, o da comunicação *interpessoal*. O nível da comunicação *intragrupal* pode ser ilustrado pela família. Segue-se a comunidade local e / ou associativa que significa a comunicação *intergrupala* ou *associação*. A comunicação do sistema político ou empresarial define a comunicação *institucional* ou *organizacional*. A comunicação alargada a toda a sociedade tem com exemplo a comunicação de massas.

Ao falarmos de comunicação, imediatamente abrimos uma multiplicidade de perspectivas. McQuail define-a como um processo de crescentes pontos comuns ou de partilha de participantes, com base nas mensagens enviadas ou recebidas. Segundo este autor, ao abordarmos a temática comunicacional rapidamente entramos na área da sua relação intrínseca com a sociedade onde se desenvolve e acontece. Surgem então diversas perspectivas e influências, humanidades ou ciências, direita ou esquerda, qualitativas ou quantitativas, subjetiva ou objetiva.

Daqui decorre que as ciências da comunicação terão obrigatoriamente que ser construídas com a interferência de múltiplas influências. Podemos resumir, tendo em conta o critério de McQuail, as três perspectivas principais: estrutural, comportamental e cultural.

A primeira, a estrutural, deriva principalmente da sociologia, recolhendo contributos da história, da ciência política e da economia. O seu ponto de partida é mais centrado na sociedade propriamente dita do que nos media.

A comportamental enraíza-se na psicologia e na psicologia social, não deixando de recolher contributos da sociologia. Se o objeto da perspectiva estrutural era o estudo dos sistemas e das organizações mediáticas, esta dirige o seu enfoque para o comportamento individual na escolha, processamento e respostas às mensagens comunicacionais.

Por último, a perspectiva cultural contextualiza-se no seio das humanidades, da antropologia e da linguística. Questões de sentido e de linguagem, e elementos de contextos sociais e culturais têm sido o seu objeto de estudo primordial.

Se clarificar o conceito de comunicação apresenta tantas e diversas perspectivas e influências, vejamos então o de “massas”, visto que nos debruçamos sobre “comunicação de massas”.

Herbert Blumer (1939) foi um dos primeiros autores, no contexto das ciências da comunicação, a definir formalmente “massa” como um novo tipo de formação social na sociedade moderna. Entendemos aqui “massa” como um conjunto de indivíduos que são reunidos em função do seu interesse por determinado assunto, área ou acontecimento. Esse conjunto pode ser muito diferenciado quanto a classes de pertença, faixas etárias e até localização geográfica, diferentes profissões e culturas. É no fundo um coletivo que resulta única e exclusivamente de uma decisão individual e anónima de pertença e / ou adesão. São anónimos, não interagem fisicamente, encontram-se efetivamente separados.

A massa é diferente de uma multidão, no sentido em que esta se encontra confinada a um local e é organizada, e por vezes até institucionalizada, em torno dos estímulos de quem a comanda. É temporária e raramente se reúne de novo com a mesma composição. Massa é diferente de multidão; então e público?

O público consiste num grupo de indivíduos, circunscrito geograficamente, que se interessa por uma determinada questão, assunto ou causa pública, discute-a e sobre ela toma decisões. Deste processo nasce a opinião pública, uma opinião que resulta da

discussão, da minoria e da maioria. A opinião pública dirige-se sempre à necessidade de dar resposta a uma questão, a tomar uma decisão, mesmo que não seja unânime. Resulta sempre da relação de força entre as várias opiniões e perspectivas de cada membro do público (McQuail, 2003: 43).

Voltemos então à nova indústria em volta do livro e da biblioteca, raiz dos meios de comunicação de massas. A história conduz-nos neste percurso ao fenómeno do jornal.

O principal precursor do jornal será a carta, mais do que o livro. As cartas circulavam com informação e função específica para fins comerciais, diplomáticos e governamentais. O jornal vai estender ao domínio público muitos desses conteúdos e funções. Os primeiros jornais foram na verdade usados para a disseminação de informação, registo, publicidade, divertimento e mexericos.

Vamos depois assistir ao aparecimento de jornais partidários, comerciais, enfim, em cada país e em cada cultura este novo meio de comunicação de massas vai ser, tal como acontece nos nossos dias, um modo de comunicar abertamente e à distância com muitos recetores num curto espaço de tempo (McQuail, 2003: 21).

Ao evocarmos os primeiros tempos dos jornais nesta nossa era do século XXI, pode parecer tratar-se de um assunto ultrapassado. Mas é engano. Ainda em tempos recentes assistimos a um conjunto de episódios em volta precisamente de um jornal, o *News of the World*, britânico, propriedade de um império dos media liderado por Rupert Murdoch, a *News Corp*.

Quais os limites para conseguir obter uma informação, um exclusivo? O caso não é sequer original. Nos primeiros anos do século XX, William Hearst via-se implicado num escândalo que envolveu o *New York American*, utilizando todos os meios para obter informações sobre os negócios de uma empresa petrolífera americana.

Há, no entanto, algo muito específico que diferencia estes dois impérios dos media: o tempo em que cada um vive e desenvolve o seu negócio. Hearst nasceu em 1863 e morreu em 1946. Murdock, atualmente com 80 anos, nasceu em 1931, e desenvolveu o seu império num contexto de globalização e de inovação tecnológica do qual não usufruiu Hearst.

Dos jornais passaríamos ao cinema e ao audiovisual, a rádio e a televisão, e, por fim, às novas tecnologias que são o nosso assunto de estudo. Diz-nos McQuail que estes “novos media”, expressão usada desde 1960, nascem de uma «revolução das comunicações», que se baseia em duas inovações principais: a comunicação por satélite e o aproveitamento dos computadores. São precisamente as potencialidades criadas pela comunicação satélite e pelo computador que desenham a rede.

Se pensarmos que a rede de comunicação mais antiga que conhecemos é a família, a que se segue a comunidade e a aldeia, constatamos, pois, que nos damos bem nas “novas redes”. Esta nova rede tece uma outra malha nos hábitos de circulação da informação, bem como no modo como se organiza a própria sociedade. Tudo parece estar em rede.

As Galáxias de Gutenberg, McLuhan e da Internet

O alfabeto que por volta do ano 700 a.C. a civilização grega nos oferece, constitui uma viragem histórica, percorridos mais de 3 mil anos de experiência e relação comunicacional oral e não alfabética.

Rompemos com um equilíbrio comunicacional aural, de sons, imagens e símbolos, evoluindo, segundo Havelock (1982), para uma “mente alfabética”. Começamos a arrumar o pensamento e a comunicação de modo linear. Ao alfabeto juntam-se, passados séculos, a imprensa escrita e o papel. E, mais tarde, entramos, já no século XV, naquela que é denominada por McLuhan como a Galáxia de Gutenberg (Manuel Castells, 2004, 16).

Como expusemos anteriormente, esta nova era, gerada pelas potencialidades que a tipografia oferece, vai provocar mudanças na sociedade do seu tempo. Vimos já na área do Cristianismo o papel fulcral da impressão em série e a baixos custos na propagação das teses de Martinho Lutero.

O “fator E”, a eletricidade, a eletrónica – denominação Maclhuniana –, associada a esta potencialidade da comunicação de massas, vai também ela, tal como a tipografia, criar um mundo novo de oportunidades. Vai ser possível retomar algum do equilíbrio da comunicação aural que havíamos perdido ou, pelo menos, visto ser abalada

aquando da afirmação do alfabeto. A rádio, o cinema e a televisão vão possibilitar ir muito mais longe do que a simplicidade de um texto escrito. Refira-se que o surgimento de um novo media provoca de imediato a sentença de morte dos que existem. No entanto, não é isso que se verifica; cada indivíduo vai ao encontro do jornal, da rádio, do cinema ou da televisão, consoante a sua disponibilidade de tempo ou espaço. Digamos que complementa as suas necessidades de comunicação e informação com cada um dos diferentes media.

Tal como no tempo vivido por McLuhan, e ainda mais agora, podemos considerar que a Galáxia Gutenberg está ultrapassada como acontecimento de mudança crucial do modo como comunicamos uns com os outros e no modo como fomos capazes de nos organizar como sociedade. Na segunda metade do século XX, a difusão da televisão foi tal que provocou o esboço de uma nova Galáxia, como nos diz Manuel Castells (*A Sociedade em Rede*, 2005: 434). É importante, no entanto, repetir que nenhum dos outros media clássicos, rádio ou jornais, viram o seu protagonismo em risco. Pelo contrário, cada um adaptou-se, alguns mais uma vez, ao novo desafio comunicacional que se lhes colocava. Cada um foi-se transformando e aproximando das necessidades dos seus destinatários. Estamos, pois, a testemunhar uma mudança substancial. De uma produção unilateral de conteúdos para uma massa de destinatários anónimos, os media começam a querer dar resposta a especificidades do perfil dos destinatários, procurando complementar e forçar uma certa parceria, neste caso com o fenómeno comunicacional que agora lidera as atenções, a televisão.

A televisão representou o fim da Galáxia de Gutenberg, ou seja, do sistema de comunicação alicerçado em duas bases fundamentais, a mente tipográfica e a ordem do alfabeto fonético. Castells homenageará McLuhan denominando a nova galáxia que sucede à de Gutenberg como a Galáxia de McLuhan.

A Galáxia McLuhaniana é dominada objetivamente pela televisão. Vejamos a título de exemplo o perfil da utilização dos media nos EUA na década de 80 do século XX: de acordo com o Relatório Nielsen (*A Sociedade de Informação*, 2005: 438), cada lar americano tinha então a televisão ligada 7 horas por dia, com um visionamento efetivo de 4,5 horas diárias por adulto; a rádio era ouvida em média 2 horas por dia, principalmente no carro; o jornal levava 18 a 49 minutos; as revistas 6 a 30 minutos, e

os livros, incluindo manuais escolares, 18 minutos por dia. Em contrapartida, sublinha Castells, 14 minutos por dia são dedicados à interação familiar.

Castells, referindo Cecilia Tichi no seu livro *The Electronic Hearth*, afirma que a televisão modela a linguagem da comunicação em sociedade. Na linguagem televisiva, informação, entretenimento, educação, propaganda, relaxamento e hipnose, tudo se mistura de forma única. Recebemos todas estas mensagens num ambiente tranquilizador e pacífico.

Neste cenário, observemos a minha experiência pessoal das imagens em direto do ataque de 11 de Setembro às Torres Gémeas em Nova Iorque. Nesse dia, estava a almoçar e a ver o *Jornal da Tarde*, em casa, no dito ambiente tranquilizador e pacífico em que recebemos as mensagens. Perante as primeiras imagens, em direto, julguei tratar-se de mais um anúncio a um qualquer produto de Hollywood, porventura uma nova saga de Spielberg.

A tranquilidade do lar em horário de refeição e a assistência passiva ao elenco das notícias levou-me a desvalorizar na totalidade o horror que estava a ser transmitido em direto. O próprio pivô do noticiário da televisão também não arriscava qualquer veredicto sobre as inesperadas imagens recebidas em direto de Nova Iorque, envolvendo as famosas Torres Gémeas. Só algum tempo depois é que todos fomos tomando consciência da realidade transmitida pelas imagens da televisão. Como diz Castells (2005: 442), a normalização das mensagens, em que imagens atroz de guerra real quase podem ser absorvidas como parte de filmes de ação, tem um impacto fundamental: o nivelamento de todo o conteúdo no quadro de imagens de cada pessoa.

De país para país, nomeadamente no ocidente e no espectro dos países desenvolvidos, podemos concluir que, depois do trabalho, os media são a categoria que mais nos ocupa. O trabalho, de facto, é cada vez mais assente nos próprios media – computadores, telefones, faxes, etc. Não trabalhamos ou vivemos meramente com os media mas, como refere Deuze (2012), trabalhamos e vivemos nos media, mergulhados nos media, tornados ambiente profissional, familiar e de lazer, bem na linha do que há décadas McLuhan referiu ao utilizar a metáfora do peixe (nós) na água (media). Na procura de uma resposta sobre os efeitos dos media nos seus utilizadores, os autores divergem entre a passividade acrítica e a influência (Levy, 1997) em vez do impacto.

As ligações entre media e sociedade têm ao longo dos tempos resultado nos mais variados estudos. Uns defendem uma relação de total causa/efeito, e são denominados por Umberto Eco (1991) de «apocalípticos». Outros, como McLuhan, defendem que os media exprimem a estrutura e os conteúdos da sociedade na qual são gerados. Para McLuhan, não podemos falar de um único modelo de sociedade correspondente a todos os *mass media*. Assim, defende dois modelos distintos: o primeiro, da imprensa, cinema e rádio, baseado numa clara distinção de papéis e uma forte ordem hierárquica; o segundo, surge com a televisão e ulteriores comunicações eletrónicas, e baseia-se num sistema horizontal e de forte interatividade.

Descentralização, diversificação e adequação aos públicos-alvo serão objetivos a ter em conta pelos media. O velho sistema dos *mass media* no qual todos assistiam à mesma coisa e ao mesmo tempo vai-se finando. Diz Castells que «(...) não estamos a viver numa aldeia global, mas em domicílios sob medida, globalmente produzidos e localmente distribuídos» (2005: 449). A Galáxia McLuhan era um mundo de comunicação de sentido único não interativo que já não expressa a complexidade da Era da Informação (2005: 450).

Os Estados Unidos da América e a França avançaram com duas propostas de comunicação mediada por computador, CMC, em larga escala: a ARPANET dos EUA e a Minitel francesa. Dirijamos a nossa atenção à ARPANET, que foi a predecessora da internet. Consistiu originalmente numa estratégia militar destinada a possibilitar a sobrevivência das redes de comunicação em caso de ataque nuclear.

A internet virá a ser a Rede das redes. Segundo Castells, passamos de 25 computadores conectados, em 1973, para cerca de 700 milhões, em 2001. A internet conseguiu a mais rápida taxa de penetração algumas vez atingida por um media na história dos EUA – a rádio levou 30 anos a atingir 60 milhões de pessoas, a TV quinze anos, a Internet 3 anos apenas. Milhões de redes de computadores existem hoje em todo o mundo. A coexistência pacífica na Rede de vários interesses e culturas, grande parte de um modo espontâneo, desorganizado e diversificado, assumiu a forma de *World Wide Web* (www), uma rede de redes flexível, onde negócios, associações e indivíduos criam as suas próprias páginas *web*.

Castells, na sua análise às duplas raízes da Rede no mundo militar e no mundo científico, sublinha a decisiva importância do berço universitário para a propagação da CMC: «Na medida em que a CMC prevalece no sistema universitário à escala internacional, os novos licenciados que irão integrar as empresas e as instituições, no início do século XXI, trarão consigo a mensagem do novo *medium* para o centro das sociedades» (2005: 464-65).

Falamos da Rede, mas também sublinhamos o funcionamento em rede de todos os outros media, antigos e novos, jornal, rádio, televisão, internet (email, chats, etc.), telemóvel (*sms*). Temos, pois, perante nós uma pluralidade de media disponíveis na Rede e em rede. São para nós uma oportunidade de partilharmos o que somos e o que queremos, individual e coletivamente.

Estamos perante uma nova galáxia que sucede à Galáxia McLuhan, que por sua vez tinha vindo suceder à Galáxia Gutenberg; estamos agora, por batismo de Castells, na Galáxia Internet, na qual os media possuem propriedades tecnológicas e culturais de interatividade e individualização.

A Sociedade em Rede

Na passagem da era da comunicação de massas para a sociedade resultante do aprofundamento e expansão da web, temos autores que utilizam a expressão “Sociedade de Informação” e outros “Sociedade em Rede”. Se McQuail prefere a Sociedade de Informação, já Castells e Dijk optam pela Sociedade em Rede.

É este fenómeno da rede que qualifica o tempo que vivemos na atualidade. Se voltarmos um pouco atrás, sobre a oportunidade da expressão maclhuniana “Aldeia Global”, em detrimento da expressão “Cidade Global”, temos presentes acontecimentos temporalmente muito próximos. Vejamos dois exemplos: o das rebeliões londrinas e o do grito contra a corrupção vindo da Índia.

Londres assistiu à rápida proliferação da desordem pública, com assaltos, incêndios e mesmo homicídios, conduzidos por multidões de jovens convocados via redes sociais em reação à morte de um jovem durante uma perseguição policial. Várias cidades inglesas tornaram-se cenários de batalha campal. Na Índia, perante a circulação

na rede de convites ou desabafos, convocação de desacatos ou de solidariedade para com um velho octogenário que decide fazer greve de fome contra a corrupção do estado, constatamos a adesão e presença na rua de milhares de aldeões. Em ambos os casos, estamos a falar de uma massa de milhares ou milhões de cidadãos, muitos deles conectados em redes sociais, que nos parecem alienados da vida da “aldeia”. Se destes exemplos passarmos às recentes revoluções em países do Norte de África, ou do Médio Oriente, da denominada Primavera Árabe, verificamos que todas elas passaram pela Rede.

É curioso referir que, tal como no exemplo britânico, em que o Primeiro-Ministro David Cameron⁴ partilhou um projeto-lei que possibilitasse o controlo de Redes Sociais por parte da Coroa quando circulassem conteúdos subversivos, a generalidade dos responsáveis políticos dos países da Primavera Árabe começaram por colocar em offline a web, de modo a estancar qualquer proliferação de mensagens e / ou imagens que comprometessem os respetivos regimes. Ainda na atualidade, temos testemunhado esse expediente na Síria e em parte no Irão.

Os media da galáxia internet, com as suas propriedade de interatividade e individualização, oferecem aos seus utilizadores a possibilidade de criarem comunidades virtuais. Esta realidade é ainda muito recente e desafiará a academia a debruçar-se sobre os seus efeitos a médio e longo prazo.

A Rede oferece a possibilidade de estabelecer laços, muitos ou poucos, de perto ou de longe, a todo o momento. Diz-nos Castells que a comunicação online alenta discussões, permitindo a sinceridade do processo. O custo é a elevada taxa de mortalidade das amizades online, uma vez que um comentário infeliz pode, com um simples clique, cortar a ligação para sempre.

Cada cibernauta tem a cada momento no seu computador, ou noutra plataforma, uma infinita diversidade de convites para ingressar em comunidades online. É principalmente no local de trabalho que estamos ligados às comunidades online a que pertencemos. Pontualmente, somos convidados e convidamos os concidadãos da comunidade para encontros reais, convívios e viagens que convertem as amizades

⁴ David Cameron nasceu em Londres em 1966, é membro do Partido Conservador do Reino Unido, e foi eleito Primeiro-Ministro em Maio de 2010.

virtuais em reais. Ora, este é precisamente um dos problemas ainda de pendente resolução: virtual versus real.

Esta Galáxia Internet testemunha uma fusão dos *mass media* com as potencialidades que a Rede fornece. Nasce, na segunda metade dos anos 90 do século XX, um novo sistema, o Multimédia, que conjuga as diferentes plataformas de comunicação com a interatividade.

O Vice-Presidente dos EUA, Al Gore, na alvorada dos anos 90, o Presidente brasileiro Fernando Henrique Cardoso, em 1995, e Portugal, aquando da presidência rotativa da União Europeia, no ano 2000, são alguns exemplos de protagonistas da corrida dos Estados à conquista das “autoestradas da informação”.

O sistema Multimédia provoca uma revolução na relação tradicional entre emissor/recetor, plataforma/conteúdos, tempo/espço. Cada utilizador, na Rede, gere de modo self-service os seus media, informação ou entretenimento, de manhã ou de tarde, no computador ou na televisão. No sistema Multimédia, em razão da diversidade potencial de conteúdos, a mensagem é a mensagem.

De *o meio é a mensagem*, que ecoou da reflexão de McLuhan, passámos ao legado inicial de Castells, que afirmava que *a rede é a mensagem*. Ao abrir-nos as portas da Galáxia Internet, e do novo sistema multimédia, Castells afirma agora que *a mensagem é a mensagem* (2005: 483).

Castells identifica um padrão social/cultural que deriva deste jovem sistema Multimédia: a diferenciação social e cultural, a crescente estratificação social entre os utilizadores e a integração de todas as mensagens num padrão cognitivo comum.

O utilizador do sistema Multimédia estabelece o seu horário, os seus conteúdos e a sua presença interativa ou simplesmente recetora. Os vários media nas diversas plataformas procuram insinuar-se para que possam ser alvo da escolha, do clique do utilizador. Com o sistema multimédia, o meio perde a preponderância e o relevante é cada vez mais a mensagem. Afirma Castells que a captação da maior parte das expressões culturais em toda a sua dimensão por parte do Multimédia talvez seja a sua característica mais importante.

Testemunhamos o amanhecer da cada vez mais estreita e difícil separação que existia entre os media audiovisuais e os media impressos, a cultura popular e a cultura erudita. Continua, neste sentido, Castells: «Todas as expressões culturais, da pior à melhor, da elitista à mais popular, juntam-se num universo digital que liga, num gigantesco hipertexto a-histórico, as manifestações passadas, presentes e futuras (...) Fazem da virtualidade a nossa realidade» (1996: 488).

É igualmente importante, a este propósito, referir Jean Baudrillard, cuja teorização se tem distinguido na reflexão sobre as fronteiras e os limites do convívio entre a virtualidade e a realidade. Hoje, a simulação não é a simulação de um território, de um ser referencial, de uma substância. É a geração pelos modelos de um real sem origem nem realidade: o hiper-real. É agora o mapa que precede o território. Evocando a alegoria de Borges, o autor afirma que os vestígios são agora do real e não do mapa, o deserto do próprio real. Dissimular é fingir não ter o que se tem. Pretender é fingir ter o que não se tem. O primeiro refere-se a uma presença, e o segundo a uma ausência. Simular rompe com o princípio da realidade. Simular, segundo Baudrillard (1981), é ter o que se não tem. Vivemos num tempo em que se «apaga tudo e se recomeça».

Baudrillard aponta a Disneylândia como modelo de todos os tipos simulacros. Na Disneylândia desenha-se o perfil objetivo da América. Todos os valores são aí exaltados pela miniatura e pela banda-desenhada. Ela existe para esconder que é o país “real”, toda a América “real”. A Disneylândia é colocada como imaginário a fim de fazer crer que tudo o resto é real. Já não se trata de uma representação falsa da realidade (a ideologia), trata-se de esconder que o real já não é o real e portanto de salvaguardar o princípio da realidade.

Para o autor, estamos num universo em que existe cada vez mais informação e cada vez menos sentido. Avança, assim, três hipóteses sobre a hiper-realidade:

- ou a informação produz sentido, mas não consegue compensar a perda brutal do significado em todos os domínios;
- ou a informação não tem nada a ver com o significado, é meramente instrumental;

- ou existe uma correlação rigorosa e necessária entre os dois, na medida em que a informação é diretamente destruidora ou neutralizadora do sentido e do significado. A perda do sentido está diretamente ligada à ação dissolvente, dissuasiva, da informação, dos media e dos *mass media*.

Para o autor, esta última hipótese é a mais importante. Em toda a parte, a socialização acontece pela exposição às mensagens mediáticas. A informação produz uma circulação acelerada do sentido, é dada como criadora de comunicação. No entanto, a informação devora os seus próprios conteúdos. Devora a comunicação e o social. Em vez de fazer comunicar, esgota-se na encenação da comunicação. Em vez de produzir sentido, esgota-se na encenação do sentido. Por detrás desta encenação da comunicação, os *mass media* prosseguem uma desestruturação do real.

Baudrillard associa McLuhan a esta sua reflexão invocando a sua fórmula “o meio é a mensagem”. Com a anulação total dos conteúdos, existe também uma total implosão do médium no real, implosão do médium e do real, numa espécie de nebulosa hiper-real onde a definição e a ação distinta do médium já não são assinaláveis. A fórmula de McLuhan, o meio é a mensagem, fórmula chave da era da simulação, em que o emissor é o recetor – circularidade de todos os polos, fim do espaço panótico e perspectivo –, deve ser considerada no limite dado que, depois de todos os conteúdos e as mensagens se terem volatizado no médium, é o próprio meio que se volatiza enquanto tal.

No fundo, é ainda a mensagem que dá ao médium as suas cartas de apresentação, é ela que dá ao médium o seu estatuto diferente, determinado, de intermediário da comunicação. “O meio é a mensagem” não significa apenas o fim da mensagem mas também o fim do médium. Para Baudrillard, já não há médium no sentido literal do termo, isto é, instância mediadora de uma realidade para uma outra, de um estado do real para outro. Os media são a realidade. A realidade real, passe o pleonasma, é agora um deserto.

Viver na Aldeia Global

Estão prestes a completar-se 50 anos sobre a obra *A Galáxia de Gutenberg*, onde McLuhan utiliza a expressão “Aldeia Global”. Volvido este meio século, constatamos que o autor foi para alguns um verdadeiro profeta no seu tempo. A profecia concretiza-se com o processo de globalização da informação que agora vivemos e testemunhamos. Hoje, nos primeiros anos da segunda década do século XXI, hall de entrada do terceiro milénio da era cristã, temos a sensação que vivemos numa aldeia. Sabemos de tudo e de todos, e ao mesmo tempo. Ultrapassámos a barreira do tempo e das distâncias. A expressão anda de boca em boca, em todas as latitudes e longitudes. É interessante registar aqui duas posições diferentes em relação à atualidade ou não da expressão.

Fernando Ilharco, em 2008, num estudo intitulado “A Interculturalidade e as Novas Tecnologias”, defende a atualidade da expressão “Aldeia Global” em vez de “Cidade Global”:

A expressão aldeia global é de facto sentida por nós como mais apropriada para caracterizar os tempos que correm do que a de cidade global. E em que é que uma aldeia é diferente de uma cidade? (...) no tempo contemporâneo, em que é que as cidades cosmopolitas de hoje, a rede global das cidades, se assemelha a uma aldeia? (...) o que assemelha o mundo global de hoje a uma aldeia é o acesso à mesma informação. Na aldeia todos têm acesso à mesma informação, tal como hoje acontece nesta “Aldeia Global”. Um local emocional, acústico, simultâneo, de participação e envolvimento constante. (2008: 151-152)

Denis McQuail, numa entrevista a um jornal diário português (*Diário de Notícias*, 2003), afirma que o facto de a expressão continuar a ser utilizada e divulgada poderá dar-lhe alguma razão de ser; no entanto, considera que a época de desmassificação que vivemos e a complexidade da sociedade atual, põem em causa toda a teoria de massificação. É a própria ideia de “Aldeia Global” que já não nos diz muito.

Já Zbigniew Brzezinski (1997), da Universidade de Columbia, prefere a expressão “Cidade Global”. A conotação de retorno à comunidade e à intimidade que está ligada à aldeia parece-lhe pouco adaptada ao novo enquadramento internacional. A malha das redes desta sociedade que ele denomina de “tecnocrónica”, com o computador, o televisor e as telecomunicações, está a transformar o mundo num

«novo de relações interdependentes, nervosas, agitadas e tensas» e, por isso, aumenta o risco do isolamento e solidão do indivíduo. Segundo ele, a primeira “sociedade global” já está implantada, e são os Estados Unidos da América.

O Meio é a Mensagem

Na sua obra *Compreender os Meios de Comunicação – Extensões do Homem*, McLuhan apresenta algumas das suas teses mais mediáticas e polémicas. “O Meio é a Mensagem” é uma delas. Para o autor, as mudanças tecnológicas estão no centro da história e da civilização, sendo os meios extensões dos nossos sentidos humanos, considerando por essa razão que “o meio é a mensagem”, na medida em que determina o carácter do que se pretende comunicar (Ferin, 2009).

Estando nós a estudar o repto da Nova Evangelização neste tempo novo que vivemos, é particularmente interessante deixar registado neste trabalho uma resposta de McLuhan a Pierre Babin, publicada no livro *Era Electrónica, Um Novo Homem, Um Cristão Diferente*:

De facto é só no plano do cristianismo vivido que o médium é realmente mensagem. É apenas a este nível que o fundo e a forma se encontram. E tal é também verdadeiro para a Bíblia: frequentemente falamos do conteúdo da Sagrada Escritura pensando que o conteúdo constitui a Mensagem. Nada disso. O conteúdo é toda a pessoa que lê a Bíblia: ora ao lê-la alguns “compreendem-na”, outros não. Todos utilizam a Palavra de Deus, todos são o conteúdo, mas apenas um pequeno número consegue discernir verdadeiramente a mensagem. A mensagem não é constituída pelas palavras, mas pelos efeitos na pessoa. É a conversão. (1978:85)

Meios de Comunicação Quentes e Frios

McLuhan defende que cada novo meio de comunicação provoca diferentes efeitos nos seus destinatários. A rádio e o telefone provocam e consubstanciam diferentes reações e efeitos nos seus destinatários, bem como nas suas práticas culturais e até de organização e estruturação social.

O autor propõe assim a noção de meios quentes (*hot*), e de meios frios (*cold* ou *cool*). O meio quente é aquele que, em geral, estende ou prolonga um único sentido em «alta definição», um modo de ser plenamente saturado de informação, enquanto o meio frio, em «baixa definição», exige do destinatário um processo de preenchimento sensorial. O telefone, a fala, são meios frios porque exigem uma grande participação do destinatário. Pelo contrário, o rádio e o cinema são meios quentes porque exigem pouca participação. Os efeitos de um meio quente, como o rádio, e os efeitos de um meio frio, como o telefone, são muito diferentes. Os meios quentes permitem uma participação menor, ao passo que os frios exigem uma maior participação e envolvimento.

Retorno à Tribo

McLuhan refere um exemplo ilustrativo do impacto de um meio quente que sucede a um frio. Quando os nativos australianos receberam um machado de guerra de aço das mãos dos missionários, a sua cultura, baseada na pedra, entrou em colapso. Os missionários ofereceram às mulheres e crianças centenas de machados de aço afiados. Os homens viram-se obrigados a pedi-los emprestados às mulheres, o que levou a um colapso da própria organização hierárquica social. Uma hierarquia tribal e feudal desmoronou-se perante a adoção do meio quente (o machado de aço). Continua o autor referindo que o dinheiro, a roda, a escrita, a aceleração das trocas e da informação, todos vieram provocar uma fragmentação da estrutura tribal. Do mesmo modo, a aceleração, bastante maior, como a da eletricidade, pode contribuir para restaurar um padrão tribal. As tecnologias especializadas destribalizam; a tecnologia elétrica não especializada, que atinge a linguagem e a informação e, por isso, todo o tipo de atividades humanas, retribaliza.

Capítulo 4

NOVA EVANGELIZAÇÃO: DO CLIQUE AO TOQUE

Do telégrafo ao iPhone, dos discos em vinil ao MP3, da fotografia ao cinema, da televisão ao LCD, do livro ao eBook, tudo mudou e rapidamente; melhor ainda, muda. Em pouco mais de um século, usufruímos de tecnologias há muito pouco tempo impensáveis, apenas disponíveis em qualquer filme de ficção científica.

Nestes capítulos, fomos traçando o percurso sócio-cultural sulcado pelos efeitos dessas mesmas novidades de comunicação. Do indivíduo à sua família, da família à aldeia, da aldeia ao mundo global, e novamente o regresso ao indivíduo, agora, fruto da tecnologia, com o mundo na mão, ou melhor, à distância de um clique.

No Natal de 2011, testemunhei um acontecimento que ilustra a vivência hiper-real (Baudrillard) dos agora denominados nativos digitais – a retribalização dos jovens, segundo McLuhan. Apesar da terminologia dos nativos digitais não ser de todo unânime, como já referimos, utilizamos a proposta de Prensky (2001) que situa os nativos digitais nas gerações nascidas a partir da década de 90 do século XX, ainda que existam autores, como Helsper e Enyon (2010), que criticam este critério exclusivamente etário.

No final do jantar de Natal, em 2011, distribuí as prendas aos adolescentes presentes em meu redor. A todos ofereci presépios construídos por artistas artesãos, cada um deles concebido com materiais distintos. Ao mais jovem do grupo, certamente com menos de 10 anos de idade, calhou em sorte um presépio, de forma retangular, pintado sobre duas placas que, deslizando uma sobre a outra, permitiam visualizar dois momentos distintos, antes e depois do nascimento do menino Jesus. O jovem ficou inicialmente contente com a possibilidade de interagir com o presente fazendo deslizar as placas, mas foram poucos os segundos de alegria. Passados esses momentos, o jovem começou a clicar sobre cada uma das imagens que estavam pintadas, e nada acontecia. Insistia com os cliques, nada acontecia, e de imediato desistiu do presente.

Este jovem, aluno do ensino primário, vive o choque entre as suas aptidões digitais e a oferta analógica que quotidianamente lhe é destinada, principalmente na escola. Paraphraseando McLuhan em relação aos jovens americanos da geração da televisão, nos anos 60, hoje um jovem chega ao ensino primário dominando um conjunto de tecnologias de comunicação que normalmente não encontram estímulo no sistema de ensino, e o choque com o quadro negro a giz é ainda uma realidade. O

mundo deste nativo digital é um mundo sensorial, totalmente estimulante, no qual os seus sentidos são desafiados consecutivamente, desde a visão à audição e ao tato. De um quotidiano dominado pelos videogames, pela TV, pelos computadores e por todo um universo de tecnologias, chega à escola e tem de estar sentado, quieto e calado, a visionar um adulto que escreve num quadro e lhe tenta ensinar a sequência e a conjugação das letras do abecedário... É o nativo digital com a sua matriz sensorial aural em choque com o não nativo digital, com a sua matriz de pensamento linear e alfabético.

São os nativos digitais que nos desafiam como Igreja para a exigência de novas fórmulas de evangelização. O mesmo choque que porventura testemunhamos na sala de aula, encontramos também nas sessões de catequese e porventura nas diversas celebrações destinadas a estes jovens. Em cada era, a Igreja sempre focou a sua redobrada atenção na leitura dos sinais dos tempos. Este tempo é particularmente desafiante porque vivemos a fronteira com uma nova cultura que emana destes novos meios de comunicação, que alteram ou extinguem muito do equilíbrio sensorial e de percepção a que a geração dos não nativos digitais estava habituada no tempo e espaço do circuito comunicacional.

Assim, a presença eclesial nas novas plataformas de comunicação deve procurar estimular os vários sentidos; os nativos digitais são sensíveis a toda a comunicação que lhes estimule a visão, a audição e o tato – estão disponíveis, à espera de fluxos comunicacionais e informacionais multissensoriais. Eles exercitam estas capacidades várias horas durante o dia, nas consolas, nos jogos, nos computadores e mesmo na visualização da televisão, também ela cada vez mais interativa. Cada nativo digital “serve-se” do que quer no momento que mais lhe convém.

Estes destinatários sentem-se atraídos por todos os encontros que incluam ouvir e falar simultaneamente e interação com ecrãs, já que muitas das suas tarefas diárias passam pela utilização de ecrãs. As catequese lúdicas, as músicas, tudo o que se aproxime da estimulação diversificada dos sentidos, que corresponda às aptidões de comunicação aural, constitui um ambiente cativador para os nativos digitais. É certo que a nós, não nativos digitais, nos faz alguma confusão que os nativos digitais sejam capazes de, em simultâneo, ouvir música, ler num ecrã e jogar playstation. Mas a

realidade das capacidades comunicacionais dos nativos digitais é cada vez mais essa. Os novos métodos e as novas expressões que procuramos para o anúncio sempre renovado, sempre novo, do Evangelho, passará cada vez mais por sabermos estimular de modo difuso os vários sentidos.

Como Igreja, estamos prestes a começar a evocar os 50 anos do II Concílio Vaticano. Desta reunião magna e das preocupações dos Papas Paulo VI e João Paulo II, recebemos um mandado que nos desafia urgentemente para a Nova Evangelização: lembro as palavras do Beato João Paulo II, «nova no ardor, nos métodos e nas expressões». Foi exatamente aqui que quisemos “enxertar” esta nossa reflexão sobre a relação entre as novas tecnologias de informação e comunicação e a Nova Evangelização. O apelo do “Papa Global” atinge o âmago desta reflexão.

Como já anteriormente referimos, o Papa João Paulo II utilizou e usufruiu, como nenhum outro pontífice, das potencialidades oferecidas pelas tecnologias de informação e comunicação. Não é necessário recuar muitos anos para que cheguemos a um tempo em que o Papa apenas era visto e reconhecido por parte dos peregrinos que rumavam a Roma. Ainda tenho presente na memória os relatos de alguns jovens padres da Diocese do Porto que na primeira metade do século XX eram estudantes em Roma e que pela primeira vez viam o Papa. João Paulo II, o “Papa Global”, conseguiu ser próximo de todos através dos media e através das suas centenas de viagens pelo mundo inteiro. Derrubou barreiras de tempo e de espaço. É o nosso percursor nesta viagem da Igreja pela Galáxia Internet. Foi verdadeiramente o Pároco do Mundo Digital.

Talvez nunca como hoje a figura do sucessor de Pedro foi tão globalmente conhecida, nomeadamente o seu rosto e a sua voz. Em qualquer país ou nação, do norte ou do sul, do ocidente ou do oriente, a figura do Papa, o seu testemunho, a sua palavra, os seus desafios são ouvidos, acolhidos diretamente por milhões de homens e mulheres em todo o mundo, cristãos católicos ou não. O Vigário de Cristo ganhou uma familiaridade com a humanidade que estamos ainda longe de saber avaliar o quão profundamente significativa será. Lembro-me de uma viagem do Papa João Paulo II a África, em que apesar de a maioria dos destinatários não entenderem as palavras proferidas pelo Papa, o acolhimento e acompanhamento que lhe fizeram durante toda a

visita foi profundamente familiar e amigo, o Papa era acolhido com toda a carga aural, o que viam, ouviam e tocavam.

Se nos situarmos no “continente digital”, o Papa é o “Pároco” de todos os membros da comunidade digital. Sublinhamos o esforço de Bento XVI em estar presente nos vários idiomas e nas diversas plataformas. Bento XVI acompanha sempre os nativos digitais, está sempre à distância de um clique. E assim tem de ser. Os nativos digitais vivem um desafio que urge disciplinar. Para eles, tudo tem de ser imediato. Tudo tem de estar à distância do tal clique. Se não estiver, se porventura estiver offline, desistem e “navegam” para outras águas. Eles transportam este imediatismo da internet para as suas vidas “reais”, onde querem que tudo aconteça à mesma velocidade do clique. Da família às relações de amizade, namoro ou noivado, nos projetos académicos e / ou profissionais, falta-lhes capacidade de dar “tempo e espaço”, esse mesmo tempo e espaço que a Galáxia Internet extinguiu, ou quase extinguiu. A presença eclesial à distância de um clique pode ser a oportunidade de os ganhar, de os cativar para uma relação com alguém, Jesus de Nazaré, o Cristo, que os apanha interiormente e coloca perante a verdade das suas vidas “reais”. A *world wide web* é mar para lançarmos redes e pescarmos estes nativos digitais que aí se movem e vivem.

E é este mesmo mundo que continua a ouvir as palavras de Deus plasmadas no Génesis, «dominai a terra». Em trabalho académico realizado no contexto da licenciatura em Teologia, debruçámo-nos precisamente sobre este mandado e a sua interpretação. Uns defendem que daí derivou a declínio ambiental, o homem sentiu-se enviado a destruir o planeta em razão desse “domínio”. Outros, onde nos incluímos, defendem que esse domínio é traduzido como Amor, Proteção, Cuidado. É este zelo pela terra, pela casa comum, que leva o homem de cada tempo a empenhar-se na investigação e na oferta de novas potencialidades da técnica ao serviço da melhoria das condições de vida de todos. E a questão que nos ocupa é exatamente esta, como tirar partido desta realidade tecnológica na evangelização deste tempo.

Ao percorrermos as diversas galáxias nomeadas por Castells – a Galáxia Gutenberg, a Galáxia McLuhan e a Galáxia Internet –, sublinhamos muito engenho e muita entrega humana, que resultaram numa ampliação impensável do alcance do anúncio do evangelho. Se todos temos consciência dos muitos homens e mulheres a

quem ainda não foi anunciado Jesus de Nazaré, o Cristo, o mesmo se poderá dizer das multidões a quem chega hoje esse anúncio graças às novas tecnologias de comunicação. A Galáxia Internet oferece-nos uma cobertura quase total do território do planeta. Todo o território, mesmo que hiper-real, está à distância de um clique. E não precisamos de nos afastar muito, na nossa própria casa, rua ou bairro; podemos estar digitalmente próximos daqueles de quem fisicamente somos apenas vizinhos. Será agora oportuno desviarmos a nossa atenção para os milhões de homens e mulheres que estão ainda muito longe desta Galáxia Internet. Aliás, devemos ao Sumo Pontífice a chamada de atenção para estes milhões de potenciais info-excluídos.

A evangelização de cada tempo tem sempre a preocupação e sensibilidade de ir ao encontro de todos, através das várias intermediações que cada tempo nos oferece. O resultado final que queremos atingir em relação a cada nativo, ou não nativo, digital é proporcionar-lhes um encontro pessoal com Cristo. São muitos os milhões que aguardam essa proposta de encontro na internet, mas são também milhões os que aguardam a chegada dos “abençoados pés que anunciam o Senhor”. Se o toque do clique nos pode ligar a uma infindável panóplia de relações, o toque, olhos nos olhos, coração a coração, arrebatá-nos totalmente para uma relação que verdadeiramente interessa e salva. O toque no manto de Jesus de Nazaré que aquela mulher ousou dar, mudou-lhe radicalmente a vida. Do clique ao toque. Da tecnologia à evangelização. As relações eletrónicas não substituem o contacto humano direto. A evangelização depende sempre do testemunho pessoal.

É neste contexto que queremos enquadrar as permanentes ofertas das tecnologias de informação e comunicação. Tudo acontece muito rapidamente; pouco mais de cem anos passaram sobre as primeiras filmagens do Papa Leão XIII e do Vaticano, realizadas por um agente dos Irmãos Lumière, estávamos então em 1896. A primeira radiomensagem é já da iniciativa da encomenda do Papa Pio XI a Marconi. Proclamou o Papa na Rádio Vaticana: «Dirijo-me “através dos céus a todas as gentes e a toda a criatura”». A invenção marconiana revolucionava, e de que modo, a expansão da mensagem.

Todas estas descobertas e aplicações que alteravam permanentemente a estrutura, dita clássica, das comunicações, foram carinhosa e definitivamente acolhidas

no coração do sucessor de Pedro – um “Dom de Deus”, foi deste modo que o Papa Pio XII as nomeou. Se sem dúvida alguma são fruto do empenho e da investigação humana, são antes de tudo o mais “dom de Deus”. São estes dons que a Igreja jamais deixou de acolher e utilizar, muitas vezes de modo inaugural. Num encontro com profissionais da IBM, o Beato João XXIII diz-lhes: «A Igreja ama e agradece os progressos do computador e da eletrónica».

Parte significativa dos destinatários do anúncio da Boa Nova são agora Nativos Digitais. Como nos diz Bento XVI, o anúncio de Cristo no mundo das novas tecnologias supõe um conhecimento profundo das mesmas para se chegar a uma conveniente utilização. É crucial ganharmos plena consciência da nova cultura gerada na Galáxia Internet. Novamente Bento XVI nos esclarece: a nova cultura brota, ainda antes dos conteúdos, do próprio facto da existência de novos modos de comunicar que utilizam novas linguagens, se servem de novas técnicas e criam novas atitudes psicológicas.

Há já algum tempo que ultrapassámos a perspetiva simplesmente instrumental no modo como acolhemos as novas tecnologias de informação e comunicação. O responsável pelo Conselho Pontifício para a Promoção da Nova Evangelização, Monsenhor Fisichela, não deixa de ressaltar: este mundo da comunicação não pode ser considerado somente de modo funcional. Que desafio nos apresenta esta nova cultura onde vivem os nativos digitais?

Como nos diz Castells, a comunicação em sentido único, não interativa, já não expressa a Era da Informação; o que verdadeiramente caracterizava a Galáxia MacLuhan já não corresponde ao tempo e cultura em que vivemos. Aliás, não seria necessário dizer que muito menos corresponde ao que definia a Galáxia Gutenberg. Vivemos agora, como muito bem diz Castells, em domicílios globalmente produzidos e localmente distribuídos.

Tentemos acompanhar o quotidiano deste nativo digital a que nos dirigimos. Ele veste a camisola das duas grandes características da Galáxia Internet: a interatividade e a individualização. Este Homem tem necessidade de ser estimulado permanentemente em todos os seus sentidos. Como que no regresso à aldeia da tribo, todos os sentidos estão em alerta máximo. É muito interessante referirmos que este nativo sente-se muito

bem nas nossas vetustas catedrais. São muitos os elementos que o interpelam. Se naquele tempo eram oportunidade de catequisar os iletrados, hoje correspondem à necessidade de permanente interatividade. As imagens, os vitrais, as cores das flores e dos paramentos, o incenso, os painéis ilustrados, enfim, há uma multiplicidade de elementos que ativam o circuito aural de comunicação. Pelo contrário, algumas das novas construções provocam um choque muito evidente nesta interatividade, com paredes lisas e brancas, tudo muito vazio, sem intermediários – não é fácil a um nativo digital sentir-se acolhido no meio deste vazio sensorial.

Em Novembro de 2010, tive a oportunidade de participar na celebração de Dedicção da Basílica da Sagrada Família, em Barcelona. A celebração foi presidida pelo Papa Bento XVI. Se vista de fora é já um permanente jogo de perguntas e respostas, ao entramos sentimos um bombardeamento de todos os sentidos. As cores, as dimensões, as ilustrações, tudo nos interpela e desafia, é como se estivéssemos dentro de um jogo de 3D. Terminada a celebração, foi o regresso a casa. Poucos meses depois, foi possível uma visita guiada – a mesma sensação, tudo nos interpela. A guia foi-nos explicando cada pormenor, cada intenção, cada estímulo visual e sensorial. Foi um feedback perfeito, nada está ao acaso, tudo tem razão de ser e quer transmitir alguma coisa. É um livro de catequese aberto no qual podemos circular pelo seu interior. Não sei se o arquiteto Gaudi queria dar resposta a esta necessidade de estimulação sensorial permanente dos nativos digitais, mas a verdade é que cumpriu também essa missão. Olhando para algumas igrejas com as suas paredes forradas a azulejos que fazem permanente catequese, claustros de catedrais e mesmo pinturas e esculturas que narram a Via Sacra, são tudo elementos atrativos para os nativos digitais.

A inadaptação dos lugares pode também ser sinalizada nas sessões de catequese e nas celebrações em que participam ou são convidados a participar. Refiro como exemplo sensorialmente estimulante o trabalho que é desenvolvido pela Comunidade de Taizé. Nos seus momentos de oração, nada é deixado ao acaso. As cores, os sons, os cânticos sabiamente intercalados com silêncio, a disposição física dos presentes, tudo corresponde às necessidades da comunicação dos nativos digitais.

Se a interatividade é uma das características destes nativos, a outra é o individualismo, e este deve ser para a Igreja motivo de redobrada atenção. Aliás, o Papa

Bento XVI tem sido incansável nos seus alertas. O centrar em mim mesmo de todas as atenções, o distanciamento de tudo o que diz respeito ao outro, que em boa parte é facilitado pelo carácter imaterial do ambiente digital, tudo isto dilui, volatiliza o outro, o próximo, e, conseqüentemente, a pessoa.

Aproveitemos como exemplo o fenómeno do Facebook. Esta é apenas uma das redes sociais a que os nativos digitais aderem. Criada em fevereiro de 2004 pelo jovem universitário Mark Zuckerberg e outros colegas, tem atualmente, em 2012, mais de 845 milhões de utilizadores. Nesta rede, os jovens são convidados a colecionar “amigos”, segundo o mote de que, quanto mais amigos, mais satisfação. Alguns ídolos dos jovens, do desporto, do cinema e da ficção chegam a atrair milhões de “amigos” virtuais.

Fruto da profunda atenção do pontífice a esta matéria, Bento XVI exorta os jovens e os educadores a saberem cultivar nas suas vidas reais as verdadeiras amizades, as que nascem e se alimentam, olhos nos olhos, coração a coração. Que estas amizades “facebookianas” não aconteçam à custa da nossa disponibilidade para a família, para os amigos e para com os vizinhos.

Jesus de Nazaré constituiu a sua própria rede, fez-se acompanhar de um pequeno grupo, os 12 apóstolos, e juntos foram percorrendo caminhos, testemunhando experiências, encontros, milagres. Enfim, eram amigos. E não podemos desligar-nos desta experiência do grupo dos nossos amigos. São aqueles com quem choramos, com quem rimos, com quem partilhamos as vitórias, onde ultrapassamos as derrotas. Antes de dizerem o que pensam ou querem, nós já o sabemos. McLuhan afirmava que o aparecimento do automóvel tornou o vizinho dispensável, fora de moda. Temo que os “amigos” digitais desvalorizem a importância do amigo, do encontro pessoal, olhos nos olhos, coração a coração.

Muitas vezes ouvimos os pais partilharem a sua preocupação por não conhecerem qualquer amigo dos seus filhos, nem nunca os verem “brincar”, distraírem-se com os filhos dos vizinhos. Isto apesar das centenas ou milhares de amigos registados nas redes sociais de que fazem parte. Estes jovens, nativos digitais, valorizam muito a presença online, daí que estejam permanentemente a trocar mensagens por telemóvel e em comunicação via qualquer rede social. Temos de os conquistar para a riqueza do contacto pessoal. Para o equilíbrio entre o clique e o toque. Sabemos que o seu mundo

tem muitas vezes as coordenadas das polegadas dos ecrãs que têm no seu quarto. Sabemos o quanto as suas identidades estão cada vez mais plasmadas com qualquer IP dos seus registos informáticos. Alguns incidentes escolares, mediatizados, têm no centro da discussão o telemóvel. Se para um não nativo digital o telemóvel é uma peça dispensável, para alguns nativos digitais o telemóvel, o estar permanentemente online, é o prolongamento deles próprios. Lembrando McLuhan, são extensões deles próprios. Não entendem que lhos tirem ou que devam estar offline.

Um dos comuns PowerPoints satíricos que circulam abundantemente por email apresenta uma sala onde decorre um velório: uma sala grande, um caixão, duas pessoas na sala, e centenas de cadeiras vazias. Diziam as pessoas uma para a outra: “Com tantos amigos no Facebook, pensámos que encheria a sala”. Este é o cerne da questão. A presença da Igreja no mundo digital não substitui o nosso testemunho pessoal, direto. Pelo contrário, é também este o argumento de Castells quando constata que muitas das redes de pertença digital se alicerçam mais fortemente quando originam encontros reais, pessoais, entre os membros da rede. Um churrasco, um passeio, uma viagem, são atividades que frequentemente fortalecem a rede social digital.

A nossa presença na Rede será oportunidade de encontro. A nossa ausência significará o encontro perdido. Estamos lá, e cada vez com maior qualidade e quantidade, para proporcionarmos aos nativos digitais um encontro com Jesus de Nazaré, o Cristo. As tecnologias de informação e comunicação não são a salvação, nem a nova pólvora; são, sim, geradoras do novo caldo cultural onde nos movemos. Já alertava o Papa Paulo VI: a igreja viria a sentir-se culpável diante do seu Senhor se não lançasse mão destes meios potentes.

Na homilia da eucaristia a que presidiu no Porto, a 14 de Maio de 2010, Bento XVI desafiava-nos a estarmos sempre disponíveis para partilhar as razões da nossa esperança, Jesus de Nazaré, o Cristo. E interpelava-nos repetindo as palavras de Pedro: «Nada impomos, propomos». Nesta Galáxia Internet, onde propomos e a quem propomos?

No fim do século XIX e início do século XX, ficou bem evidente a necessidade de uma presença forte e eficaz na imprensa através das encíclicas de Leão XIII, nas quais o Papa não deixou de exortar os cristãos à criação de uma “boa imprensa” que

fizesse frente à “má imprensa” que diária e permanentemente atacava a Igreja Católica e o Papa, e daí resultou a existência em todo o mundo católico de centenas de títulos cuja apologética católica era o seu fim primeiro. Nesta já segunda década do século XXI, se a urgência de uma apologética católica não parece tão evidente, a proposta e o testemunho católico nas redes é fundamental. A isso nos têm exortado permanentemente os últimos pontífices. Podemos dizer que, desde o II Concílio Vaticano, nos últimos 50 anos, temos assistido a um crescendo de convite a uma presença e a uma efetiva e inadiável atenção à nova cultura que daí tem derivado.

A Quem Propomos? Quando e Onde Propomos?

A todos os homens e mulheres de cada tempo e lugar. Neste mundo globalizado em que vivemos, a proposta cristã nunca foi tão amplamente divulgada. Se ainda não chegou a todos, nunca chegou a tantos como hoje.

Continuamos a propor Cristo, em casa, na rua, no bairro, na comunidade. E quais são as coordenadas destes locais que elencamos? Qual é a minha comunidade, é onde vivo fisicamente ou onde estou ligado (online)? O Bispo do Porto, D. Manuel Clemente, costuma referir que nunca como hoje as pessoas tiveram dificuldades em responder à pergunta: de onde é? Nascemos numa localidade, crescemos noutra, porventura frequentamos os diferentes níveis escolares em terras distintas, e ultimamente até mudámos de residência algumas vezes por razões profissionais próprias ou da família. De onde sou? Se acrescentarmos o que referimos em relação aos nativos digitais e ao seu mundo acontecer no seu quarto, a resposta fica ainda mais difícil. O que fizemos ao tempo e ao espaço que as novas tecnologias de informação e comunicação nos pouparam? Como vivemos a questão tecnológica de modo a que ela não implique deixarmos de ser o que somos?

A presença eclesial na Galáxia Internet tem de corresponder a estas questões. Acima de tudo, temos de cultivar uma presença de verdade e autenticidade. O Papa Bento XVI tem, renovadas vezes, exortado os jovens do “continente digital” a testemunharem a verdade e autenticidade dos seus perfis. Quem é que se esconde por detrás de um perfil numa rede social? Os cristãos católicos têm o mandado de pugnar por essa presença verdadeira. Este mundo digital facilmente distorce a realidade ao

ponto de perdermos o rasto da verdade que porventura existiu no início de qualquer navegação. São muitíssimos os relatos de presenças equívocas com consequências gravíssimas para as vidas dos nativos digitais e seus familiares. A nossa imagem de marca na Rede terá de ser de Verdade e Autenticidade. Não me escondo atrás de qualquer perfil ou informação menos precisa. Estou sempre disponível a partilhar as razões da minha esperança, Jesus.

Na origem desta reflexão está a afirmação de McLuhan, “o Meio é a Mensagem”. Pelas mãos de Castells, fomos assimilando que a conjugação da computação com a comunicação satélite ofereceu-nos um novo paradigma, em que “a Rede é a Mensagem”. Da organização da sociedade à economia, tudo parece passar pela Rede. O segredo é o trabalho em Rede. O multimédia aparece como novo paradigma ao ponto do mesmo Castells alterar o seu paradigma. Com a realidade multimédia, o Meio perde a preponderância, cada utilizador procura o que quer, onde e quando quer. A Mensagem é a Mensagem – a sociedade da informação não é a sociedade dos informados, mas a das informações, das mensagens por todo o lado, infinitas, a circular a todo o momento. A informação é um contexto sensorial e cultural.

A oportunidade da Nova Evangelização também acontecer neste mundo multimédia é óbvia. E para Jesus de Nazaré não é novidade alguma. Como o próprio McLuhan afirmou, só em Cristo coincide plenamente o Meio e a Mensagem. Digamos que em Jesus de Nazaré, o Cristo, com Ele, o Mensageiro é a Mensagem. Daqui resulta a obrigatoriedade do encontro pessoal, cada dia, cada domingo, cada momento. Quando entendermos isso, diz-nos McLuhan, acontece em nós a conversão, dito e feito.

Pelo que vamos estudando e constatando, a Igreja Católica está online na evangelização do “continente digital”, temos aproveitado este novo “areópago”. Sem excluirmos ninguém, nativos ou não nativos, emigrantes digitais ou info-excluídos, devemos continuar a anunciar a Boa Nova, de modo analógico e de modo digital, isto é, numa lógica literária, sequencial, focada; e numa lógica ecranizada, holística e simultânea.

A geração dos nativos digitais está, ou deseja estar, ou melhor ainda, tem necessidade de estar permanentemente online, sempre ligada. São os constantes *sms*, durante todo o dia, nas mais diversas atividades, em casa, na escola, nos transportes, no

cinema, na formação, no lazer – o fluxo dos *sms* é contínuo. Por todas as razões e por nenhuma, com mensagens mais elaboradas e de conteúdo assimilável, às simples onomatopeias que vão inventando.

Se mudarmos do telemóvel para o PC, um portátil, ou uma das moderníssimas ofertas *tablet*, as afirmações anteriores podem ser decalcadas. A necessidade de estar online mantém-se. Quando, em visitas a famílias com filhos nativos digitais, chega a hora de almoçar ou jantar, com a visita, eles chegam à mesa com muito custo e rapidamente planeiam regressar ao quarto para voltarem a estar “ligados”. As conversas na mesa têm de ser bem imaginativas e interessantes para os cativar. Constato, muitas vezes, que não será nada habitual estarem à mesa e conversarem uns com os outros sobre as mais diversas matérias sem o stress permanente de quererem voltar ao quarto. Muitas vezes reparo que suportam mais tempo a mesa com um paliativo – o envio permanente de *sms* escondido por baixo da mesa...

Como nos diz Lipovetsky (2007), muita da nossa vida atual, das tarefas mais simples às mais complexas, passa cada vez mais por um ecrã. Seja o telemóvel, o computador (nas mais diversas versões), a televisão, o cinema, as mais diversas máquinas com que nos relacionamos durante o dia, a começar pelo controlo de ponto no posto de trabalho – muitas, muitas tarefas têm um ecrã como intermediário. O ecrã global.

Numa das suas aulas, Fernando Ilharco, orientador desta dissertação, utilizando um PowerPoint com imagens dos ecrãs da Times Square, em Nova Iorque, partilhava connosco como era vital o funcionamento destes ecrãs para a sociedade que vive em redor desta avenida e, como Vacker (2005) sugere, metaforicamente e com alguma ironia, que um dos ecrãs, o ecrã da Panasonic no centro da Times Square, é mesmo o centro do mundo digital. Muito recentemente, tivemos notícias da mesma avenida, que estava a ser inundada por cheias devido a grandes tempestades – a televisão mostrou a avenida com muitos dos ecrãs desligados, não todos, e os transeuntes iam comentando o cenário nunca visto e a sensação de insegurança que lhes causava. Ouvi esta reportagem e lembrava a referida aula.

Os nossos nativos digitais têm uma relação com os ecrãs muito forte, muito significativa. Aliás, quando convivemos com jovens nascidos depois da década de

noventa do século passado, ficamos admirados, porventura, com a familiaridade que revelam com qualquer aparelho tecnológico; ao vê-los interagir com as tecnologias, ficamos com a sensação que já nascem programados. O dedo indicador, que os antropólogos tanto referem como referência fundamental na evolução do homem, agora parece que os nativos digitais, mal nascem, o primeiro gesto que manifestam é o de clicar numa tecla ou num ecrã. Estou a olhar para o teto da Capela Sistina e a ver aqueles dois dedos que quase se tocam... É o desafio deste tempo que nos é dado assimilar, é a relação, o equilíbrio que estes nativos digitais e nós emigrantes digitais, ou não nativos digitais, temos de procurar e encontrar, entre o clique e o toque, a tecnologia e a humanização.

Que respostas para os tempos, que disponibilidades e questões é que os nativos digitais nos apresentam? No campo da Nova Evangelização, no qual nos posicionamos, como poderemos redesenhar muitas das atividades e encontros que promovemos de modo a que o clique e o toque possam estar equilibradamente presentes? Tenho agora na memória os finais dos anos 80 e anos 90, nos Escuteiros e na Catequese. A presença dos ecrãs era então quase nula, mas hoje não posso afirmar o mesmo. A oferta na formação catequética também tem tido em consideração as novas exigências dos seus destinatários; no entanto, ainda estamos nos primeiros passos do muito desejado “choque tecnológico” nesta área. Os grupos de jovens das diversas comunidades católicas, indo até ao encontro dos estímulos tecnológicos que lhes têm sido lançados pelo Papa nas últimas preparações e vivências das Jornadas Mundiais da Juventude, podem ser, e em muitas latitudes e longitudes já o são, catalisadores, promotores no sentido de colocarem as novas tecnologias de informação e comunicação ao serviço da catequese e da formação pluridisciplinar da juventude.

O grande desafio destes ecrãs é que necessitam de estar sempre online, e isso é muito exigente. Se no passado, porventura, eu não podia dormir com a luz totalmente apagada, hoje os nativos digitais não se sentem seguros se tiverem de dormir totalmente offline. A necessidade de comunicação constante é um desafio e também um problema. É necessário e urgente saber atingir os equilíbrios de modo a não estarmos perante casos, já identificados e em tratamento, de alguma dependência que afete a própria saúde.

Estás sempre online com quem? Com o meu grupo, com a minha rede, com os meus amigos. Esta ligação grupal não é de desprezar, foi caminho percorrido do clique ao toque, dos encontros digitais à presença física, na escola, em casa, nos convívios, nos passeios, nas viagens, estamos sempre em grupo, online.

Para Jesus de Nazaré, esta experiência é bem conhecida; durante mais ou menos três anos viveu e conviveu com o seu grupo, os Apóstolos. Estariam quase sempre *online* com o Mestre, naquele tempo sem clique, apenas toque. Foram tempos únicos de partilha, de conhecimento mútuo único e de aprendizagem. Tudo lhes entrou pelos olhos, pelos ouvidos, pelo coração, pelo tato – experiência comunicacional total, aural.

Nas nossas propostas aos jovens, nas iniciativas diversas que promovemos, não devemos deixar de reforçar sempre esta caminhada de vida em grupo, ao modo do próprio Jesus, e com todas as potencialidades que a Galáxia Internet nos proporciona.

Delete: imaterialidade e superficialidade

A perceção que um nativo digital por vezes tem das mais diversas realidades que o rodeiam é algo superficial. Aliás, mesmos os adultos, no tempo que vivemos, têm alguma dificuldade em entender totalmente muitos dos fenómenos que nos envolvem e desafiam.

Estou a olhar de um modo especial para uma das teclas do meu computador, a que diz “Delete”... Ela resume muito do que gostaria de ser capaz de refletir. Se regressarmos à Galáxia Gutenberg, temos consciência de como era trabalhoso e até doloroso corrigir um engano num texto impresso, ainda mais se formos aos copistas dos mosteiros da Idade Média com as suas bonitas iluminuras – um erro, uma falha, e o trabalho era todo destruído. Isto implicava muito sossego, muita ponderação, cada gesto e decisão profundamente pensados e executados. Hoje, o nativo digital não tem nenhuma dessas preocupações. Se está mal – “delete”. Isto conduziu-o a uma menor atenção e preocupação no trabalho de escrita e de impressão. Ainda me lembro da tinta branca que usávamos para corrigir os erros nos textos dactilografados...

Mas vamos mais longe com o “Delete”. Ele também representa muito do ambiente hiper-real em que vivemos, onde tudo se apaga e recomeça. Lembro-me de,

não há muito tempo, as agências de notícias divulgarem um crime da autoria de uma criança, na Suíça, porque as crianças brincavam como nos desenhos animados da televisão, e esperavam que o colega, depois de tudo o que faziam, se levantasse do chão e passasse naturalmente para outra brincadeira – apagar e começar de novo, qual jogo da playstation.

Que implicações tem, ou pode ter, na vida dos nativos digitais esta experiência de apagar e recomeçar de novo com tamanha facilidade? Arrisco a desviar a minha reflexão para um fenómeno a que temos assistido na vida de alguns jovens casais, casados recentemente, e que com muita facilidade, perante os primeiros obstáculos, tomam a decisão de “delete” e recomeçar de novo, sucessivamente. Constatamos que os nativos digitais procuram no meio de toda esta nebulosa, comunicacional e tecnológica, raízes, alicerces. Faith Popcorn (1998)⁵ denomina este fenómeno de *anchoring*, que diríamos em português de ancoragem. Em toda esta permanente viagem da Galáxia Internet, valorizamos os portos de abrigo, as âncoras, a tradição, a história. No Porto, muitas vezes testemunho a alegria dos norte-americanos ao visitarem os nossos monumentos com várias centenas de anos e o quanto eles valorizam essas raízes milenares.

O meu grupo, a minha rede, os meus amigos, a minha família, a minha história, as minhas raízes, são tudo realidades a que devemos prestar atenção e valorizar. No meio da novidade permanente, da confusão e agitação, pode haver espaços e oportunidades interessantes para o introduzir, o regressar, o apontar de algo permanente, basililar, antigo, que não muda e fornece um caminho de vida, de paz, de significado.

Ainda no âmbito do “delete”, uma outra questão me preocupa, que é o facto de o nativo digital querer atingir as suas metas e objetivos imediatamente. Já afirmámos que na Galáxia Internet o tempo e o espaço ficaram muitos exíguos. Tudo acontece de imediato e chega logo ao nosso ecrã, basta um clique. Este imediatismo leva a que se vivam as experiências mais diversas da vida com superficialidade, de modo instantâneo. Como as fotografias e os pudins – é só juntar água e já está... Já.

Este imperativo causa um impacto muito significativo na leitura da realidade. Sabemos que as coisas não são instantâneas e muitas não podem nem devem ser para

⁵ *Clicking: 17 Trends That Drive Your Business-And Your Life*, 1998

“Já”. Os nativos digitais vivem muito esta tensão. Seja em relação ao que lhes é permitido ou proibido em razão da idade, seja o que é possível ou não em razão dos bens materiais, o que é realidade ou ficção, em razão dos múltiplos ecrãs com que partilham a existência. Testemunho muita infelicidade em alguns jovens por causa deste “Já”. O mundo real não coincide com a velocidade dos megabytes.

A Nova Evangelização está também sensível a este fenómeno da ancoragem; é o próprio Jesus de Nazaré que o refere em tantos episódios bíblicos. «Vinde a mim vós todos que andais cansados e oprimidos e eu vos aliviarei» – estas palavras do Mestre ecoam ao longo dos séculos no coração do Homem. O nativo digital, no meio de todos os estímulos de que é permanentemente alvo, depois de um qualquer “delete”, sente-se no momento zero, sem antes nem depois, sem raiz, sem história, sem antecedentes. Temos de estar presentes nesse preciso momento para o “pescar”, para navegar nessa Galáxia Internet dos permanentes cliques aos essenciais toques, dos olhares, dos corações, da vida real, mesmo que, ou apesar de, offline.

Os agentes da Nova Evangelização, todos, cada um de nós, devemos encontrar o equilíbrio entre uma total sintonia com a hiper-realidade instantânea, em que navegam os nativos digitais, e a oferta do contraste, que sobressai chamando a atenção, que nos distingue, o permanente que transportamos como cristãos, como comunidade católica, como Povo de Deus, o próprio Jesus de Nazaré. Chamo à memória o permanente equilíbrio entre o “Já” e o “Ainda Não” de algumas reflexões teológicas. Estamos presentes na Galáxia Internet mas com o coração bem ancorado, bem alicerçado em Jesus Cristo. Temos que proporcionar aos nativos digitais o gosto de regressarem ao real, de apreciarem estar offline, de valorizarem a experiência única do toque, dos olhares, das batidas do coração, da presença insubstituível do outro, do próximo. O próximo na Rede Digital é imaterial, traduz-se num conjunto de códigos alfanuméricos, esconde-se por detrás de um qualquer endereço de email ou de um IP. Por muito que sejamos verdadeiros e autênticos na Galáxia Internet, como nos exorta o Papa Bento XVI, ficaremos sempre aquém da realidade.

Numa aula do Professor Roberto Carneiro, numa animada reflexão em redor do clique e do toque, do i-tack do i-touch, em que me tinha denominado de “padre analógico”, mas confesso com desejo de ser cada vez mais “padre digital”, esclarecem-

se os mais duvidosos: é a mesma coisa namorar via *sms*, ou *skype*, e pessoalmente? A Nova Evangelização na Galáxia Internet cativará os nativos digitais para esta realidade material, real, indispensável, única, da experiência da vida terrena que nos é oferecida e que se concretiza e realiza em plenitude neste permanente caminhar conosco que Jesus de Nazaré nos proporciona.

O Mensageiro é a Mensagem

Com a aurora do multimídia, diz-nos Manuel Castells que “a mensagem é a mensagem”. Três galáxias depois, de Gutenberg, passando por McLuhan, até à Internet, queremos afirmar, nesta reflexão sobre as oportunidades criadas pelas Novas Tecnologias de Informação e Comunicação para a Nova Evangelização, a relevância do Mensageiro.

O saudoso Beato João Paulo II, o Papa Global, dizia-nos, no início deste terceiro milénio, que o Homem do século XXI aguarda, anseia, que nós lhe mostremos o Rosto de Cristo. O Papa Bento XVI, na homilia proclamada na Eucaristia a que presidiu na Avenida dos Aliados, no Porto, a 14 de Maio de 2010, sublinhava o quanto era fundamental estarmos disponíveis para testemunharmos a razão da nossa esperança, Jesus de Nazaré.

Em Cristo, coincidem totalmente o Mensageiro, o Meio e a Mensagem. O Mensageiro é a Mensagem. Esta é a grande oferta, presente digital que temos para oferecer ao continente digital, que é de uma exigência plena, total. Quando conseguimos que aconteça em cada um de nós, estamos a falar de conversão (McLuhan). É este Mensageiro que quer estar presente na Galáxia Internet. Como esteve em todos os tempos e fases da história, de Gutenberg até este preciso momento.

Estará efetivamente presente quando cada um de nós individualmente, como comunidade familiar, ou eclesial, paróquia, vigariaria, região pastoral, diocese, país, continente, ou enquanto igreja universal, estiver. Ao longo desta porção da história que abordámos, aproximadamente o último século, constatamos, felizmente, que temos comparecido nos desafios, temos estados presentes, somos presença de qualidade, verdadeira e autêntica como deseja Bento XVI. Os pioneiros não são sempre os

mesmos, algumas vezes o clero, outras os leigos, mas sempre o mesmo alento, o mesmo propósito: anunciar Cristo, levar a Sua palavra, o Seu rosto a todos os cibernautas.

Um dia, Jesus, encontrando os apóstolos que regressavam de uma pesca fracassada, convidou-os a lançarem de novo as redes. Perante alguma hesitação inicial, eles acabaram por aceitar o repto e voltaram a lançar as redes. Realizaram uma pesca abundante. Jesus disse-lhes que seriam pescadores de homens.

Cá estamos mais uma vez junto da costa, em qualquer terminal com acesso à Galáxia Internet, um vasto oceano, com o convite de Jesus a lançarmos as redes, em nos lançarmos nas redes para podermos realizar pescas abundantes. O mar, o mundo digital, continua a ser para muitos motivo de medo, principalmente porque é desconhecido. Lancemos as redes, façamos clique; a qualquer momento sentiremos o toque – são muitos os que aguardam a oportunidade de encontrar a Rede de Jesus.

Conclusão

Percorremos cem anos da vida da igreja católica na sua relação mais direta e central com o fenómeno das Tecnologias de Informação e Comunicação, certamente que novas em cada tempo. Um século se completa desde as primeiras imagens captadas por um discípulo dos Irmãos Lumière nos jardins do Vaticano com o Papa Leão XIII.

Ficámos conscientes do acolhimento dado pelos sucessores de Pedro às novas tecnologias de cada tempo. Da alegria e do carinho com que as foram acolhendo e utilizando. Dons de Deus, dizia-nos Pio XII.

Percorridos os cem anos de pronunciamentos pontifícios, feita a revisão das teorias da comunicação, atendendo aos indispensáveis contributos dos autores que seleccionámos — e a muitos outros poderíamos ter recorrido — chegamos às conclusões que partilhamos. A igreja sempre esteve atenta e sempre foi sensível a estas realidades que as novas Tecnologias de Informação e Comunicação nos oferecem. Está plenamente consciente da sua importância, e exorta todos os agentes de evangelização a não ignorarem a cultura que brota desta revolução tecnológica, pois é a cultura em que vivem e estão presentes os nativos digitais que são cada vez mais a grande porção do Povo de Deus, e a eles nos queremos dirigir. A Sociedade em Rede onde vivemos é um desafio.

Ouvindo nos nossos corações o repto de Jesus de Nazaré a lançarmos de novo as redes, assim o faremos, Pedro assim o fez, os seus sucessores continuam a fazê-lo em cada tempo, e Bento XVI de modo muito particular.

Este Padre analógico, em conversão digital, percorreu convosco a aldeia global onde vivemos, nos movemos e existimos. À distância de um clique, proporcionemos um toque, um encontro, um testemunho.

Bibliografia

- BABIN, Pierre, e McLuhan, Marshall (1978), *Era Electrónica – Um Novo Homem, Um Cristão Diferente*, Lisboa: Multinova.
- BARBEIRA, Francisco Pereira (2010), *Magistério da Igreja e Meios de Comunicação Social – No Vaticano II e em João Paulo II*, Lisboa: Paulus Editora.
- BARZUN, Jacques (2003), *Da Alvorada à Decadência – De 1500 à Actualidade*, Lisboa: Gradiva.
- BEAUDRILLARD, Jean, (1991), *Simulacros e Simulação*, Lisboa: Relógio d'Água.
- BINDÉ, Jérôme (Coord.), (2008), *Relatório Mundial da Unesco – Rumo às Sociedades do Conhecimento*.
- BOSCIORNE, Franco (2006), *Os Gestos de Jesus – A Comunicação Não Verbal nos Evangelhos*, Lisboa: Paulus Editora.
- CABIN, Philippe, e DORTIER, Jean-François (Coord.) (2008), *La Communication, État des Savoirs*, Auxerre : Sciences Humaines Éditions.
- CARDOSO, Gustavo; Espanha, Rita e Araújo, Vera (2009), *Da Comunicação de Massa à Comunicação em Rede*, Coleção Comunicação, nº 18, Porto: Porto Editora.
- CASTELLS, Manuel (2003), *O Poder da Identidade – A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*, Vol. II, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- CASTELLS, Manuel (2003), *O Fim do Milénio – A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*, Vol. III, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

- CASTELLS, Manuel, e Ince, Martin (2004), *Conversas com Manuel Castells*, Porto: Campo de Letras.
- CASTELLS, Manuel (2004), *A Galáxia Internet – Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- CASTELLS, Manuel (2005), *A Sociedade em Rede – A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*, Vol. I, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- CEBOLLADA, Pascual (2005), *Del Génesis @ internet – Documentos del Magistério sobre las Comunicaciones Sociales*, Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos (B.A.C.).
- COMUNICAZIONE E MISSIONE (2004), *Direttorio sulle Comunicazioni Sociali nella Missione della Chiesa*, Conferenza Episcopale Italiana.
- CRISTHOS (2004), *Enciclopédia do Cristianismo*, Lisboa: Verbo.
- DICIONÁRIO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (2000), Editorial Verbo Divino 1991, Porto Editora.
- FERIN, Isabel (2002), *Comunicação e Culturas do Quotidiano*, Lisboa: Quimera.
- FISKE, John (1997), *Introdução ao Estudo da Comunicação*, Porto: Edições ASA.
- IGREJA CATÓLICA, *Documentos Conciliares do II Concílio Ecuménico do Vaticano, 1963-1965*, Coimbra: Gráfica de Coimbra.
- IGREJA CATÓLICA, Papa João Paulo II (2005), «Discurso na XIX Assembleia Geral da CELAM (1983)», http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/speeches/1983/march/documents/hf_jp-ii_spe_19830309_assemblea-celam_sp.html (23.08.2008).

IGREJA CATÓLICA, Papa João Paulo II (2005), «Carta Encíclica Redemptoris Missio (1990)», http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio_po.html (23.08.2008).

IGREJA CATÓLICA, Papa João Paulo II (2005), «Discurso na IV Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano (1992)», http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/speeches/1992/october/documents/hf_jp-ii_spe_19921012_iv-conferencia-latinoamerica_po.html (23.08.2008).

IGREJA CATÓLICA, Papa João Paulo II (2005), «Carta Apostólica *No Início do Novo Milénio* (2001)», Lisboa: Paulinas.

IGREJA CATÓLICA, Papa João Paulo II (2005), «Carta Apostólica *O Rápido Desenvolvimento* (2005)», Lisboa: Paulinas.

IGREJA CATÓLICA, Papa Paulo VI, «Exortação Apostólica *Evangelii Nuntiandi* (1975)», http://www.vatican.va/holy_father/paul_vi/apost_exhortations/documents/hf_p-vi_exh_19751208_evangelii-nuntiandi_po.html (23.08.2008).

IGREJA CATÓLICA, Papa Bento XVI (2005), «Mensagens para o Dia Mundial das Comunicações Sociais (2005-2012)», http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/index_po.htm (25.07.2012).

ILHARCO, Fernando (2003), *Filosofia da Comunicação*, Lisboa: Universidade Católica Editora.

ILHARCO, Fernando (2004), *A Questão Tecnológica*, Cascais: Principia.

LA PORTE, José Maria (2012), *Introducción a la Comunicación Institucional de la Iglesia*, Madrid: Palabra.

- MARTINEZ, Raúl Berzosa (2004), *10 Desafios ao Cristianismo desde la Nueva Cultura Emergente*, Navarra: Editorial Verbo Divino.
- MARTINI, Carlo Maria (1998), *Comunicar a Cristo Hoy*, Salamanca: Univ. Pont. Salamanca.
- MCLUHAN, Marshall (1999), *The Medium and the Light – Reflections on Religion*, Stoddart.
- MCLUHAN, Marshall (2008), *Compreender os Meios de Comunicação – Extensões do Homem*, Lisboa: Relógio de Água.
- MCQUAIL, Denis (2003), *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- MERAYO, Arturo (2007), *A Eficácia Persuasiva do Comunicador*, Lisboa: Paulinas.
- MUGRIDGE, Christine, e Gannon, Marie (2008), *John Paul II, Development of the Theology of Communication*, Vaticano: Libreria Editrice Vaticana.
- PAGE, Martin (2008), *A Primeira Aldeia Global – Como Portugal Mudou o Mundo*, Cruz Quebrada: Casa das Letras.
- PINK, Daniel H. (2009), *A Nova Inteligência*, Alfragide: Academia do Livro.
- SANTOS, José Rodrigues dos (1992), *Compreender a Comunicação*, Lisboa: Difusão Cultural.
- SAVAGNOGNE, Giuseppe (2005), *Evangelizar na Pós-Modernidade*, Porto: Edições Salesianas.

STOUT, Daniel S. (2006), *Encyclopedia of Religion, Communications and Media*, New York: Routledge.

WOLF, Mauro (2006), *Teorias da Comunicação*, Lisboa: Editorial Presença.

WOLTON, Dominique (2003), *A Outra Globalização*, Algés: Difel.