



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA
FACULDADE DE TEOLOGIA

MESTRADO INTEGRADO EM TEOLOGIA (1.º grau canónico)

ANTÓNIO DE JESUS GONÇALVES MARTINS

**O uso da Rede Social Facebook na comunicação
da Fé Cristã**

Dissertação Final
sob orientação de:
Professor Doutor Domingos de Paiva Valente da Silva Terra

Lisboa
2017

ÍNDICE

ÍNDICE.....	1
Abreviaturas.....	4
INTRODUÇÃO.....	6
CAPÍTULO I: O MODO DE FUNCIONAR DAS REDES SOCIAIS ONLINE	10
Construção da identidade.....	10
A noção de identidade: nós e os outros	11
Identidade Cultural	13
Quem é este sujeito que agora emerge?.....	13
Breve histórico da Identidade Cultural	15
Construção da identidade nas Redes Sociais online	18
A Representação de Si nas Redes Sociais Online	20
O Paradigma Público/Privado	20
“Em que estás a pensar?” – uma análise da pergunta do Facebook	23
A Comunicação humana nas Redes Sociais online	26
Comunicação interpessoal e comunicação de massas	26
Uma nova forma de interação social e de comunicação.....	31
Conclusão	36
CAPÍTULO II: ASPETOS FUNDAMENTAIS DA FÉ CRISTÃ	37
Crer em Deus	38

A Fé em Deus na Bíblia: A revelação do nome de Deus	39
A Revelação divina para o homem de hoje	43
A Resposta do Homem à Revelação de Deus em Jesus Cristo	44
Crer em Jesus Cristo	46
Filho de uma virgem, concebido pelo Espírito Santo.....	47
Morreu e ressuscitou ao terceiro dia.....	49
Crer no Espírito Santo	51
O Espírito que procede do Pai e do Filho	53
O Espírito Santo na Igreja	55
Crer na Igreja	58
A Igreja como conteúdo da confissão de Fé.....	59
A Igreja como communio	60
Conclusão	62
CAPÍTULO III: AS REDES SOCIAIS COMO VEÍCULO DA FÉ CRISTÃ	64
Os meios de comunicação social e a Igreja: encontros	65
Uma revolução nas comunicações.....	67
Dom de Deus ao serviço do homem.....	68
A Evangelização nos meios de comunicação social.....	72
Redes Sociais: Portais da Verdade e de Fé.....	75
A ética cristã e o uso das Redes Sociais	80
A importância do uso das Redes Sociais na construção da sociedade	82
Desafios atuais.....	84
Conclusão	87

CONCLUSÃO.....	88
BIBLIOGRAFIA.....	91

Resumo

O presente trabalho pretende abordar o tema das Redes Sociais como novos espaços de evangelização. Elas constituem oportunidades permanentes para o anúncio da Verdade e Fé. A Fé tem nestes espaços um lugar importante. Vivida, professada e anunciada no ambiente digital, ela é um compromisso da Igreja Católica na missão de cultivar os valores do Evangelho. A Igreja tem consciência de que não fará, nos tempos atuais, um trabalho eficaz de evangelização sem recorrer ao uso dos *media*.

Palavras-chaves: Redes sociais; Fé Cristã; Verdade; Evangelização; Igreja.

Abstract

The present work intends to approach the theme of Social Networks as new space of evangelization. They are permanent opportunities for the proclamation of Truth and Faith. The Faith has in this space an important place. Lived, professed and announced in the digital environment, it is a commitment of the Catholic Church in the mission to cultivate the values of the Gospel. The Church is aware that it will not do effective evangelization today without using the media.

Key Words: Social networks; Christian Faith; Truth; Evangelization; Church

ABREVIATURAS

1 Cor – Primeira carta de Paulo aos Coríntios

1 Tm – Primeira carta de Paulo a Timóteo

2 Cor – Segunda carta de Paulo aos Coríntios

Act – Actos dos Apóstolos

Dt – Deuteronómio

Ef – Carta de Paulo aos Efésios

Ex – Livro do Êxodo

Fl – Carta de Paulo aos Filipenses

Gl – Carta de Paulo aos Gálatas

Heb – Carta aos Hebreus

Jo – Evangelho segundo São João

Lc – Evangelho segundo São Lucas

Mc – Evangelho segundo São Marcos

Mt – Evangelho segundo São Mateus

Rm – Carta de Paulo aos Romanos

AAS – Acta apostolicae Sedis

Cf. – Conferir

DV – Dei Verbum

Ed. – Edição/Editores

GS – Gaudium et Spes

LG – Lumen Gentium

INTRODUÇÃO

A investigação que desejamos efetuar, no contexto do Mestrado Integrado em Teologia, nasceu de algumas inquietações despertadas pela experiência de presença na Rede Social *Facebook*, onde nos deparamos com falsas propostas de fé, campanhas enganosas sobre a experiência de fé, etc. Muitos, inocentemente ou não, são levados nesta onda. Neste sentido, surge uma inquietação: de que forma a Igreja pode acompanhar estas pessoas e apresentar uma proposta que as leve a uma experiência de fé, pessoal e eclesial?

Não basta pensar simplesmente em entrar neste mundo digital. A questão é como permanecer nele. Como inserir a mensagem do Evangelho neste universo? E a experiência de fé? E a realidade comunitário-eclesial?

Assim, tentaremos situar a presença da Igreja na Rede Social *Facebook*, com a possibilidade de apresentar uma proposta de fé para os que estão presentes neste meio. Propor a fé em Cristo aos homens de hoje, presentes no universo digital, deve ser uma prioridade pastoral que a Igreja deve procurar pôr em prática. À maneira dos Apóstolos, a Igreja é encarregada de suscitar, servir e encorajar a fé de todo o povo de Deus.

A Igreja tem uma proposta de fé a apresentar e um meio muito eficaz ao seu dispor para a fazer chegar a todos. A Rede Social *Facebook* tem utilidade inegável para a missão da Igreja. Porventura, ela «se sentiria culpada diante do seu Senhor se [...] não lançasse mão desses meios potentes que a inteligência humana torna a cada dia mais aperfeiçoados»¹.

Escolhemos, como proposta de fé que pretendemos apresentar, os quatro pilares do Símbolo dos Apóstolos: Crer em Deus, Crer em Jesus Cristo, Crer no Espírito Santo e Crer na Igreja. Não pretendemos comentar de forma exaustiva os artigos do Símbolo

¹ PAULUS PP. VI, *Exortação Apostólica Evangelii Nuntiandi*, 45, in AAS, 68 (1976) 5-76.

Apostólico. Tencionamos pegar nos quatro pilares e apresentá-los como uma proposta de fé para os homens de hoje, servindo-nos destes meios que são as Redes Sociais.

Três capítulos compõem o presente trabalho. O meio de comunicação que pretendemos usar tem o seu modo de funcionar, ao mesmo tempo que a proposta da fé tem as suas exigências. Esta reflexão deu o nome aos dois primeiros capítulos. O primeiro capítulo: “o modo de funcionar das Redes Sociais *online*”. O segundo capítulo: “os aspetos fundamentais da fé cristã”. Tendo cruzado estas duas realidades, tivemos nome para o terceiro capítulo: “as Redes Sociais como veículos da fé cristã”.

No primeiro capítulo, vamos tratar do modo como funcionam as Redes Sociais, a própria estrutura que compõe a Rede Social *Facebook*, mas também o modo como as pessoas estão presentes nesta. Qual a identidade das pessoas presentes na rede; como é que elas se constroem a partir da Rede Social *Facebook*; o tipo de relação que estabelecem; a forma como se comunicam e principalmente quais as suas intenções ao entrarem nesta Rede Social.

A história da criação do *Facebook* é atualmente bastante conhecida, para o que em muito contribuiu a sua abordagem no cinema, em 2010, com o filme “A Rede Social” (*The social network*) de David Fincher. Aí conta-se o essencial da história da criação desta Rede Social, inicialmente designada *Thefacebook*.

Ao criar um perfil no *Facebook*, são disponibilizados campos para diferentes informações. O quadro “Informação básica” inclui dados como género, data de nascimento, idiomas, ideologia política e crença religiosa. O campo “Trabalho/formação” permite inserir a pertença institucional a nível profissional e a instituição de formação académica. É ainda possível referir o *status* de relacionamento, a naturalidade e a residência atual. O campo “Sobre ti”, deixado em aberto, permite ao utilizador realizar uma auto-descrição. A este junta-se o campo “Citações preferidas” e o campo relativo a

contactos onde podem ser indicados o endereço de *e-mail* ou muitos outros dados. Há um conjunto de referências pessoais que podem ser inscritas nestes campos, permitindo traçar um perfil do utilizador, mais ou menos detalhado, consoante a opção que ele tome, já que os campos não são de preenchimento obrigatório. Ao aderir à rede, cada utilizador pode procurar quem quiser e ter acesso ao seu perfil. Há, assim, a possibilidade de criar uma rede de contactos em função dos interesses comuns dos utilizadores.

A comunicação facultada pode assumir a forma de mensagens privadas ou públicas, através do mural, onde, para além de texto, é possível anexar fotos, *clips* de vídeo ou música. Estes *posts* podem ser comentados pelos amigos. Além destas funções, o *Facebook* disponibiliza um calendário de aniversários, que emite alertas da lista de amigos, bem como um calendário de eventos, que informa sobre a data e local onde algo vai decorrer, permitindo igualmente convidar os amigos para participarem.

No segundo capítulo, vamos apresentar a proposta de fé da Igreja, os seus aspetos fundamentais e as suas exigências. Muitas vezes, não se tem a consciência do grande dom da fé que se acolhe como regra de vida e que nos empenhamos em comunicar aos outros. Assim, apresentaremos os quatro pilares do Credo, acima referidos, como um convite ao homem atual.

Escolhemos os quatro pilares do Símbolo dos apóstolos como proposta de fé da Igreja, porque, segundo Santo Agostinho, «a fé católica é dada a conhecer aos fiéis por meio do símbolo»².

No terceiro capítulo, vamos tratar as Redes Sociais como veículo da fé cristã. Elas são um meio que nos faz chegar a diferentes sítios ao mesmo tempo e num curto espaço de tempo.

² AGOSTINHO DE HIPONA, *De fide et Symbolo*, 1,1, Paris, Desclée de Brouwer, 1947.

A Instrução Pastoral *Aetatis Novae* diz-nos que «a mudança que se dá hoje nas comunicações implica uma simples revolução técnica, a transformação completa de tudo o que é necessário à humanidade para compreender o mundo que a envolve e para verificar e expressar a percepção do mesmo»³. A revolução das comunicações afeta de igual modo a percepção que se pode ter da Igreja e contribui para a modelação das próprias estruturas do seu funcionamento. Tudo isto tem consequências pastorais importantes e, por isso, a Igreja se sente obrigada a recorrer a estes meios de comunicação para proclamar o Evangelho. A Igreja «deve comunicar sempre a sua mensagem, de um modo adaptado a cada época»⁴. E hoje especialmente servindo-se dos novos meios de comunicação⁵.

³ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, *Instrução Pastoral Aetatis Novae*, 4, in AAS 84 (1992) 447- 468.

⁴ *Aetatis Novae*, 8.

⁵ Cf. *Decreto sobre os meios de comunicação social (Inter Mirifica)*, 3, in CONCÍLIO ECUMÉNICO VATICANO II, Editorial A. O., Braga, 1983.

CAPÍTULO I

O MODO DE FUNCIONAR DAS REDES SOCIAIS *ONLINE*

A comunicação é um processo básico de toda e qualquer organização social. A revolução tecnológica, que ganhou forma nos anos 70 e depois se difundiu por todo mundo, caracteriza-se pela transformação do processo comunicativo a partir de redes digitais. A internet e as redes sociais *online* estão a modificar, nos seus fundamentos, a forma como comunicamos. A transformação tecnológica contribuiu muito para a mudança social. Hoje, a nossa sociedade constrói-se muito a partir de redes sociais e organizacionais, baseadas nas tecnologias eletrônicas de comunicação. O modo como funcionam as redes sociais *online* responde à pergunta: como é a sociedade em que vivemos hoje? Neste capítulo não pretendemos tratar todas as Redes Sociais; debruçar-nos-emos apenas sobre o *Facebook*.

1. Construção da identidade

A questão da identidade está hoje, mais do que nunca, na ordem do dia. Diariamente são questões de identidades individuais e coletivas que conduzem à formação de ambientes sociais de pressão, de contestação, de rejeição; surjam eles no interior da luta política, ligada às tradicionais situações desiguais de poder ou simplesmente de desiguais oportunidades de escolha, surjam eles em contexto mais amplo, alimentados pela consciência de pertença a um mundo global, que no seu interior se constroem e se defendem e contestam posições a partir da percepção de que se encontram de algum modo sob ameaça. Estas posições são definidas como identidades e têm uma base étnica, nacionalista, religiosa, de raça, entre variadíssimas outras, e são

difundidas através dos meios de comunicação globais, cada vez mais rápidos e de amplitude tendencialmente universal.

1.1. A noção de identidade: nós e os outros

Para Hegel a identidade é sobretudo um conceito relacional. É construída de forma dialógica através de um processo de reconhecimento mútuo. De acordo com o filósofo, esse reconhecimento designa uma relação ideal entre indivíduos, no interior da qual cada um vê o outro quer como seu igual quer como alguém que lhe é estranho. O reconhecimento do outro é, assim, fundamental para o reconhecimento da *self*, ou seja para a construção da sua própria identidade⁶.

A identidade de um grupo define-se, assim, a partir de algo que lhe é exterior e que se apresenta como dissemelhante. É, pois, profundamente marcada pela diferença e constrói-se a partir da negação de que possam existir semelhanças entre certos grupos, isto é, a identidade define-se pela diferença que lhe vem do exterior.

Recentemente, num tempo que podemos situar a partir dos finais da década de 80 do século passado, tecnologicamente identificável como início da construção das redes de informação computadorizadas⁷ e discursivamente com uma nova consciência do fenómeno da globalização⁸, uma intensa interpenetração de formas e escolhas, atuando aos mais diversos níveis e com muitas implicações espaciotemporais, vem tornando difícil a definição da identidade a partir das frequências de espaços – a identidade já não se limita a definir-se nem em relação ao tempo e nem ao espaço, tornando assim complexa

⁶ Cf. G. W. FRIEDRICH HEGEL, *Enciclopédia das Ciências Filosóficas em Epítome*, Vol. I, Ed. 70, Lisboa, pp. 155-158.

⁷ Cf. M. CASTELLS, *A Galáxia Internet – Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2004, 26-33.

⁸ Cf. M. CASTELLS, *O Poder da Identidade – A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*, vol. II, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2003, 83.

a agregação de indivíduos por gostos e práticas. Esta perda de enquadramento das representações identitárias vem produzindo novas ansiedades e novas propostas de construção imaginada, de nós por oposição a outros, eles próprios também imaginados. Vem-se igualmente assistindo a uma intensificação da interação e comunicação transcultural, com a aceleração da circulação dos indivíduos (migrantes, refugiados, turistas, profissionais) e com a aceleração dos fluxos comunicacionais globais que em conjunto têm contribuído para a construção de formas culturais híbridas e plurais⁹.

Tem sido, pois, difícil encontrar consenso em torno do conceito de identidade¹⁰ que, atirado para o tabuleiro de todos os confrontos intergrupais e vindo a perder os seus contornos tradicionais, tem escapado às racionalidades cosmopolitas internacionais, apresentando-se numa miríade de sempre novas e inesperadas configurações, adquirindo uma importância e até uma instrumentalidade acrescida no atual debate da globalização¹¹. Trata-se igualmente de um conceito indiscutivelmente dinâmico, sujeito às mais imprevisíveis combinações.

Também já se fala na construção de identidades assente em processos de identificação de natureza plural, correndo o risco de sair de sentidos positivos de identificação para sublinhar obsessivamente a diferença. Para Stuart Hall, as identidades emergem do exercício de determinadas formas de poder e resultam sobretudo da produção de diferença e exclusão e não tanto de uma unidade naturalmente constituída e idêntica, sem diferenciação interna¹². A pluralidade de identidades, quer se fale de um dado indivíduo ou de um ator coletivo, pode, segundo Manuel Castells, ser fonte de tensão e contradição tanto na auto-representação quanto na ação social¹³.

⁹ *Ibidem*

¹⁰ Cf. M. CASTELLS, *A Galáxia da Internet*, 147.

¹¹ Cf. M. CASTELLS, *O Poder da Identidade*, 63-82.

¹² Cf. S. HALL, *Questions of Cultural Identity*, Sage, Londres, 1-36.

¹³ Cf. M. CASTELLS, *O Poder da Identidade*, 3.

José Manuel Mendes acha que:

«As bases e as origens das identidades são os acidentes, as fricções, os erros, o caos, ou seja, o indivíduo forma a sua identidade não a partir da reprodução do idêntico oriunda da socialização familiar, do grupo de amigos, etc., mas sim do ruído social, dos conflitos entre os diferentes agentes e lugares de socialização»¹⁴.

1.2. Identidade Cultural

1.2.1. Quem é este sujeito que agora emerge?

As práticas de representação envolvem sempre as posições a partir das quais falamos ou escrevemos: as posições da enunciação¹⁵. O que as teorias da enunciação mais recentes sugerem é que, embora falemos por assim dizer em nosso nome, de nós próprios e com base na nossa própria experiência, quem fala e o sujeito de quem se fala nunca são idênticos, nunca estão exatamente no mesmo lugar. A identidade nunca é tão transparente ou desproblematizada como gostamos de pensar. Por isso, em vez de pensarmos na identidade como um facto, que encontra representação *a posteriori* em práticas culturais novas, talvez devamos pensar na identidade como uma produção, algo que nunca está completo, que é sempre processual e sempre constituído no quadro e não fora da representação¹⁶.

Existem pelo menos duas formas diferentes de pensar a identidade cultural.

Um primeiro posicionamento define identidade cultural em termos de uma cultura indivisa, mas partilhada, uma espécie de verdadeiro modo de ser coletivo, oculto no meio de muitos outros modos de ser mais superficiais ou impostos de forma artificial, que as pessoas com uma história e ancestralidade em comum partilhariam. De acordo com os

¹⁴ J. MANUEL MENDES, «O desafio das identidades», *Globalização: Fatalidade ou Utopia?*, Edições Afrontamento, Porto, 2001.

¹⁵ Cf. S. HALL, *Identidade Cultural e Diáspora*, in *Comunicação & Cultura*, N. 1, Primavera-verão 06, 21-34.

¹⁶ *Ibidem*

termos desta definição, as nossas identidades culturais refletiriam as experiências históricas comuns e os códigos culturais partilhados que nos forneceriam, enquanto povo uno, um quadro de referências e de sentido que, sob a mutabilidade das divisões e vicissitudes da nossa história concreta, se caracterizaria pela estabilidade, imutabilidade e continuidade¹⁷.

A segunda conceção da identidade cultural é muito menos familiar e perturbadora. Se a identidade não provém, em linha reta e contínua, de uma qualquer origem fixa, como poderemos entender a sua formação¹⁸?

A história da humanidade é composta de diversas etapas evolutivas. Desde a primeira forma de organização social na comunidade primitiva até à composição da sociedade complexa, a qual vivemos hoje, o homem alterou o mundo e a si mesmo¹⁹. Na comunidade primitiva, explica Martino, havia um compartilhamento extensivo e intensivo de uma mesma experiência de vida. As pessoas estavam mais próximas, conheciam-se intimamente umas às outras e, assim, a comunicação interpessoal era plenamente suficiente. Esse tipo de organização era marcadamente oral. A comunicação desenvolve-se, nessa etapa, a partir da fala²⁰.

A comunidade passa a desenvolver-se, aparece a agricultura, a economia cresce, com isso surge o Estado e, para administrá-lo²¹, cria-se o primeiro meio de comunicação, um grande feito tecnológico: a escrita. Nessa fase, a comunidade que até então conhecíamos, a comunidade primitiva, avança e torna-se uma sociedade, denominada tradicional. Na sociedade tradicional, o único meio de comunicação, a escrita, torna o

¹⁷Cf. S. HALL, *Questions of Cultural Identity*, .2.

¹⁸ *Ibidem*

¹⁹ Cf. L. C. MARTINO, *A revolução mediática: A comunicação na era da simulação tecnológica*, disponível em:

<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n49/bienal/Mesa%202/ARevolu%E7%E3oMedi%E1tica.pdf>, acesso em 08 de março de 2016.

²⁰ *Ibidem*

²¹ Cf. M. CASTELLS, *O Poder da Identidade*, 293-294.

processo comunicacional mais dinâmico, trazendo uma rutura do espaço-tempo ao deixar registos históricos. O homem continuou a evoluir, criando mais ferramentas tecnológicas e ampliando os meios de comunicação.

Com as novas tecnologias, desenvolve-se a sociedade contemporânea, chamada também sociedade complexa, onde, segundo Martino, há uma verdadeira explosão comunicacional²².

É na sociedade complexa que surge a questão da identidade, onde o sujeito pós-moderno se vê imerso num processo de desconfiguração ou reconfiguração da sua identidade. O advento das redes sociais na Internet, a partir da década de 90, acentua a questão. Ao complexificar os fluxos informacionais, os *sites* de redes sociais são definidos como sistemas que permitem: a) a construção de uma pessoa através de um perfil ou página pessoal; b) a interação através de comentários e c) a exposição pública da rede social de cada ator²³.

1.2.2. Breve histórico da Identidade Cultural

A dinâmica do mundo globalizado em que estamos inseridos altera constantemente a configuração da identidade do sujeito pós-moderno. É o que muitos teóricos, como Stuart Hall, denominam a crise de identidade, vista como parte do processo de mudança daquilo que era considerado sólido, imutável, para algo transitório, provisório²⁴. Mas, antes de partir para a problemática da identidade cultural na contemporaneidade, faz-se necessário delinear o ponto histórico de preocupação em relação à identidade.

²² Cf. L. C. MARTINO, *A comunicação na era da simulação tecnológica*.

²³ Cf. M. CASTELLS, *A Galáxia Internet*, 147-163.

²⁴ Cf. S. HALL, *Questions of Cultural Identity*.

Nas sociedades pré-modernas, os indivíduos estavam intimamente ligados, atados, à religião. Assim, havia um reconhecimento mútuo, todos eram considerados e se consideravam iguais. O outro, aquele indivíduo que não compartilhava da mesma crença, fé, religiosidade, era considerado o selvagem, o bárbaro²⁵. Nessas condições, afirma Rafael Pompeia Gioielli, onde não há a possibilidade da convivência com a diferença, não é possível também que se fale em identidade, mas apenas em igualdade.

A religião no seio da sociedade começa a perder a sua centralidade na construção do indivíduo com a chegada do Racionalismo, Humanismo e, posteriormente, com o Iluminismo. O indivíduo passa a reconhecer a sua subjetividade e busca emancipar-se face à religião, constituindo-se como sujeito social. Rafael Pompeia Gioielli explica que foi a partir da emergência da subjetividade que a identidade ganhou espaço na vida social, figurando como questão central. Se antes era a religião quem regulava a esfera social, o advento da modernidade transferiu esse papel para o discurso da racionalidade. A figura do Estado aparece, então, para normatizar e regular a sociedade da era moderna. Segundo Rafael Pompeia Gioielli, cabe ao Estado colocar em marcha, por meio de suas instituições e de sua legitimidade para o uso da força, o avanço da modernidade e o progressivo distanciamento da tradição²⁶.

Para consolidar o seu poder de regulação, o Estado precisou de criar mecanismos que dessem aos sujeitos a ideia de pertença, de comunidade, a partir de representações simbólicas. Criou-se, dessa forma, o conceito de nação e, com ele, desenvolveu-se o conceito imaginário de cultura nacional, aquela que agrega os membros do Estado-Nação²⁷. Nas sociedades pré-modernas, havia o sentimento de lealdade e identificação

²⁵Cf. R. L. POMPEIA GIOIELLI, *A Identidade Líquida: a experiência identitária na contemporaneidade dinâmica*, In: Estado e Comunicação, 2006, Brasília. Anais eletrônicos: Intercom, 2006. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1461-1.pdf>, acesso em 08 de março de 2016.

²⁶ *Ibidem*, 4

²⁷ Cf. M. CASTELLS, *O Poder da Identidade*, 316-332.

dados à tribo, ao povo, à religião. Na sociedade ocidental, moderna, esse ‘sentimento’ foi transferido gradualmente para a cultura nacional. Segundo Hall, a cultura nacional é um discurso, um modo de construir sentidos e representações que influenciam e organizam as ações e também concepções que fazemos acerca de nós mesmos. A criação desses sentidos pela cultura nacional gera os ideais de coletividade, a partir dos quais emerge a representação de identidade nacional. Para Hall, as culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre a nação, sentidos com os quais podemos identificar-nos, constroem identidades²⁸.

A identidade nacional, no entanto, não se caracteriza como o espaço estimulante à multiplicidade de sentidos das práticas cotidianas. Pelo contrário, é o elemento que busca apagar a pluralidade e minimizar os conflitos que possam ser intrínsecos a essas práticas, subsistentes em cada nação moderna²⁹. Torna-se, portanto, um elemento ideológico e discursivo de regulação.

Assim, tem-se na modernidade identidades reguladas, controladas por códigos de conduta moral. Para essa regulação, o Estado criou instituições no intuito de universalizar as identidades: escolas, sistema judiciário, hospital, entre outros. Assim, não importam as diferenças que os membros de uma sociedade possam ter quanto à classe, gênero ou raça, pois a cultura nacional busca unificá-los numa identidade cultural única, com o intuito de representá-los todos como pertencentes à mesma e grande família nacional³⁰.

A pós-modernidade chega trazendo em si diversos questionamentos, sobretudo acerca dessa identidade regulada e universal, deslegitimando a sua regulação. Esse evento foi, em certa medida, um dos palcos privilegiados para a mudança e foi capaz não só de revelar o carácter discursivo e regulador que envolve a dinâmica da identidade cultural

²⁸ Cf. S. HALL, *Questions of Cultural Identity*, 49-51.

²⁹ Cf. R. L. POMPEIA GIOIELLI, *A Identidade Líquida*, 5.

³⁰ Cf. S. HALL, *Questions of Cultural Identity*, 59.

no mundo moderno, como também serviu para a crítica ampliada da regulação que a modernidade trazia em seu interior³¹.

1.3. Construção da identidade nas Redes Sociais online

Com o advento da internet e, conseqüentemente, das redes sociais, as concepções identitárias passam a definir-se como múltiplas e multifacetadas.

Diferentemente de quando a identidade era assegurada pelo grupo ou Estado, agora trata-se de uma questão pessoal e subjetiva e que passa pelas escolhas individuais. Assim, a identidade deixa de ser algo que é dado com o nascimento e passa a ser conceituada como algo em constante construção e transformação; já não é uma questão de ser, mas de estar. As redes sociais tornam-se num espaço quase primordial, onde se permite aos indivíduos trocarem de identidade como quem troca de roupas³².

A pós-modernidade propiciou que as identidades se formassem em torno do lazer, da aparência, da imagem e do consumo. Dentro dos *media*, as redes sociais configuram-se como um cenário amplo em que é permitido construir e divulgar a concepção identitária que se deseja. A forma como as redes sociais interferem nas questões da identidade mostra que o tema é extremamente atual. A identidade está em tudo e é representada na cultura de consumo, em que a materialidade do consumo é o que sustenta a identidade. É também representada nos livros, filmes, na difusão do multiculturalismo³³.

As redes sociais configuram-se como um local onde essa e outras vertentes das representações identitárias convergem. São um espaço de construção dos sujeitos, um local onde aqueles que se identificam se unem sob a perspectiva da pertença. Pertencer a

³¹ Cf. R. L. POMPEIA GIOIELLI, *A Identidade Líquida*, 8.

³² Cf. L. DE PÁDUA NÓBREGA, “Construção da Identidade nas Redes Sociais”, *Fragments de Cultura*, N. ½, Jan/Fev 2010, 95-102.

³³ *Ibidem*

uma determinada comunidade virtual é compartilhar um mesmo território, os mesmos sentimentos e impressões. É exibir-se da forma que se achar mais conveniente, carregando consigo a segurança de ter ao lado várias outras pessoas que pensam da mesma forma e que assim reforçam o ideal de grupo. A construção das identidades, virtuais ou não, ocorre no espaço do simbólico. Toda a conceção identitária se esboça em forma de representação e, no caso das redes virtuais de relacionamento, a representação do indivíduo dá-se por meio da publicação do eu³⁴.

Toda a construção identitária é comunicada ao mundo e aos outros sob a forma de representação. Ela é um projeto a ser criado e que deve também ser reafirmado para se legitimar. Os usuários das redes virtuais de relacionamento utilizam a internet como ferramenta para construir as suas identidades. Tais redes sociais estabelecem-se, assim, como local por excelência onde as identidades são reafirmadas por meio de símbolos. Os diversos aplicativos oferecidos pela internet, como avatares em que se pode escolher a cor da pele, dos olhos, dos cabelos, o tipo de corpo, o ambiente em que este avatar viverá, podem ser classificados como uma espécie de realidade paralela em que os usuários constroem identidades que podem ou não corresponder às suas identidades no mundo não virtual. Tais aplicativos são os símbolos de representação das identidades³⁵.

O poder concedido pelas redes sociais não se resume a possibilitar a criação de modelos de sujeitos e a exibi-los, mas também, a reunir, num determinado grupo, pessoas com características semelhantes e excluir os que diferem do modelo elegido como ideal. Na Era das Novas Tecnologias, as redes sociais firmam o seu espaço como importante ferramenta de respaldo na construção das identidades pessoais. Numa época em que cada vez mais pessoas utilizam esse tipo de recurso, as redes ganham corpo de intensa

³⁴ Cf. A. FIDALGO e J. CANAVILHAS (org), *Comunicação Digital: 10 anos de investigação*, Ed. Minerva Coimbra, 101-108.

³⁵ Cf. M. CASTELLS, *A Galáxia Internet*, 146-147.

influência e revelam-se não como uma tendência passageira, mas como algo que modifica radicalmente as formas de relacionamento na sociedade³⁶.

2. A Representação de Si nas Redes Sociais Online

2.1. O Paradigma Público/Privado

Na modernidade, a relação entre público e privado mudou significativamente. Mas se, na esfera pública moderna, como refere Arendt³⁷, se evidenciam alguns dos aspectos mais privados da existência humana, cabe perguntar se, e de que forma, aquilo a que hoje assistimos com as novas tecnologias da comunicação é um prolongamento dessa tendência para a privatização do público.

Os *sites* de Redes Sociais *online* diferenciam-se de outras formas de comunicação mediada por computador pelo modo como permitem a visibilidade e a articulação das Redes Sociais, a manutenção dos laços sociais estabelecidos no espaço *off-line*³⁸. Assim, e se as Redes Sociais servem sobretudo para a criação de perfis e de relacionamento entre os seus criadores, a verdade é que um dos elementos constituintes dessas Redes, as conexões que se estabelecem entre os indivíduos, alimentam-se da visibilidade³⁹. Como é que as novas tecnologias e particularmente os *sites* de Redes Sociais alteram a visibilidade e são utilizados para a representação do eu? Esta questão será respondida no seguimento dos estudos que realçam, por um lado, que o espaço *online* é o lugar onde sobretudo os mais jovens estabelecem relações sociais e constroem novas identidades⁴⁰ e, por outro, que os *sites* de redes sociais são considerados o espaço que permite aos

³⁶ *Ibidem*, 147-148.

³⁷ Cf. H. ARENDT, *A Condição Humana*, Ed. Forense Universitária, São Paulo, 2001, 78-82.

³⁸ Cf. R. RECUERO, *As Redes Sociais na Internet*, Ed. Sulina, Porto Alegre, 102-103.

³⁹ *Ibidem*, 108.

⁴⁰ Cf. M. CASTELLS, *A Galáxia Internet*, 147.

sujeitos uma representação mais completa de si. A partir daqui, podemos perceber como no *facebook* se estabelecem as relações entre os sujeitos e como este *site* permite uma observação particular da representação do *self*.

Se percebermos a descrição que Richard Sennett faz do século XIX, perceberemos como os indivíduos, passando a viver num mundo de estranhos em que os marcadores sociais se confundem e retraem, passam também a orientar-se com base em detalhes pessoais, ligados à intimidade⁴¹. Judith Donath considera que no ciberespaço, por não existir um conjunto de aspetos que estão normalmente presentes na comunicação face-a-face, a perceção entre indivíduos é também construída a partir do que dizem, do que partilham, mas sobretudo do que mostram de si e que pode ajudar, ou não, a criar empatia⁴². Os *sites* de Redes Sociais permitem-nos observar de forma privilegiada este processo, uma vez que as relações são mediadas tecnicamente, mas os indivíduos expõem pormenores das suas vidas privadas na procura de estabelecerem ligações de interações com novos sujeitos. Segundo Marichal, nós conectamo-nos ao apresentarmo-nos uns aos outros com os “eu” socialmente construídos⁴³.

Segundo Sennett, o desejo de revelar a própria personalidade na relação social e de medir a ação social em termos daquilo que mostra das personalidades dos outros, é primeiro um desejo de se autenticar enquanto ator social através das suas qualidades pessoais⁴⁴. Aquilo a que assistimos nos *sites* de Redes Sociais é precisamente sujeitos que expõem perante os outros o seu quotidiano, as atividades que desenvolvem, procurando, desta forma, assumir-se enquanto atores socialmente relevantes e com os quais se deseja criar um vínculo social.

⁴¹Cf. R. SENNETT, *The Fall of Public Man*, Ed. Penguin Books, England, 123-130.

⁴²J. S. DONATH, *Identity and Deception in the Virtual Community*, in P. Kollock & M. Smith (orgs), *Communities in Cyberspace*, Ed. Routledge, Nova Iorque, 27-58.

⁴³Cf. J. MARICHAL, *Facebook Democracy: The Architecture of Disclosure and the Threat to Public Life*, Ashgate, Surrey, 8.

⁴⁴Cf. R. SENNETT, *The Fall of Public Man*, 11.

De acordo com os estudos recentes em psicologia de comunicação sobre adolescentes e internet, é assinalado que a comunicação nos *sites* de Redes Sociais assenta sobretudo em dados biográficos e que aqueles encorajam à abertura da privacidade face aos outros⁴⁵. Ao contrário do que se perspectivava na primeira vaga de estudos sobre identidades no ciberespaço, as plataformas *online* não são usadas para criar fantasias identitárias, mas sim para, em muitos casos, melhorar e ampliar as identidades *offline*⁴⁶.

O que as Redes Sociais promovem é a ideia do sujeito como mercadoria, como mais um elemento para o consumo público, cujo valor cresce quanto mais da dimensão íntima é revelado⁴⁷. Neste sentido, e à semelhança do que acontece com um produto, a visibilidade está diretamente relacionada com uma boa apresentação. Neste sentido, e sendo a intimidade o novo valor das relações que se estabelecem nas Redes Sociais, não podemos ignorar que à visibilidade característica desses espaços está associada uma representação, uma certa construção do próprio sujeito, no sentido em que é este quem decide o que expor e como o fazer. Assim, o indivíduo cria um modelo ao qual atribui determinadas características que pensa não só corresponderem aos "gostos" e "desejos" dos outros sujeitos, mas também irem ao encontro dos perfis que circulam na rede. Neste contexto, as fotografias ganham especial relevância e são seleccionadas ao pormenor, sobretudo pelos utilizadores mais jovens. A partir do momento em que se põe uma foto no *facebook*, é porque gostamos dela e nos sentimos bem ao partilhá-la com dezenas ou

⁴⁵ Cf. Cf.P. M. VALKENBURG & J. PETER, “*Social Consequences of the Internet for Adolescents: A Decade of Research*”, *Current Directions in Psychological Science*, February, 2009 18: 1-4, versão digital disponível em:

https://www.researchgate.net/profile/Patti_Valkenburg/publication/241644960_Social_Consequences_of_the_Internet_for_AdolescentsA_Decade_of_Research/links/5422d94e0cf290c9e3adb47d.pdf, acesso em 16 de março de 2016.

⁴⁶ Cf. L. CRESCENZI, N. ARRUANA & I. TORTAJADA, “*Privacy, self-disclosure and self-image of Spanish teenagers on social networking sites. The case of Fotolog*”, *Comunicación y Sociedad*, Vol. 26, n.2, 2013, 65-78.

⁴⁷ Cf. F. RUDIGER, *Subjetividade e novas tecnologias de comunicação: elementos para a crítica do pensamento contemporâneo*, INTERCOM, versão digital disponível em: www.portcom.intercom.org.br, acesso em 16 de março de 2016.

centenas de pessoas. A importância de uma fotografia no estabelecimento de relações nos *sites* de Redes Sociais é de tal forma grande que, como refere Marichal, os utilizadores estão mais dispostos a estabelecer um contacto com alguém que não tenha fotografia e, portanto, assume um anonimato visual, do que com alguém que tenha fotos pouco atrativas⁴⁸.

2.2. “Em que estás a pensar?” – uma análise da pergunta do *Facebook*

Os *sites* de Redes Sociais têm-se multiplicado a uma velocidade que torna difícil acompanhar a evolução, mas a verdade é que o *facebook* se tem destacado, não apenas pelo número de indivíduos que têm uma conta na plataforma, mas também pelas possibilidades que este site abre para a publicação de diferentes conteúdos multimédia e para a relação entre os sujeitos.

Quando este *site* surge em 2004, na Universidade de Havard, a partir da ideia de Mark Zuckerberg, que pretendia conectar os diferentes estudantes universitários, transferindo para o espaço *online* o que já existia em papel (os anuários), ele começou por ser um espaço restrito a estudantes e apenas para as universidades americanas; mas rapidamente se espalhou e se tornou numa das maiores plataformas de relacionamentos *online*⁴⁹.

Em 2006, quando o *facebook* se torna publicamente acessível, os *sites* de Redes Sociais já faziam parte da vida dos indivíduos, sobretudo dos mais novos. Mas também não podemos ignorar que este *site* quebrou, desde logo, a lógica que imperava noutros espaços *online* e que estava relacionada com a criação de "*nicknames*", com os quais as pessoas se apresentavam perante os outros. No *facebook*, a ideia é precisamente contrária:

⁴⁸Cf. J. MARICHAL, *Facebook Democracy*, 6.

⁴⁹*Ibidem*, 3-4.

quebrar o anonimato e criar o primeiro espaço onde cada pessoa pode criar um perfil com os dados reais, deixando de lado a criação de identidades simuladas, prática que marcou uma anterior geração de ciberespaço⁵⁰.

Muitos consideram que o *facebook* corporiza a inauguração de um registo público de pessoas até então privadas. Antes deste tipo de plataforma, não existiam bases de dados com acesso público que agregassem e em que fossem pesquisáveis os nomes de indivíduos comuns simplesmente enquanto pessoas. Com o *facebook* e outros *sites* análogos, pelo menos os dados mais elementares tornam-se, de facto, informação pública. O nome, a fotografia de perfil, a fotografia de capa, o género, o nome de utilizador e as redes são informações obrigatoriamente públicas no *facebook*. Segundo o próprio *site*, a publicidade destas informações ajuda a reconhecer e a descrever os utilizadores, permitindo que os indivíduos se encontrem facilmente uns aos outros.

O *facebook* incita o indivíduo a apresentar-se, quer através das questões que visam a atualização do *status*, quer mediante a exposição das preferências literárias, cinematográficas, televisivas, políticas, culturais etc., que ajudam a atualizar a cronologia, a construir um perfil *online* e a encenar uma certa identidade mediática⁵¹.

Deste modo, o *facebook*, por estar fortemente personalizado, não configura um espaço propriamente público, mas isso não significa que configure um espaço privado, pois está impregnado de aspetos pessoais que se oferecem ao olhar público. Esta situação dá origem a uma indiferenciação, a um contínuo entre o público e o privado. A esfera privada deixa de ser um espaço recôndito para se transformar em algo que é publicamente mostrado, encenado, de um modo parcial ou até total. A afinidade entre a publicidade e a

⁵⁰ Cf. *Ibidem*

⁵¹ Segundo um estudo realizado por investigadores da Universidade de Cambridge, é possível traçar a personalidade, a religião, as escolhas políticas e até a orientação sexual de cada utilizador através dos seus “gostos” digitais. <https://www.publico.pt/tecnologia/noticia/diz-me-o-que-fazes-no-facebook-dir-te-ei-quem-es-1587600>.

privacidade modificou-se a tal ponto que é possível questionar a significação e o valor que atualmente os indivíduos atribuem à privacidade.

Com efeito, os desígnios da alteridade e da representação pessoal põem em causa a sensibilidade para o privado. Dado que quem não é visto não existe, a reserva da intimidade da vida privada parece vir muito depois da vontade de representação e encenação em público. O prazer da revelação impôs-se e o ecossistema da rede possibilita a construção de um perfil que contém elementos públicos e elementos privados. Mas, ao contrário das lógicas de revelação presentes noutros *media*, no *facebook* são as próprias dinâmicas de interação que são exploradas e é a partir destas que a revelação é estimulada. A arquitetura do *facebook* estimula, assim, os indivíduos a revelarem informação sobre si, sem que, no entanto, tenham uma clara noção de que o estão a fazer. Quer isto dizer que, por um lado, os indivíduos revelam informação para não se sentirem excluídos e, neste sentido, o *facebook* funciona como uma estrutura que explora esta necessidade, mas ao mesmo tempo torna este processo natural através de um sistema de atualizações constantes. Por outro lado, a revelação torna-se de tal forma algo orgânico que os sujeitos não têm consciência de que estão a expor a sua intimidade; pelo contrário, sentem-se parte de uma rede social onde ninguém quer ficar de fora e onde o desejo de estar conectado é mais forte do que tudo o resto⁵².

Por outro lado, uma das características que melhor ajuda a explicar o sucesso do *facebook*, mas que se insere também na própria estrutura do *site*, é a ideia de que o poder de escolha, o controlo, está sempre do lado do utilizador, a ideia de que é o sujeito que escolhe o que revela aquilo que mostra aos outros⁵³.

⁵² Cf. J. MARICHAL, *Facebook Democracy*, 34.

⁵³ *Ibidem*, 38.

3. A Comunicação humana nas Redes Sociais *online*

3.1. Comunicação interpessoal e comunicação de massas

As relações humanas têm sido estudadas como uma ciência, a ciência do comportamento humano, no seu relacionamento intra- e interpessoal. O estudo das relações humanas vale-se das outras ciências que estudam o homem no seu relacionamento, como a Psicologia, a Sociologia, a Moral, etc., as chamadas Ciências Sociais.

Ao aderir a uma rede social, tal como o *facebook*, estabelecem-se diversas relações e conexões com pessoas que podem ser, ou não, do leque de amigos do dia-a-dia. Será que o tipo de relação estabelecida pessoalmente é semelhante ao tipo de relação estabelecida virtualmente? Será que se responde de forma igual perante uma discussão acesa sobre um tema, se se estiver em contexto presencial ou se se estiver a discutir virtualmente? As redes sociais mantêm o seu papel de relacionamento interpessoal no espaço virtual. Como ferramentas tecnológicas, elas podem ser benéficas ou não, dependendo do uso que se faz delas.

O estudo da comunicação interpessoal ocupa-se, pois, da investigação de situações sociais relativamente informais em que pessoas, em encontros face-a-face, sustentam uma interação concentrada através da permuta de pistas verbais e não-verbais. Esta definição inclui cinco critérios, a saber: devem existir duas ou mais pessoas em proximidade física e que percebam a presença umas das outras; a comunicação interpessoal envolve interdependência comunicativa, ou seja, o comportamento comunicativo de uma pessoa é consequência direta do de outra; a comunicação pessoal envolve a troca de mensagens; as mensagens são codificadas de várias maneiras verbais

e não-verbais; por último, a comunicação interpessoal é relativamente carente de estrutura, é marcada pela informalidade e deixa flexibilidade⁵⁴.

Um importante aspeto da comunicação interpessoal é o estabelecimento de relações. Quase todas as teorias de comunicação interpessoal tratam, de um modo ou de outro, essa dinâmica de relações. Uma teoria é-nos particularmente importante nessa área: a abordagem de Watzlawick, Beavin e Jackson.

Em pragmática da comunicação, Watzlawick, Beavin e Jackson apresentaram uma análise muito conhecida da comunicação, baseada em princípios sistémicos, um conjunto de objetos que se inter-relacionam mutuamente para formar um todo único⁵⁵. As relações decorrem da interação entre pessoas. Estas fixam para si mesmas certo número de regras de interação, que passam a reger os seus comportamentos comunicativos.

Para esta abordagem, os autores apresentaram cinco axiomas básicos⁵⁶. Em primeiro lugar, uma pessoa não pode deixar de comunicar-se. Este é um ponto muito importante, porque enfatiza que a própria tentativa de evitar a interação é, em si mesma, uma espécie de interação e que, igualmente, qualquer comportamento perceptível é potencialmente comunicativo. Em segundo lugar, toda a comunicação tem um aspeto de conteúdo e um aspeto de relação. Em terceiro lugar, as sequências de interação, tal como as sequências verbais, não podem ser entendidas como uma sucessão de elementos isolados. Elas devem ser pontuadas ou agrupadas sintaticamente para fazer sentido. Em termos gerais, uma interação consiste num movimento realizado por um indivíduo seguido por movimento de outros. Certos comportamentos são respostas a outros. Em quarto lugar, os seres humanos comunicam digital e analogicamente. Os autores

⁵⁴ Cf. P. WATZLAWIK, J. HELMICK BEAVIN & D. D. JACKSON, *Pragmática da Comunicação: um estudo dos padrões, patologias e paradoxos da interação*, Ed. Cultrix, 10, São Paulo, 1998.

⁵⁵ *Ibidem*

⁵⁶ Estes axiomas encontram-se resumidos em Joseph Devito, *The Interpersonal Communication Book*, Nova Iorque, Harper & Row, 1976.

descrevem dois tipos de codificação usados na comunicação interpessoal e cada um deles possui duas características distintas.

A codificação digital é relativamente arbitrária, isto é, um signo digital é usado para representar um referente que não tem relação intrínseca com o signo. A relação entre o signo e o referente é estritamente imputada, os signos digitais são separados e descontínuos, ou estão ligados ou desligados. O código digital mais comum na comunicação humana é a linguagem. Sons, palavras e frases, organizados sintaticamente, comunicam significados

O código analógico é muito diferente dos signos digitais e possui também duas características distintas. A primeira é que um signo analógico não é arbitrário: ou se assemelha ao significado, como uma foto, ou é intrínseco àquilo em que está sendo significado. A segunda é que um análogo, com frequência, é mais contínuo do que descontínuo, tem graus de intensidade e de longevidade. A maioria dos signos não-verbais são analógicos; por exemplo, uma expressão facial de surpresa não é apenas um signo para um sentimento ou estado, mas faz parte da própria surpresa – o seu significado é intrínseco.

Embora os códigos digitais e analógicos sejam muito diferentes um do outro, são usados em conjunto e não podem ser separados na comunicação real em curso. Por exemplo, uma palavra digitada pode ser proferida de várias maneiras paralinguísticas, conforme os aspetos não-verbais que acompanham o discurso: em voz baixa, em voz alta, gritada, sussurrada, etc.; o conteúdo é digital, mas, o modo de articulação é analógico. Por exemplo, falar rapidamente comunica algo diferente do que falar lentamente. Dentro do fluxo de comportamentos em interação, as codificações digitais e analógicas conjugam-se. Watzlawick e seus colegas acreditam que os códigos digitais e os códigos analógicos servem funções diferentes. Os signos digitais, tendo significados

relativamente precisos, comunicam primordialmente a dimensão do conteúdo, ao passo que o código analógico, que é rico em sentimento e significados, constitui o veículo primário para o nível de relação⁵⁷.

O último axioma, expressa uma diferença entre interação simétrica e interação complementar. Quando dois comunicadores numa relação se comportam de um modo muito semelhante, diz-se que a relação é simétrica; as diferenças são minimizadas. Mas, quando as diferenças entre comunicadores são maximizadas, diz-se que existe uma relação complementar.

Henry Jenkins, quando aborda a questão da comunicação, refere apenas a diferença entre a comunicação interpessoal, de um para um, e a comunicação de massas, de um para muitos, e argumenta que a cultura participativa é propiciada pela possibilidade de uma comunicação de muitos para muitos que a convergência mediática possibilita. Ocorreram algumas mudanças na comunicação que decorrem da utilização dos *social media*, pelo facto de estas tecnologias propiciarem a comunicação intragrupal e intergrupar ao ponto de estes tipos de comunicação estarem a suplantar a comunicação interpessoal como principal forma de interação social⁵⁸.

Já Gustavo Cardoso e Manuel Castells sugerem teorizações mais aprofundadas sobre esta temática da comunicação. Gustavo Cardoso sugere que a digitalização torna a comunicação sintética, tanto na sua dimensão tecnológica como no conteúdo. De seguida, constata que os utilizadores articulam diferentes meios de comunicação, digital e de massa, em função dos seus objetivos, necessidades e preferências. Partindo destes dois

⁵⁷ Cf. P. WATZLAWICK, J. BEAVIN, D. D. JACKSON, *Pragmática da Comunicação*.

⁵⁸ H. JENKINS, *Cultura da Convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação*, Ed. Aleph, 2, São Paulo, 2009.

argumentos, ele propõe que estamos perante a emergência de um novo modelo comunicacional, que apelida de comunicação sintética em rede⁵⁹.

Manuel Castells observa também que a internet possibilita que dois tipos de comunicação distintos, a interpessoal e a de massas, ocorram em simultâneo e se misturem, dando origem a um novo tipo de comunicação, para o qual propõe a designação «autocomunicação» de massas” e que exemplifica com o *facebook* e a articulação de diferentes aplicações⁶⁰. O autor aprofunda o conceito de autocomunicação de massas, ao explicar que esta nova forma de comunicação é de massas porque tem potencial para atingir uma audiência alargada, mas que, ao mesmo tempo, é centrada no indivíduo, que gera mais mensagens, decide quem são os destinatários e as plataformas que vai usar para as transmitir e gere a sua ação e as suas relações nas plataformas digitais em rede. Nestas plataformas, a comunicação interpessoal, a comunicação de massas e a autocomunicação de massas coexistem, articulam-se e complementam-se, em vez de se substituírem. A novidade desta nova forma de comunicação reside precisamente, segundo Manuel Castells, na sua capacidade de organizar, articular, combinar e misturar diferentes formas de expressão cultural⁶¹.

Assim, Gustavo Cardoso e Manuel Castells argumentam que as tecnologias digitais estão a motivar a emergência de um novo tipo de comunicação, que corresponde não à articulação nem à ocorrência em simultâneo dos diferentes tipos de comunicação identificados – interpessoal, de massa e intragrupal – mas à sua mistura da qual resulta um novo tipo de comunicação.

⁵⁹ Cf. G. CARDOSO, *Da Comunicação de Massa à Comunicação em Rede*, Porto Editora, 15-57.

⁶⁰ Cf. M. CASTELLS, *A Sociedade em Rede: A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*, vol. I, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 8, 2005, 428-442.

⁶¹ *Ibidem*

3.2. Uma nova forma de interação social e de comunicação

A sociedade da comunicação está a tornar-se uma realidade. O seu surgimento ocorre no meio de uma época de mudanças sociais de alta velocidade, a nível mundial, presentes em todos os cantos do globo. Sistemas e redes sociais de comunicação ligadas a personalidades, organizações e comunidades ativas e interativas operam em novas estruturas, que moldam transformações nas atividades humanas, nos mundos pessoal, público e do trabalho.

Por muito tempo se viu na comunicação uma troca de informações entre pessoas que se movem na mesma cultura e usam os mesmos signos e idiomas, com significados determinados. Hoje, comunicação apresenta-se mais parecida com uma Torre de Babel do que com uma linha de transmissão. Olhamos a comunicação como um fenómeno emergente em cada instante, que nasce de um desequilíbrio entre outro ego e o meu ego, entre «eu» e «tu». Se fossemos idênticos e soubéssemos e experimentássemos o mesmo, nenhum interesse nos levaria a comunicar. A noção de comunicação tem originalmente o significado de ter algo ou fazer algo em comum, de estar ligado, de repartir algo. Diversas áreas científicas atribuem ao termo interpretações próprias, focalizando certos aspetos, dependendo do contexto em que o conceito for aplicado. A aplicação mais trivial do conceito encontra-se no contexto da física mecânica, onde se usa o conhecido modelo ou princípio dos vasos comunicantes: dois vasos estão interligados numa relação de influência direta; cada alteração da quantidade do líquido contido num vaso provoca uma alteração correspondente no outro vaso. No modelo técnico de comunicação, distingue-se emissor e recetor, que transmitem mensagens através de um meio chamado canal. No caso ideal de funcionamento, há a transmissão de uma mensagem, sem perdas de dados, do emissor A para o recetor B. Uma transmissão bem-sucedida significa, neste caso, que B recebeu a sequência de dados tal qual A a emitiu. Caso as estações, A e B, puderem

trocar de função, o emissor torna-se recetor e vice-versa; trata-se ainda de uma influência direta e linear, porém mútua. A relação entre A e B continua parecida com a relação entre os vasos comunicantes. Esta visão de comunicação entre emissor e recetor nasceu, na verdade, com a tecnologia de transmissão de sinais à distância, nomeadamente com a telefonia. É isso que distingue este modelo do dos vasos comunicativos – é que, além de emissor e recetor, o modelo trabalha com um terceiro elemento, o canal⁶².

Por muito tempo, e praticamente até os dias de hoje, este modelo vem sendo aplicado também à comunicação humana em geral. Para tentar adaptar esse modelo de comunicação para as ciências sociais, emissor e recetor tiveram que ser pensados como sistemas não triviais, não determinados um pelo outro, mas como sistemas que processam sentido, cada um do seu modo. Os comunicadores, quer emissor, quer recetor não podiam mais ser vistos como sistemas mecanicistas, como se fossem, por exemplo, dois aparelhos de telefone ou duas disquetes. Adaptou-se o modelo técnico a uma realidade social de comunicação interpessoal, cujos participantes formam expectativas baseadas na sua experiência e se orientam nelas. Isso quer dizer que um modelo social de comunicação tem de levar em conta que os emissores escolhem as suas informações dependendo das reações que esperam do recetor. Eles antecipam possíveis reações, esperando-as e imaginando-as, e orientam as suas mensagens conforme esta antecipação. Todo este processo já pouco ou nada tem a ver com a transmissão da mensagem enquanto fenómeno técnico, já que o que importa é o conteúdo da informação. Tratando-se de sistemas psicossociais, já não existe uma relação linear de causa e efeito entre emissor e recetor. A causa e o efeito da comunicação podem ser constatados apenas numa observação posterior do comportamento do emissor e do recetor. São eles que marcam o processo de

⁶² Cf. G. STOCKINGER, *Para uma Teoria Sociológica de Comunicação*, Editora Eletrônica Facom - UFBA, Salvador / Versão 2.0, 2001, 43-50, disponível em: http://simaocc.home.sapo.pt/e-biblioteca/pdf/gottfried_sec2.pdf.

comunicação conforme as interpretações próprias de cada um. Aparecem aqui os chamados aspetos socio-cibernéticos da comunicação, que a tornam extremamente complexa e, por isso, incontrolável, pelo menos ao nível interativo⁶³.

Vivemos numa realidade em que a tecnologia está a transformar rapidamente o estilo da comunicação humana, cada vez mais mediatizada por meios mecânicos e eletrónicos. E isto, por um lado, facilita a comunicação a grande distância e com um grande número de pessoas mas, por outro lado, pode dificultar o aproveitamento de toda a riqueza e de todas as possibilidades da comunicação direta entre os indivíduos.

Os *media* digitais não são apenas mediadores da relação do ser humano com o seu ambiente envolvente, mas também da sua relação com os outros. Por serem interativos e envolventes e porque se articulam em rede, são propícios à comunicação de muitos-para-muitos e, portanto, são mediadores por excelência da interação social⁶⁴.

Quando falamos desta nova forma de interação social e de comunicação, também falamos do seu impacto nas relações humanas. Sobre o impacto da sua mediação na relação e interação social, é possível organizar as propostas de vários autores em duas posições antagónicas. Alguns autores, como Marshall McLuhan e Barry Wellman, consideram que as redes sociais *online* intensificam a comunicação e reforçam as relações. Outros, como Zygmunt Bauman e Sherry Turkle, consideram que os *media* digitais promovem isolamento, tornam as relações mais superficiais e fomentam o individualismo, ao proporcionarem maior poder de escolha e decisão aos indivíduos.

Marshall McLuhan usa o seu conceito «retribalização» para avançar com a noção de que as tecnologias digitais propiciam um maior envolvimento na comunidade e reforça a comunicação, que se assemelha à que ocorria na era tribal. Assim, chegou à conclusão

⁶³ *Ibidem*

⁶⁴ Cf. P. DIAS, *Viver na Sociedade Digital: tecnologias digitais, novas práticas e mudanças sociais*, Ed. Principia, Cascais, 83.

de que o individualismo, a especialização, a fragmentação, a privacidade, a lógica sequencial e a racionalidade linear, que eram característicos da literacia, estavam a dar lugar à vida em comunidade, à simultaneidade e à perceção da realidade como um todo integrado, aspetos que eram característicos da era tribal, com novas características e configurações. Por exemplo, a influência dos *media* eletrónicos não se faz sentir apenas em pequenas comunidades, mas à escala global, o que levou Marshall McLuhan a propor o conceito da «aldeia global». O homem eletrónico, tal como o tribal, vive envolvido no seu ambiente e na vida em comunidade, mas a partir da conectividade constante à sua rede de relações próximas a partir de plataformas, como por exemplo, o *facebook* e *smartphones*⁶⁵.

Por outro lado, temos a perspetiva de Zygmunt Bauman, que aprofunda este tema partindo do seu conceito «amor líquido»⁶⁶. O autor considera que há uma intensificação do individualismo na sociedade contemporânea, que resulta da liquefação das estruturas sociais da modernidade e do aumento da complexidade e da incerteza que caracterizam a sociedade contemporânea, que passa a exigir um estilo de vida mais instável, flexível e adaptável. A dissolução ou a flexibilização dos laços, tanto nas estruturas sociais como entre os indivíduos, é um requisito da vida líquida, mas tem como consequência o aumento da instabilidade, da complexidade e da incerteza que a originaram, constituindo, assim, um círculo vicioso que conduz, em última instância, a uma maior fragilidade dos laços e das relações sociais⁶⁷.

Esta liquefação do amor apresenta um carácter paradoxal: por um lado, os indivíduos necessitam de se manter livres e independentes para se poderem adaptar às constantes mutabilidade e incerteza da vida líquida; por outro lado, necessitam também

⁶⁵ Cf. M. MCLUHAN, *La Galaxie Gutenberg face à l'Ere Electronique: les civilisations de l'âge oral à l'imprimerie*, Ed. MAME, 33-36.

⁶⁶Cf. Z. BAUMAN, *Liquid Love, on the frailty of human bonds*, Cambridge ; Malden : Polity Press, 2003.

⁶⁷ *Ibidem*

de se relacionar com os outros, acabando assim por criar laços e relações líquidas, ou seja, frágeis, efémeras, mutáveis e flexíveis⁶⁸. O autor refere, a este propósito, uma substituição do conceito «relação» pelo conceito «conexão» na modernidade líquida, estando a conectividade associada à superficialidade e à flexibilidade das redes tecnológicas digitais. Assim, as redes sociais passam a configurar-se à semelhança das redes tecnológicas que as medeiam.

Portanto, é da relação entre a interação social e a forma particular de mediação dos novos *media* que emergem novos padrões e tipos de interação. Os *media* digitais são, ao mesmo tempo, fator moldador da interação social e resposta para as necessidades dos indivíduos, pois possibilitam-lhes a flexibilização dos laços que, segundo Zygmunt Bauman, é um requisito de um estilo de vida líquido, adaptado à modernidade líquida, ao mesmo tempo que possibilitam a sua manutenção e o seu reforço, ainda que numa configuração mais superficial, efémera e flexível⁶⁹.

O modo como as redes sociais *online* funcionam fez surgir algumas designações do modelo da sociedade, como «sociedade em rede». Esta é designada pelo sociólogo catalão Manuel Castells como uma sociedade cuja estrutura social assenta em redes ativadas pela microelectrónica, que processam informação em circulação através de tecnologias digitais de informação e comunicação⁷⁰. O que torna as redes sociais atuais diferentes é precisamente o facto de serem suportadas por uma infraestrutura tecnológica digital que não só lhes permite ultrapassar os constrangimentos do tempo e do espaço, mas também propicia a sua proliferação, bem como a comunicação através dela.

⁶⁸ *Ibidem*

⁶⁹ *Ibidem*

⁷⁰ Cf. M. CASTELLS, *A Sociedade em Rede*.

Conclusão

Já é bastante claro que as novas Redes Sociais têm uma grande influência na vida social hoje. Por um lado, elas possibilitam várias formas de socialização entre indivíduos e, por outro lado, os indivíduos podem apresentar-se como quiserem. A época em quem vivemos pede ao indivíduo que represente os mais diversos papéis, como o de estudante, profissional, pai, filho, etc., e só existe um lugar onde se podem reunir todas essas identidades: as Redes Sociais.

CAPÍTULO II

ASPETOS FUNDAMENTAIS DA FÉ CRISTÃ

Apesar das suas fórmulas dogmáticas altamente elaboradas, a fé Cristã e todo o seu conteúdo amparam-se na experiência pessoal e comunitária dos primeiros cristãos⁷¹. A verdade central da fé dos primeiros cristãos é esta: Cristo morreu por nós e ressuscitou (cf. *Rm* 4, 24). A Igreja conservou e transmitiu esta fé de geração em geração, procurando elucidá-la ao mesmo tempo que dialogava com a cultura e a mentalidade dos povos onde estava inserida. A fé é, portanto, uma relação forte entre Deus e o seu povo; ela inscreve-se numa aliança, é sempre resposta a uma iniciativa de aliança.

Neste capítulo, vamos ocupar-nos da Bíblia e da dogmática, procurando fazer uma ligação entre as afirmações da Sagrada Escritura, da Tradição Cristã e do Magistério da Igreja. Para isso, servir-nos-ão como objeto de estudo os quatro pilares do Símbolo dos Apóstolos: crer em Deus; crer em Jesus Cristo; crer no Espírito Santo e crer na Igreja.

A forma básica do Credo surgiu no decurso dos séculos II e III d. C., no contexto da prática batismal. O berço do texto foi a cidade de Roma, onde ele era utilizado na liturgia ou, mais precisamente, no rito do Batismo. Este remonta, por sua vez, na sua forma básica, às palavras do Ressuscitado, transmitidas em *Mt* 28, 19: «Ide, pois, ensinai todas as nações, batizando-as em nome do Pai e do Filho e do Espírito Santo». Por isso, são três as perguntas dirigidas aos batizados: Crês em Deus Pai Todo Poderoso? Crês em Jesus Cristo, o Filho de Deus? Crês no Espírito Santo⁷²?

O conteúdo da fé cristã tem o seu lugar indiscutível no contexto da profissão de fé, que é renúncia e adesão, conversão, ou seja, redirecionamento do ser humano no sentido de dar à vida um rumo novo. Há uma unidade do Símbolo, que era como a Igreja antiga

⁷¹ Cf. X. PIKAZA, *Dios como Espírito y Persona*, Secretariado Trinitario, Salamanca, 191.

⁷² Cf. HIPÓLITO DE ROMA, *Tradição Apostólica*, nº 12, Vozes, Petrópolis, 1981.

chamava a profissão de fé feita no Batismo. Joseph Ratzinger faz uma analogia muito bonita sobre o Símbolo recorrendo à sua origem: «Símbolo» vem de *symballein*, que significa coincidir, juntar. O seu pano de fundo é um costume antigo que consistia em usar duas partes de um anel, de um bastão ou de uma tabuleta que se encaixavam uma na outra como sinal de identificação para comensais, mensageiros ou contraentes. Possuir a metade complementar dava direito a receber um determinado objeto ou sentar-se à mesa. O Símbolo é a parte que remete para a complementação no outro, criando mútuo reconhecimento e união. Ele exprime e possibilita essa união⁷³.

Assim, chamando Símbolo à profissão de fé, faz-se referência à sua verdadeira natureza. Na visão de Joseph Ratzinger, é esse o sentido original das formulações dogmáticas na Igreja: possibilitar a profissão comum de Deus e a sua adoração em comum. Sendo chamada Símbolo, a profissão de fé aponta para o outro como complemento e para a unidade do Espírito na palavra que é a mesma para todos⁷⁴.

1. Crer em Deus

O primeiro objeto da fé, confessado no artigo inicial do Credo, é Deus, logo reconhecido como Pai e qualificado de Onnipotente ou Todo-Poderoso, pelo facto de ser criador do céu e da terra. Crer em Deus não é simplesmente acreditar na sua existência (*credere Deum*), mas sobretudo acolher e aderir à verdade sobre a sua palavra (*credere Deo*) e a sua obra.

Creio em Deus é, pois, a afirmação primordial da profissão de fé e também a mais importante. Todas as outras afirmações do Credo partem desta primeira confissão e têm

⁷³ Cf. J. RATZINGER, *Introdução ao Cristianismo: Preleções sobre o «Símbolo Apostólico»*, Principia, Cascais, 2005, 67.

⁷⁴ *Ibidem*

a ver com ela, na medida em que dão a conhecer como Deus se revelou enquanto único e verdadeiro Deus. As palavras com as quais os cristãos professam a sua fé, há mais de dois mil anos, têm a sua origem noutra história que é ainda mais antiga: a profissão de fé diária de Israel. Trata-se de uma reformulação cristã dessa profissão, que diz: “escuta Israel, o Senhor, teu Deus, é um só” (cf. *Dt* 6, 4). O Credo cristão retoma, nas suas primeiras palavras, o Credo de Israel e, com ele, também a sua experiência de fé e a sua luta por Deus.⁷⁵

“Javé, teu Deus, é um Deus único” (cf. *Dt* 6, 4). Esta profissão de fé fundamental que condiciona, como pano de fundo, o nosso Credo é, de acordo com o seu sentido original, uma renúncia aos deuses vizinhos. Esta situação de renúncia, que tem a sua origem na fé de Israel, não é fundamentalmente outra no Credo cristão dos primeiros tempos, em que o ingresso na comunidade cristã e a aceitação do seu Símbolo constituem uma decisão existencial de consequências graves. Quem aderira a esse Credo distanciava-se, ao mesmo tempo, das leis que regiam o mundo do qual fazia parte. Renunciava à adoração do poder político, à adoração do prazer, ao culto do medo e à superstição⁷⁶.

1.1. A Fé em Deus na Bíblia: A revelação do nome de Deus

Para podermos compreender a fé em Deus tal como aparece na Bíblia é preciso estudar a sua evolução histórica desde as origens, com os Patriarcas de Israel, até aos últimos escritos do Novo Testamento. Temos já no Antigo Testamento um roteiro capaz de nos orientar nos nossos estudos, pois expressou a sua ideia de Deus essencialmente em dois nomes: *Eloim e Javé*.

⁷⁵ Cf. J. RATZINGER, *Introdução ao Cristianismo*, 78.

⁷⁶ *Ibidem*, 79.

O texto central da conceção de Deus e da profissão de fé em Deus no Antigo Testamento é a narrativa da sarça-ardente (*Ex 3*), em que é estabelecida, com a revelação do nome de Deus a Moisés, a base decisiva da ideia de Deus que prevalecerá em Israel a partir desse episódio. Deus oculto revela-se na sarça-ardente. Ele quer que Moisés lidere o povo de Israel⁷⁷, mas Moisés hesita e exige, por sua vez, uma identificação. É neste contexto que se dá o diálogo que, desde então, tem suscitado as mais diversas interpretações: «Moisés disse a Deus: “Quando eu for ter com os filhos de Israel e lhes disser que o Deus dos seus pais me enviou para junto deles, se me perguntarem qual é o seu nome, que lhes responderei?” Deus disse então a Moisés: “Eu sou aquele que sou” e acrescentou: “Assim falarás aos Israelitas: ‘Eu sou envia-me a vós!’ Esse é para sempre o meu nome, esse é o nome com que me invocarão de geração em geração”» (*Ex 3, 13-15*).

A intenção do texto consiste em justificar o nome Javé como nome certo de Deus em Israel⁷⁸. O que se explica pelo facto de a palavra “Javé” remeter para a raiz *haia*, que significa “ser”. Neste sentido, Joseph Ratzinger traduziu o versículo 14 «Sou aquele que sou» para «Sou o ser»⁷⁹. O nome bíblico de Deus identifica-se, nesta tradução, com o conceito filosófico do “ser”.

Existem muitos indícios de que a formulação desse nome pode ter sido obra de Moisés, que, com ele, levou uma nova luz e uma nova esperança aos seus compatriotas escravizados, facto que conduziu à transformação de Israel num povo. Podemos, portanto, afirmar que Israel se tornou um povo a partir de Deus, a partir dum chamamento de esperança expressa no nome de Deus. Trata-se dum Deus que aparece com um carácter

⁷⁷ Cf. C. IZQUIERDO URBINA, *Teologia Fundamental*, EUNSA, 1998, 233.

⁷⁸ Cf. H. KÜNG, *Dieu existe-t-il?*, SEUIL, 1981, Paris, 717-718.

⁷⁹ Cf. J. RATZINGER, *Introdução ao Cristianismo*, 84-85.

peçoal. É um Deus que tem contacto com o ser humano enquanto pessoa. É o Deus da promessa⁸⁰.

É um escândalo, para o nosso pensamento, o simples facto de Deus ter um nome, aparecendo, portanto, como uma espécie de indivíduo. Mas Joseph Ratzinger convida-nos a uma leitura atenta deste acontecimento e propõe-nos uma interpretação da cena da sarça ardente, que nos ajuda a perceber se realmente se trata de um nome. A cena da sarça ardente apresenta esse nome de tal maneira que ele deixa praticamente de ser um nome, realça Joseph Ratzinger. Durante o diálogo, Moisés pergunta: “quando eu for ter com os filhos de Israel e lhes disser que o Deus de seus pais me enviou para junto deles, se me perguntarem qual é o seu nome, que lhes responderei”? (cf. *Ex* 3, 13). Sabemos que Deus respondeu assim a Moisés: “Eu sou Aquele que sou”. (cf. *Ex* 3, 14). Diz-nos Joseph Ratzinger que esta resposta parece-se mais com uma recusa; tem-se a impressão de que a intenção de Deus é mais negar a comunicação do seu nome do que revelá-lo. O Deus com o qual Moisés se comunica na sarça ardente não pode revelar o seu nome como os deuses das nações em redor, que são deuses-indivíduos ao lado de outros do mesmo tipo e que, por isso mesmo, precisam de um nome⁸¹.

No episódio da sarça ardente, o nome de Deus é dissolvido e transformado em mistério. Neste mistério estão presentes simultaneamente vários aspetos de Deus. Este torna-se conhecido e desconhecido, revelado e oculto, como nos mostra Nicolau de Cusa na sua obra *De Deo Abscondito*⁸².

O nome, sinal do conhecimento, torna-se símbolo do Deus desconhecido⁸³ e “inominado”. Neste sentido, pode ser considerada perfeitamente legítima a prática

⁸⁰ *Ibidem*, 87.

⁸¹ Cf. J. RATZINGER, *Introdução ao Cristianismo*, 91.

⁸² Cf. NICOLAU DE CUSA, por Eusébio Colomer, *De Deo Abscondito*, Faculdade de Filosofia, Braga, 1964.

⁸³ Cf. W. KASPER, *El Dios de Jesu Cristo*, Sal Terrae, 2013, 206.

posterior de não mais pronunciar esse nome em Israel. Contudo, Moisés obteve autorização para dizer aos que porventura o interrogassem: «Eu sou envia-me a vós» (*Ex* 3,14). Isto significa que Ele tem uma resposta a dar, apesar de ser uma resposta enigmática. Nesse simples “sou eu”, o Deus de Israel entra em confronto com os outros deuses, identificando-se como Aquele que é, em oposição àqueles que foram destruídos.

No Novo Testamento, no Evangelho de São João, reencontramos aquela linha de pensamento que encara a ideia de Deus cada vez mais sob a luz da ideia do ser, identificando-O simplesmente com o “sou eu”. São João retoma no seu Evangelho o elemento essencial da história da sarça ardente, a ideia do nome de Deus. No seu Evangelho, São João compara Cristo a Moisés e descreve-O como aquele em quem a história da sarça ardente alcança o seu verdadeiro significado. Jesus é quem revela o nome de Deus, representando-se como o cume da história da sarça ardente no Novo Testamento. No capítulo 17 do Evangelho de São João, encontramos alguns versículos em que o tema do nome de Deus se repete várias vezes: 6, 11, 12 e 16. Mas apenas dois versículos aparecem como principais: «Manifestei o Teu nome aos homens que, do mundo me deste» (17, 6) e «Dei-lhes a conhecer o Teu nome e dá-lo-ei a conhecer, para que o amor com que me amaste esteja neles e eu esteja neles também» (17, 26). Cristo aparece como a própria sarça ardente a partir da qual o nome de Deus é comunicado aos homens. Nesse contexto, a ideia do nome entra numa fase nova e decisiva. O nome deixa de ser uma mera palavra: torna-se pessoa no próprio Cristo⁸⁴. Em Cristo, Deus tornou-se Aquele que pode ser chamado, passou a ser carne da nossa carne, ossos dos nossos ossos. Deus agora é um de nós e, por isso, pode ser chamado pelo nome, uma vez que participa da nossa existência.

⁸⁴ Cf. J. RATZINGER, *Introdução ao Cristianismo*, 95.

No conceito bíblico de Deus, mantém-se constante uma dupla componente. Por um lado, estão os elementos do carácter pessoal, da proximidade, da invocabilidade, da acessibilidade, que se concretizam e resumem na atribuição de um nome. Trata-se sempre do Deus dos seres humanos, do Deus com um rosto, do Deus pessoal, que foi prenunciado como Deus dos nossos pais, de Abraão, de Isaac e de Jacob, e posteriormente, Deus de Jesus Cristo. Por outro lado, existe o facto de essa proximidade e essa acessibilidade serem um gesto de liberalidade d'Aquele que está acima do espaço e do tempo e que, livre de qualquer vínculo, tudo vincula a Si⁸⁵.

O paradoxo da fé bíblica em Deus está na integração dos dois elementos mencionados; ou seja, acredita-se no ser como pessoa e na pessoa como o próprio ser. Só o oculto é visto na fé como o verdadeiramente próximo, só o inacessível é visto como acessível, só o uno indefinido é visto como o uno pessoal.

1.2. A Revelação divina para o homem de hoje

Vivemos hoje sob o signo dum certo pessimismo ou, pelo menos, duma certa frustração perante o grande sonho da modernidade, na qual o homem, medida de todas as coisas, se erigiu como o centro de todo o pensamento, acreditando na possibilidade de construir a cidade terrena à margem de toda a transcendência⁸⁶.

Sobre a revelação divina, o Concílio Vaticano II exprimiu-se nestes termos:

«Aprove a Deus, na sua bondade e sabedoria, revelar-se a Si mesmo e dar a conhecer o mistério da sua vontade (cf. *Ef* 1,9), segundo o qual os homens, por meio de Cristo, Verbo encarnado, têm acesso ao Pai no Espírito Santo e se tornam participantes da natureza divina (cf. *Ef* 2,18; *2 Pe* 1,4). Em virtude desta revelação, Deus invisível (cf. *Col* 1,15; *1 Tm* 1,17), na riqueza do seu amor fala aos homens como amigos (cf. *Ex* 33, 11; *Jo* 15,14-15) e convive

⁸⁵ *Ibidem*, 97.

⁸⁶ A ideia de que Deus pode falar ao homem tornou-se problemática. Deus existe, sem dúvida, como o grande mecânico do mundo (Baruch Spinoza: 1632-1677), mas é impensável que ele pudesse revelar ou manifestar algo de si mesmo, seja em palavras, seja em atos.

com eles (cf. *Br* 3,38), para os convidar e admitir à comunhão com Ele. Esta “economia” da revelação realiza-se por meio de acções e palavras intimamente relacionadas entre si, de tal maneira que as obras, realizadas por Deus na história da salvação, manifestam e confirmam a doutrina e as realidades significadas pelas palavras; e as palavras, por sua vez, declaram as obras e esclarecem o mistério nelas contido. Porém, a verdade profunda tanto a respeito de Deus como a respeito da salvação dos homens, manifesta-se-nos, por esta revelação, em Cristo, que é, simultaneamente, o mediador e a plenitude de toda a revelação»⁸⁷.

Deus comunica-se aos homens, dá-se pessoalmente a eles, a fim de estabelecer com os homens uma comunhão. A comunhão existente entre Deus e os homens podemos encontrá-la segundo uma forma bíblica em *2 Pe* 1, 4, como uma participação da natureza divina. A imagem que o Concílio passa é a do amigo que fala familiarmente ao seu amigo como fez Deus com Moisés no episódio da sarça ardente.

A autocomunicação de Deus ao homem, que é a Revelação, encontra a sua expressão plena em Jesus Cristo. É nele que consiste toda a revelação cristã: nas suas palavras, mas também nas suas ações e atitudes. Podemos, então, perguntar: de que modo a revelação plena de Deus em Jesus Cristo é hoje acessível ao homem?

1.3. A Resposta do Homem à Revelação de Deus em Jesus Cristo

«Depois de ter falado muitas vezes e de muitos modos pelos profetas, falou-nos Deus nestes dias que são os últimos, através de seu filho» (*Heb* 1, 1-2). O Concílio Vaticano II, na Constituição *Dei Verbum*, coerentemente retoma, nesta citação da Epístola aos Hebreus, o tema do Cristo mediador e plenitude da revelação⁸⁸. Em Jesus Cristo encontramos a plenitude da comunicação entre Deus e o homem⁸⁹.

⁸⁷ *Constituição Dogmática sobre a Revelação Divina (Dei Verbum)*, 2, CONCÍLIO ECUMÉNICO VATICANO II, Editorial A. O., Braga, 1983.

⁸⁸ Cf. *Dei Verbum*, 2.

⁸⁹ Cf. IOANNES PAULUS PP. II, *Litterae Encyclicae «Redemptoris Missio»* (7 decembrii 1990) in AAS 83 (1991) 254.

O Concílio confronta-nos ainda com uma outra citação da Epístola de São Paulo ao Romanos: «A Deus que revela é devida a obediência da Fé» (Rm 16, 26), pela qual o homem livremente se oferece todo a Deus. Portanto, nesta conceção mais ampla e mais bíblica também a fé é considerada como oferta de liberdade, como entrega, como dom de si próprio, pelo qual o homem todo se oferece a Deus⁹⁰.

A Epístola aos Hebreus é o único livro da Bíblia que traz uma definição específica da fé: «A fé é o fundamento do que se espera e a convicção das realidades que não se vêem» (11, 1). Aqui podemos interpretar a Fé como ter uma base firme. A fé confere à nossa vida uma base firme, um fundamento sobre o qual nós podemos construir. Portanto, a fé significa construir em Deus, entender a minha existência a partir d'Ele.

Em Cristo, a fé, como resposta do homem a Deus, ganhou novas configurações. A teologia dogmática distingue entre aquilo em que eu creio (*fides quae creditur*) e a fé como ato do ser humano (*fides qua creditur*)⁹¹. Refere ainda o ter fé numa pessoa (*fides cui creditur*). Assim, a fé não é somente a confiança em Deus, como Aquele que me criou e me redimiu em Cristo, mas inclui também a entrega de si mesmo a Deus. Como tal, a fé, enquanto adesão à mensagem da Revelação, é adesão pessoal ao próprio Deus, pela qual nos é concedida a participação na sua vida trinitária. Esta adesão dá-se no acolhimento de Cristo e do seu anúncio, por ação interna do Espírito. A fé assume, deste modo, uma forte dimensão histórico-salvífica e trinitária. A Trindade aparece como princípio, meio e fim do ato de fé, sem que este deixe de ser um ato autenticamente humano. O documento do Concílio afirma que:

⁹⁰ Cf. *Dei Verbum*, 5.

⁹¹ Cf. A. SCHULER, *Dicionário Enciclopédico de Teologia*, Série Teológica (entrada: *Fides qua e Fides quae*).

A *fides qua* refere-se ao ato de fé realizado pelo sujeito, uma decisão pessoal de assentimento a uma realidade que se lhe apresenta. Se a *fides qua* está fundamentada na experiência de Deus, ela ganha em solidez. Por outro lado, entende-se por *fides quae* o conteúdo da fé a qual o sujeito dá o seu assentimento, ou seja, as verdades reveladas e conhecidas pelo sujeito que a elas dá o seu assentimento. A *fides quae* abre para a dimensão eclesial da fé, visto que são as afirmações de fé partilhadas por todos aqueles crêem.

«Pela fé, o homem entrega-se total e livremente a Deus oferecendo “a Deus revelador o obséquio pleno da inteligência e da vontade” e prestando voluntário assentimento à Sua revelação. Para prestar esta adesão da fé, são necessários a prévia e concomitante ajuda da graça divina e os interiores auxílios do Espírito Santo, o qual move e converte a Deus o coração, abre os olhos do entendimento, e dá “a todos a suavidade em aceitar e crer a verdade”. Para que a compreensão da revelação seja sempre mais profunda, o mesmo Espírito Santo aperfeiçoa sem cessar a fé mediante os seus dons»⁹².

A fé, enquanto resposta do homem à revelação de Deus, nasce de uma relação pessoal com Aquele em quem se crê⁹³. Enquanto ato humano, é um ato pessoal de encontro. Este encontro com Deus dá-se através do encontro com Jesus Cristo. Dessa forma, o cristão torna-se, antes de mais, participante da própria Fé pessoal de Jesus Cristo, na sua relação dialógica com o Pai. Assim como Ele vive não a partir de Si mesmo, mas do Pai que lhe é origem, assim o cristão, na fé, não fundamenta a sua existência em si mesmo, mas na pessoa de Jesus Cristo e por Ele na própria Trindade. A fé nasce, portanto, de um ato de comunicação entre Deus, em Cristo, e o ser humano. Comunicação num certo sentido bilateral, pois que a um chamamento se segue uma resposta. A fé dá-se numa decisão livre do ser humano, que responde pessoalmente ao chamamento de Deus (*DV* 5). Uma resposta que, não sendo provocada por iniciativa humana, não deixa de ser um ato livre de decisão humana.

2. Crer em Jesus Cristo

O artigo da fé centrado na pessoa de Jesus Cristo encabeça a segunda parte do credo trinitário e compendia todos os demais artigos cristológicos que se desenvolvem a partir desse centro da fé, desde a concepção virginal até à última vinda na parusia. «Se

⁹² *Dei Verbum*, 5.

⁹³ Cf. W. KASPER, *El Dios de Jesu Cristo*, 208.

confessares com os lábios que Jesus é o Senhor e acreditares no teu coração que Deus o ressuscitou dos mortos serás salvo» (*Rm* 10, 9) – é esta a afirmação central e específica da fé cristã⁹⁴.

O Símbolo formula a sua profissão de fé em Jesus numa expressão extremamente simples: “Creio em Jesus Cristo seu único Filho, nosso Senhor”. Podemos afirmar com toda a convicção que o ponto de partida para esta profissão de fé é a Cruz. A Cruz é o lugar de origem da fé em Jesus e de toda a Fé cristã⁹⁵. Na sua condição de crucificado, esse Jesus é o Cristo, o rei. Ele é o rei, enquanto crucificado. Ser rei é, no seu caso, ter-se entregado a si mesmo aos homens. A partir da cruz, a fé passa a entender cada vez melhor que esse Jesus não se limitou simplesmente a fazer e a dizer algo, passa a entender que n’Ele a missão e a pessoa são idênticas, de modo que Ele é já aquilo que diz⁹⁶. São João apresenta-nos no seu Evangelho que esse Jesus Cristo é “palavra” e é “verbo”, uma pessoa que não só tem palavras, mas também é a sua palavra e a sua obra⁹⁷.

2.1. Filho de uma virgem, concebido pelo Espírito Santo

Uma das afirmações constantes em todas as fórmulas do Credo, desde as mais antigas, é a conceção e o nascimento de Jesus, isto é, a encarnação. Várias passagens bíblicas do Novo Testamento apresentam-nos esta afirmação como um dado bem assegurado: o verbo de Deus enviado pelo Pai «numa carne semelhante à do pecado» (*Rm* 8, 3); «manifestou-se na carne» (*1Tm* 3, 16); «nascido da linhagem de David segundo a carne» (*Rm* 1, 3; 9, 5); «nasceu de mulher» (*Gl* 4, 4)⁹⁸. Isidro Lamelas na sua publicação, *o Credo comentado pelos Padres da Igreja*, garante que a melhor síntese teológica deste

⁹⁴ Cf. I. PEREIRA LAMELAS, *Sim, Creemos: o Credo comentado pelos Padres da Igreja*, Universidade Católica Editora, Lisboa, 2013, 155.

⁹⁵ Cf. J. RATZINGER, *Introdução ao Cristianismo*, 150.

⁹⁶ Cf. W. KASPER, *El Dios de Jesu Cristo*, 304.

⁹⁷ *Ibidem*

⁹⁸ IRENEU DE LYON, *Adversus Haereses*, III, 22, 1, Paris, CERF, 1985.

mistério fundante da fé é-nos oferecida por *São João* 1, 14: «e o verbo fez-se carne e habitou entre nós; e vimos a sua glória, que recebe do Pai, como unigénito, cheio de graça e de verdade»⁹⁹.

A fé firme assenta nesta verdade do verbo divino que se fez carne. A realidade da encarnação é essencial para a fé e a salvação do género humano. Nela se exprime a descida do verbo ao mundo: fazendo-se temporal e criatura, Aquele que é eterno junto de Deus e com Deus. Sem deixar de ser o que era, “fez-se” o que antes não era, ou seja, fez-se temporal e homem. A encarnação do verbo consiste em fazer-se homem, em tudo o que o homem é, incluindo a fragilidade da carne, exceto no pecado (cf. *Hb* 2, 17). Deus manifestou-se como Deus na carne, para elevar a carne à condição divina. A encarnação do Verbo de Deus tem por principal finalidade fazer a vontade do Pai a respeito da humanidade. Por isso, «Cristo que era de condição divina não se valeu da sua igualdade com Deus (...), mas assumiu a condição de servo» (*Fl* 2, 6-11).

Os Padres da Igreja não se cansaram de lembrar que, de facto, o Verbo se fez carne, para levar o homem à condição divina. O fazer-se carne, afirma Santo Ireneu, é garantido precisamente pela maternidade de Maria. Jesus recebeu a substância de homem, fez-se homem e tornou-se Filho do Homem¹⁰⁰, porque de Maria, que tinha origem de humanos e também era humana, Ele recebeu uma origem humana¹⁰¹. Santo Ireneu utilizou ainda algumas expressões bem realistas para exprimir a condição humana da maternidade de Maria: Ela *praegnans erat*¹⁰²; Jesus esteve de verdade *in vulva Mariae*¹⁰³. Jesus é realmente filho nascido de Maria, porque Maria cooperou positivamente, como mãe, no seu nascimento¹⁰⁴. Ireneu defende assim a cooperação de Maria como mãe no

⁹⁹ Cf. I. PEREIRA LAMELAS, *Sim, Cremos*, 170.

¹⁰⁰ Cf. IRENEU DE LYON, *Adversus Haereses* III, 22, 1.

¹⁰¹ Cf. IRENEU DE LYON, *Adversus Haereses*, III, 19, 3.

¹⁰² IRENEU DE LYON, *Adversus Haereses*, III, 16, 3; 19, 3; 21, 5.

¹⁰³ IRENEU DE LYON, *Adversus Haereses*, III, 16, 4.

¹⁰⁴ IRENEU DE LYON, *Adversus Haereses*, III, 21, 7.

nascimento do filho de Deus, apresentando a sua maternidade como fundamental para a realização da economia salvífica. Na verdade, a realidade da maternidade de Maria é essencial para que se cumpram as promessas feitas por Deus ao povo do Antigo Testamento. Pode-se afirmar que Cristo é verdadeiramente homem, porque tomou da raça humana um corpo verdadeiramente terrestre. Por isso, Ele próprio se intitula Filho do Homem.

2.2. Morreu e ressuscitou ao terceiro dia

É consensual que, entre a morte de Jesus e a constituição da primeira comunidade cristã, algo ocorreu. A morte de Jesus coloca o grupo dos seus seguidores numa situação de desconcerto ao ponto de abandonarem a esperança que tinham depositado n'Ele. Mas o que é que ocorreu? Trata-se de um acontecimento que, a partir desse momento, o grupo dos seguidores de Jesus deve anunciar. A Sagrada Escritura elege uma palavra que explica o ocorrido: “Ressurreição”. E temos em todo o Novo Testamento testemunhos que esclarecem este acontecimento. O texto da ressurreição, tal como se nos oferece na Sagrada Escritura, dá este testemunho quando as mulheres vão ao sepulcro com intenção de ungi o cadáver: «Ressuscitou» (*Mc 16, 6*)¹⁰⁵.

A ressurreição de Jesus está no centro da fé Cristã, do mesmo modo que a paixão e a cruz. Nós definimos o cristão como aquele que crê em Cristo ressuscitado. Tomemos o discurso de Pedro, situado por Lucas nos Atos dos Apóstolos no dia de Pentecostes, como o anúncio público da ressurreição de Jesus:

«Jesus de Nazaré, Homem acreditado por Deus junto de vós, com milagres, prodígios e sinais que Deus realizou no meio de vós por seu intermédio, como vós próprios sabeis, depois de entregue, conforme o desígnio imutável e a previsão de Deus, vós o matastes, cravando-o na cruz pela mão de gente perversa. Mas Deus ressuscitou-o, libertando-o dos grilhões da morte,

¹⁰⁵ Cf. A. GESCHÉ, *Jesu Cristo, Dios para pensar IV*, Sígueme, Salamanca, 2013, 135-138.

pois não era possível que ficasse sob o domínio da morte. Foi este Jesus que Deus ressuscitou e disto nós somos testemunhas»¹⁰⁶.

Mas este testemunho apresenta-se em si mesmo como um testemunho de fé. Os Apóstolos são as testemunhas que falam em nome da sua fé¹⁰⁷. Se reconheceram Jesus ressuscitado não foi somente com os olhos do corpo, mas também com os olhos da fé. Portanto, este testemunho é muito original.

A ressurreição de Jesus é uma regra de fé. A redenção do homem começada com a encarnação, começou a operar-se efetivamente com a morte e ressurreição de Jesus Cristo. A ressurreição de Jesus constitui, assim, o culminar da história da salvação e o núcleo essencial do *querigma* e das confissões de fé dele derivadas: «Se confessares com a tua boca que Jesus é Senhor e creres em teu coração que Deus o ressuscitou de entre os mortos, serás salvo. Pois quem crê de coração obtém a justiça e quem confessa com a boca, a salvação» (*Rm* 10, 9-10). Nessas formas de credo, quase sempre o verbo “ressuscitar” é usado na voz ativa, isto é, Jesus é o sujeito ou senhor da sua ressurreição. A ressurreição de entre os mortos confirma a morte real do homem Jesus e afirma, por outro lado, o triunfo definitivo do filho de Deus sobre a morte. Por isso mesmo, a confissão deste conteúdo da Fé é garantia de salvação, como nos assegura São Paulo.

Apesar do testemunho da ressurreição de Jesus ser original, ninguém se apresenta como testemunho do momento exato da ressurreição. Jesus foi colocado no sepulcro, depois este foi encontrado aberto e vazio. Se fosse hoje, a propósito do tema desta dissertação, alguns ficariam fascinados pela ideia de que poderiam colocar uma câmara oculta situada no interior do túmulo que poderia captar o momento exato da ressurreição de Jesus. Mesmo que isso acontecesse, não teria gravado nada de nada, quanto muito um

¹⁰⁶ Act 2, 22-24. 32.

¹⁰⁷ Cf. B. SESBOÛÉ, *Pensar e viver a fé no terceiro milénio, convite aos homens e mulheres do nosso tempo*, Gráfica de Coimbra, Coimbra, 411-412.

desaparecimento. Com efeito, o anúncio da ressurreição apresenta esta como um movimento transcendente do corpo de Jesus que escapa à continuidade do nosso espaço e do nosso tempo¹⁰⁸. Neste sentido, a ressurreição é para nós um mistério.

Reconhecer o que fica dito é afirmar que o acontecimento da ressurreição de Jesus não é acessível senão à fé. O enunciado “Jesus ressuscitou de entre os mortos” não é, nem uma constatação empírica, nem o resultado de uma prova científica¹⁰⁹. É expressão de um ato de fé que inclui em si um julgamento racional de credibilidade, como afirma Bernard Sesboué. O anúncio da ressurreição é, em si mesmo, um ato de fé.

Hoje, o acesso à fé na ressurreição não é possível sem o testemunho dado pela Igreja no seu conjunto. Isto supõe que a realidade cristã constitui em si mesma um testemunho de ressurreição que se exprime pela palavra, pela celebração e pelo encontro. Será que o homem moderno tem ainda a capacidade de crer na ressurreição? O conceito da ressurreição, numa primeira análise, não parece ser mais portador da esperança humana do ponto de vista cultural.

3. Crer no Espírito Santo

A confissão da fé no Espírito Santo constitui o terceiro elemento da estrutura trinitária do Símbolo dos Apóstolos. A confissão da fé no Espírito Santo equipara-se à confissão da Fé feita nos artigos anteriores, no Pai e no Filho¹¹⁰.

Podemos ter já presente que a Santíssima Trindade é um mistério. Se Deus Pai e Jesus Cristo são misteriosos, o Espírito Santo é verdadeiramente enigmático.

¹⁰⁸ *Ibidem*

¹⁰⁹ *Ibidem*

¹¹⁰ Cf. X. PIKAZA, *Dios como Espiritu y Persona*, 192.

Normalmente as imagens bíblicas que apresentam o Espírito Santo são tomadas da natureza ou do mundo animal: a água, o fogo, o vento, a pomba.

Percorrendo o Novo Testamento na tentativa de perceber o que se pode entender por Espírito Santo, podemos afirmar que, nos Evangelhos sinópticos, o Espírito Santo é visto como o poder de Deus que vem e permanece em Jesus Cristo, o poder com o qual Deus dota o seu Filho para a sua ação terrena. Nos Atos dos Apóstolos, o Espírito Santo aparece também como uma força divina que anima os discípulos. Em Lucas, o Espírito aparece mais como um princípio de atividade do que como uma pessoa propriamente dita. Já Paulo e João, é como se bebessem dos últimos livros do Antigo Testamento, em particular dos que, pelo Espírito fazem falar a misteriosa sabedoria de Deus e consideram o Espírito quase como uma pessoa. Associar o Espírito ao Pai e ao Filho quer significar que ele é igualmente sujeito como eles, como se vê nos testemunhos de Paulo e de João.

Em Paulo, é o Espírito que grita em nossos corações, «Abba! Pai» (*Gl* 4, 6; *Rm* 8, 15); que dá testemunho ao nosso espírito de que somos filhos de Deus (*Rm* 8, 16); que distribui os dons a cada um conforme lhe apraz (*1 Cor* 12, 11). Mas é em João que o Espírito aparece mais claramente como sujeito: Jesus chama-lhe um «outro Paráclito» (*Jo* 14, 16). O Espírito é, de facto, um sujeito, mas não da mesma forma que o Pai ou o Filho, porque é inapreensível.

O Espírito é inapreensível, porque não tem rosto e não fala. O Pai tem um rosto que o homem não pode ver sem morrer, mas que o Filho revelou. O Filho tem um rosto que se manifesta pela sua humanidade. A dificuldade própria ao Espírito Santo é que ele não tem rosto. Por esse facto, ele não é para nós um face a face, não é um Tu, mas permanece um Ele. Tal como a terceira pessoa dos quadros da nossa gramática, ele é aquele de quem se fala. Mas aparece no Nós do Pai e do Filho.

O Espírito, apesar de inapreensível, é um sujeito que faz falar. Muitos textos da Escritura atribuem uma palavra ao Espírito. Ele está de modo eminente ligado à palavra, visto que falou pelo profeta que inspirou. No entanto, o específico do Espírito não é falar por si mesmo, mas fazer falar os homens que inspira segundo o pensamento do Pai e do Filho. No Antigo Testamento, a palavra do profeta é sempre atribuída ao Espírito. Paulo exprime-se da mesma forma: o Espírito Santo é o inspirador. É de uma inspiração deste género que se trata também no Novo Testamento. O Livro dos Atos dos Apóstolos menciona, várias vezes, a iniciativa do Espírito que faz falar os homens. O Espírito é aquele que enche os Apóstolos e a Igreja: «todos ficaram cheios do Espírito Santo e começaram a falar outras línguas, conforme o Espírito lhes inspirava que se exprimissem» (*Act 2, 4*).

O Espírito Santo está presente no centro do anúncio evangélico. No grande discurso de Pedro, no Pentecostes (cf. *Act 2, 1-13; 14-24*), esta realidade aparece claramente: trata-se de explicar a vinda do Espírito Santo sobre os discípulos. O anúncio profético do dom do Espírito realizou-se naquele momento.

3.1. O Espírito que procede do Pai e do Filho

A Escritura não nos fala claramente da origem do Espírito. De maneira negativa mostra-nos que o Espírito não é criado como o mundo, nem é engendrado como filho. Bernard Sesboué diz que «o movimento da argumentação que prova a divindade do Espírito Santo é [...] inverso em relação ao que foi utilizado para o Filho. Não parte da origem para a divindade, mas da divindade para a origem»¹¹¹.

São Gregório de Nazianzo fala do carácter do Espírito Santo enquanto Espírito de Deus e de Cristo, de Sua associação com Cristo na obra da Redenção e da prática devocional

¹¹¹ B. SESBOUÉ, *Pensar e Viver a Fé no terceiro milénio*, 469.

da Igreja. Um problema que São Gregório de Nazianzo e outros Padres Capadócijs enfrentaram consistia em explicar em que diferem o modo de origem do Filho e o modo de origem do Espírito Santo, pois os arianos objetavam que a consubstancialidade do Espírito Santo significaria que o Pai teria dois Filhos. São Basílio¹¹² e São Gregório de Nazianzo abordaram o problema, mas foi São Gregório de Nissa que deu a resposta que viria a ser a palavra definitiva.

São Gregório de Nazianzo parte da afirmação do Evangelho de São João, «o Espírito da Verdade que procede do Pai» (15, 26), para afirmar que o Espírito Santo é de Deus e é de Cristo¹¹³. De acordo com São Gregório de Nissa, as três Pessoas devem ser distinguidas pela sua origem, o Pai sendo causa e os outros dois causados. As duas Pessoas que são causadas podem ser posteriormente distinguidas, porque o Filho é diretamente gerado pelo Pai, enquanto o Espírito Santo procede do Pai através de um intermediário, o Filho¹¹⁴.

Santo Agostinho também procurou explicar o que é a processão do Espírito Santo ou em que é que ela difere da geração do Filho. Ele considerou como certo que o Espírito Santo é o amor mútuo do Pai e do Filho: a caridade comum pela qual o Pai e o Filho se amam mutuamente¹¹⁵.

Assim, afirma Agostinho, que o Espírito Santo não é Espírito de um d'Eles, mas de ambos¹¹⁶. Desta maneira, em relação ao Espírito Santo, o Pai e o Filho formam um único princípio, o que é inevitável, pois a relação de ambos para com o Espírito Santo é idêntica e, onde não há diferença de relação, a sua operação é inseparável¹¹⁷. «Porque sois

¹¹² Cf. BASÍLIO DE CESAREA, *El Espíritu Santo*, Ciudad Nueva, Madrid, 52-58.

¹¹³ Cf. GREGÓRIO DE NAZIANZO, *Corpus Christianorum, Series Graeca*, 20, *Oratio* nº 31,10; 34,11.

¹¹⁴ Cf. GREGÓRIO DE NISSA, *Catechese de la Foi*, Desclée de Brauer, Paris, 27.

¹¹⁵ Cf. AGOSTINHO DE HIPONA, *De Trinitate*, XV, 17, 27; 17, 31, Lisboa, Paulinas Editora, 2007.

¹¹⁶ Cf. AGOSTINHO DE HIPONA, *De Trinitate*, XV, 17, 27; 17, 29; 26, 45.

¹¹⁷ *Ibidem*

filhos, Deus enviou aos vossos corações o Espírito de seu Filho» (Gl 4, 6); «não sereis vós que falareis, mas o Espírito do vosso Pai é que falará em vós» (Mt 10, 20).

Santo Agostinho, mais inequivocamente do que qualquer dos Padres Ocidentais antes dele, ensinou a doutrina da dupla processão do Espírito Santo do Pai e do Filho, doutrina que, alguns séculos mais tarde, por questões circunstanciais, passaria a ser conhecida como *Filioque*, palavra latina que significa “e do Filho”¹¹⁸. Segundo Agostinho, o Pai é autor da processão do Espírito Santo, porque Ele gerou um Filho e, ao gerá-lo, tornou-o também fonte a partir da qual o Espírito procede¹¹⁹.

Já que tudo o que o Filho tem o tem do Pai, o mesmo acontece que d’Ele também proceda o Espírito Santo¹²⁰. Daqui, porém, não se aceite, nos adverte Santo Agostinho, que o Espírito Santo tenha duas fontes ou princípios. Ao contrário, a ação do Pai e do Filho na processão do Espírito é comum, assim como é a ação de todas as três Pessoas na Criação. Além disso, não obstante a dupla processão, o Pai permanece a fonte primordial, na medida em que é d’Ele que deriva a capacidade do Espírito Santo de proceder do Filho¹²¹.

3.2. O Espírito Santo na Igreja

Quando o Papa João XXIII, a 25 de dezembro de 1961, convocou a Igreja para o Concílio Vaticano II, afirmou que a convocatória é uma simples resposta à uma voz vinda do céu¹²². João XXIII augurava com o Concílio um novo Pentecostes para a Igreja e para o mundo:

¹¹⁸ Cf. X. PIKAZA, *Dios como Espiritu y Persona*, 195-204.

¹¹⁹ Cf. AGOSTINHO DE HIPONA, *De Trinitate*, XV, 17, 29; 26, 47..

¹²⁰ Cf. AGOSTINHO DE HIPONA, *De Trinitate*, XV, 27, 48.

¹²¹ *Ibidem*

¹²² IOANNES PP. XXIII, *Constitutio Apostolica Concilium Oecumenicum Vaticanum II indicitur (Humanae Salutis)* n° 6, in AAS 54 (1962) 5-13.

«A Igreja assiste, hoje, à grave crise da sociedade. Enquanto para a humanidade surge uma era nova, obrigações de uma gravidade e amplitude imensas pesam sobre a Igreja, como nas épocas mais trágicas da sua história. Trata-se, na verdade, de pôr em contacto com as energias vivificadoras e perenes do evangelho o mundo moderno: mundo que se exalta por suas conquistas no campo da técnica e da ciência, mas que carrega também as consequências de uma ordem temporal que alguns quiseram reorganizar prescindindo de Deus. Por isso, a sociedade moderna se caracteriza por um grande progresso material a que não corresponde igual progresso no campo moral. Daí, enfraquecer-se o anseio pelos valores do espírito e crescer o impulso para a procura quase exclusiva dos gozos terrenos, que o avanço da técnica põe, com tanta facilidade, ao alcance de todos; e mais ainda – um facto inteiramente novo e desconcertante – a existência do ateísmo militante, operando em plano mundial»¹²³.

Para o Papa Paulo VI, que acompanhou o desenrolar do Concílio, o Espírito Santo é o princípio vivificante e animador da Igreja. Na abertura da terceira sessão conciliar, ele destacou a missão peculiar do Espírito Santo, afirmando que são dois os meios que Cristo ofereceu à Igreja para a sua edificação como seu corpo místico:

«Estando aqui a Igreja, aqui está o Espírito Paráclito, prometido por Cristo aos seus Apóstolos para a edificação. “... Pedirei ao Pai, e Ele vos dará outro consolador para que fique sempre convosco, o Espírito de verdade, que o mundo não pode receber, porque não o vê nem o conhece; mas vós o conheceis; porque habita convosco, e estará entre vós (...)”. Bem sabemos que são dois os elementos que Jesus Cristo prometeu e enviou de maneira diversa, ambos destinados à continuação da sua obra, à extensão no tempo e no espaço do reino por ele fundado. Da humanidade remida farão a sua Igreja, o seu Corpo místico, a sua plenitude, na expectativa do seu regresso definitivo e triunfal na consumação dos séculos: estes elementos são o apostolado e o Espírito. O apostolado é o agente externo e objetivo, forma o corpo por assim dizer material da Igreja, dá-lhe as suas estruturas visíveis e sociais; o Espírito Santo é o agente interno, que influi no interior de cada pessoa, como influi na comunidade inteira, animando, vivificando e santificando»¹²⁴.

O Concílio Vaticano II insere a atividade eclesial do Espírito no quadro da Trindade. Por isso, a Igreja peregrina é por sua natureza missionária, visto que, segundo

¹²³ IOANNES PP. XXIII, *Humanae salutis*, nº 3.

¹²⁴ IOANNES PP. XXIII, *Discurso na inauguração da terceira sessão do Concílio Ecuménico Vaticano II*, in AAS 56 (1964) 805-816.

o desígnio de Deus Pai, tem a sua origem na missão do Filho e na missão do Espírito Santo:

«Este desígnio brota do “amor fontal”, isto é, da caridade de Deus Pai, que, sendo o Princípio sem Princípio de quem é gerado o Filho e de quem procede o Espírito Santo pelo Filho, quis derramar e não cessa de derramar ainda a bondade divina, criando-nos livremente pela sua extraordinária e misericordiosa benignidade, e depois chamando-nos gratuitamente a partilhar da sua própria vida e glória. Quis ser, assim, não só criador de todas as coisas, mas também “tudo em todas as coisas” (cf. *1 Cor* 15,28), conseguindo simultaneamente a sua glória e a nossa felicidade. Aprouve, porém, a Deus chamar os homens a esta participação na sua vida, não só de modo individual e sem qualquer solidariedade mútua, mas constituindo-os num Povo em que os seus filhos, que estavam dispersos, se congregassem em unidade»¹²⁵.

Trata-se, com efeito, duma compreensão dinâmica e existencial e, por isso, se fala de Igreja peregrina que é, por sua natureza e não por mero ofício, missionária e vai encontrar na sua radicação trinitária o fundamento da missão. Tal desígnio vai concretizar-se na história humana, na qual Deus decidiu entrar de maneira nova e definitiva, através da dupla missão do Filho e do Espírito Santo. Deste modo, podemos dizer que a Igreja é uma arquitetura do Espírito Santo, o qual vai configurando os seus membros com o modelo que é Jesus Cristo. «A Igreja, movida pelo Espírito Santo, deve seguir o mesmo caminho de Cristo: o caminho da pobreza, da obediência, do serviço e da imolação própria até à morte, morte de que Ele saiu vencedor pela sua ressurreição»¹²⁶.

O Espírito Santo é a interioridade da Igreja, o seu dinamismo interno, o motor da sua vitalidade; por isso, ela é apresentada como templo do Espírito Santo (*2 Cor* 6, 16). Mas o Espírito não atua à revelia de Cristo ou do Pai. Ele é Espírito do Pai e do Filho e, por isso, a Igreja é também apresentada como “Corpo de Cristo” e “Povo de Deus”. Além disso, o Espírito Santo é na Igreja dinamismo missionário que a impulsiona para um

¹²⁵ *Decreto sobre a Atividade Missionária da Igreja (Ad Gentes)*, nº 2, in CONCÍLIO ECUMÉNICO VATICANO II, Editorial A. O., Braga, 1983.

¹²⁶ *Ad Gentes*, 5.

êxodo constante ao encontro do homem, junto do qual ela se deve tornar presente como acessibilidade do desígnio redentor do Pai, que toma Corpo em Cristo pela encarnação e se repercute em toda a história como um eco permanente do Pentecostes.

Há no Espírito Santo uma continuidade entre Cristo e Igreja. Existe um dinamismo de comunhão eclesial. É o Espírito que nos faz Igreja e continuamente nos recria no seu interior: é Espírito de ressurreição. O Espírito de ressurreição afirma-se em nós como força centrípeta que nos congrega ao redor da Cruz de Cristo. Mas é também Espírito de incorporação em Cristo, porque, habitando-nos, desperta em nós esse processo de identificação com Cristo. O Espírito Santo torna-se agente por excelência, como nos ensina São Paulo: «Todos fomos batizados num só Espírito, para sermos um só corpo» (*1 Cor 12, 13*).

4. Crer na Igreja

O Concílio Vaticano II, no seu documento *Lumen Gentium*, nº 9, definiu a Igreja como “Povo de Deus”, isto é, como conjunto de todos os batizados que a constituem. No mesmo sentido, o Concílio Vaticano II honrou também a dimensão espiritual da Igreja, que é o lugar do dom trinitário de Deus aos homens e o corpo “místico” de Cristo em crescimento. Ela é, portanto, uma realidade original, visto que é visível numa instituição e, ao mesmo tempo, radicalmente invisível na sua realidade profunda. A Igreja é, assim, um mistério cuja transcendência profunda ultrapassa infinitamente o seu rosto visível e histórico.

Já no final do século XIX e ao longo do século XX, alguns teólogos propuseram a expressão “Igreja-sacramento”, que foi retomada pelo Concílio Vaticano II ao afirmar que a Igreja «é como que o sacramento, ou sinal, e o instrumento da íntima união com

Deus e da unidade de todo o género humano»¹²⁷. O Concílio fala de sinal e de instrumento. Um sacramento é, com efeito, o sinal visível de uma ação invisível de Cristo.

4.1. A Igreja como conteúdo da confissão de Fé

A Igreja faz parte do conteúdo da confissão de fé. Por isso, ela ocupa um lugar privilegiado na economia da salvação; ela é mesmo objeto de fé. Dentro dessa estrutura do Símbolo, que aponta a Igreja como a primeira obra do Espírito Santo, a Igreja emerge na sua realidade complexa e misteriosa, simultaneamente com uma configuração visível e uma dimensão espiritual só captável na fé¹²⁸.

É claro que, se a Igreja é para nós objeto de fé, ela não o pode ser no mesmo sentido em que Deus o é. De facto, o objeto específico do ato de fé é o Deus trinitário. Só a Ele pode dar-se aquela entrega radical de confiança que constitui a fé. Por isso, e em rigor de termos, não cremos na Igreja, mas cremos a Igreja, a sua realidade misteriosa de acontecimento salvífico como fruto da ação de Deus. Nesse sentido, crer na Igreja é fundamentalmente crer na ação de Deus que nela se manifesta, apesar das suas falhas e defeitos. É crer na ação do Espírito Santo que a mantém como comunhão, que a santifica, que a faz sinal e instrumento universal da salvação¹²⁹. Crer na Igreja é crer na indefetível promessa do Espírito que a sustenta na verdade da fé, não obstante as suas fragilidades e incertezas do seu caminhar histórico¹³⁰.

O Credo faz-nos professar que a Igreja é una, santa, católica e apostólica. As duas primeiras notas, a unidade e a santidade, são bíblicas. Tal como Cristo é uno, também a Igreja que ele reuniu é una, porque há um só corpo, um só pastor e um só rebanho. Graças

¹²⁷ *Lumen Gentium*, nº 1.

¹²⁸ Cf. *Lumen Gentium*, nº 8.

¹²⁹ Cf. *Lumen Gentium*, nº 1.

¹³⁰ Cf. *Lumen Gentium*, nº 4.

à unidade do Espírito, há um só senhor, um só batismo e uma só fé¹³¹. A unidade é um dom que se torna, portanto, uma tarefa constante da Igreja.

A santidade é, também ela, um dom que lhe vem de Cristo e do Espírito Santo, como nos ensina o Apóstolo São Paulo: «Cristo amou a Igreja e se entregou por ela, para a santificar. Ele quis apresentá-la esplêndida, como Igreja sem mancha nem ruga, nem coisa alguma semelhante, mas santa e imaculada» (Ef 5, 25-27). A Igreja é santa porque ela tem por fundamento o Cristo santo e recebeu o Espírito de santidade. Joseph Ratzinger alerta-nos que, no Símbolo, a Igreja não é qualificada de santa por se pensar que os seus membros são todos santos e sem pecados. Trata-se, sim, de uma alusão ao dom divino que concede a santidade no meio da imperfeição humana¹³².

A apostolicidade exprime a continuidade da Igreja através dos tempos. A Igreja é apostólica no sentido em que está na continuidade da Igreja dos apóstolos. Na apostolicidade da Igreja, temos que considerar dois aspetos, segundo Bernard Sesboüé: «por um lado, esta Igreja ensina a doutrina dos apóstolos, sempre viva, e professa a confissão de fé de origem apostólica; por outro lado, a sua apostolicidade exprime-se pela continuidade do ministério que tem a sua origem no ministério dos apóstolos e daqueles a quem estes últimos confiaram as igrejas»¹³³.

4.2. A Igreja como *communio*

«O conceito de *communio* está no coração da autoconsciência da Igreja, enquanto Mistério da união pessoal de cada homem com a Trindade divina e com os outros homens, iniciada na fé e orientada para a plenitude escatológica na Igreja celeste, embora sendo

¹³¹ Cf. 1 Cor 12; Rm 12, 3-8; Jo 10, 16; Ef 4, 5-6.

¹³² Cf. J. RATZINGER, *Introdução ao Cristianismo*, 249.

¹³³ B. SESBOÜÉ, *Pensar e Viver a Fé no terceiro milénio*, 525.

já, e desde o início, uma realidade na Igreja sobre a terra»¹³⁴. De facto, uma das ideias centrais da eclesiologia do Vaticano II é a *communio*. O Concílio conseguiu, assim, detetar uma das mais profundas questões da época e purificá-la à luz do Evangelho. No conceito *communio*, não se trata primeiramente da questão da estrutura da Igreja, mas da sua essência, do seu mistério, como diz o Concílio. A primeira parte da Constituição sobre a Igreja tem justamente como título: *De ecclesiae mysterio*. Com ele, alude-se a uma realidade salvífica transcendente que se manifesta de modo visível (LG, capítulo I).

Este *mysterium* da Igreja é descrito no capítulo I da *Lumen Gentium*, sob três pontos de vista, como *communio*.

Em primeiro lugar, vemos que o Pai eterno nos criou segundo o seu eterno desígnio e chamou à participação na vida divina (LG 2). A Constituição *Dei Verbum* designa esta participação na vida divina como comunhão pessoal (DV 1 e 2) e a *Gaudium et Spes* acrescenta que é nesta comunhão com Deus que consiste, de modo particular, a dignidade do homem e a verdade da sua existência humana (GS 19).

Em segundo lugar, a *communio* é a meta de toda a história da salvação, realiza-se historicamente em Jesus Cristo de modo irrepitível: «Por isso, Cristo, a fim de cumprir a vontade do Pai, deu começo na terra ao Reino dos Céus e revelou-nos o seu mistério, realizando, com a própria obediência, a redenção. A Igreja, ou seja, o Reino de Cristo já presente em mistério, cresce visivelmente no mundo pelo poder de Deus»¹³⁵. Jesus Cristo é o único mediador através do qual Deus assumiu a natureza humana, para que nos tornássemos participantes da natureza divina, como afirma o Decreto *Ad Gentes* no

¹³⁴ Congregação para a Doutrina da Fé: Carta aos bispos da Igreja Católica sobre alguns aspetos da Igreja entendida como comunhão, 3, disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/congregations/cfaith/documents/rc_con_cfaith_doc_28051992_communio-notio_po.html.

¹³⁵ *Lumen Gentium*, n.º 3.

número 3. De certo modo, o Filho de Deus na sua encarnação uniu-se a cada homem (GS 22) e é o cerne de toda a comunhão entre Deus e homem.

Em terceiro lugar, aquilo que aconteceu em Jesus Cristo de uma vez por todas, aconteceu mediante o Espírito Santo, o mesmo Espírito que habita na Igreja e no coração dos fiéis (LG 4). A comunhão com Deus operada pelo Espírito é, segundo o Concílio, o fundamento da comunhão da Igreja.

A Igreja não existe por mor de si mesma. Daí se segue que a *communio*, que é a Igreja, constitui o tipo, o modelo, a imagem da *communio* dos homens e dos povos. Portanto, a Igreja pode e deve ser sacramento, isto é, sinal e instrumento para a unidade e a paz no mundo. O empenhamento pela justiça, pela paz e liberdade dos homens e dos povos e por uma nova civilização do amor é uma perspectiva fundamental para a Igreja de hoje. Enquanto unidade da *communio*, como unidade na diferença reconciliada, ela é o povo messiânico, o sinal universal da salvação (LG 9). A *communio*, que a Igreja permite e que ela é, excede o que a comunhão meramente humana pode ser: a Igreja como *communio* é uma mensagem e uma promessa para os homens e o mundo de hoje.

Conclusão

Existe uma unidade profunda entre o ato com que se crê e os conteúdos a que damos o nosso assentimento. Já dizia o Apóstolo São Paulo na sua carta aos Romanos: «Pois quem crê de coração obtém a justiça, e quem confessa com a boca, a salvação» (Rm 10, 10). Só em Jesus os homens podem salvar-se. O professar com a boca indica que a fé implica um testemunho e um compromisso públicos. A fé para o cristão nunca é um facto privado. A fé é decidir entregar livremente a vida ao Senhor; isto é, sendo um ato de liberdade, exige também uma responsabilidade social daquilo em que se acredita. A própria profissão de fé é um ato simultaneamente pessoal e comunitário. A Igreja é o

primeiro sujeito da fé e tem a missão de comunicá-la aos homens. Foi o que aconteceu no Pentecostes: manifestou-se a dimensão pública do crer e do anunciar a própria fé. Na verdade, é na fé da comunidade cristã que cada um recebe o Batismo. O Catecismo de Igreja Católica, no número 167, atesta que “Eu creio” é a Fé da Igreja professada por cada crente, principalmente por ocasião do Batismo.

O Símbolo da fé, forma original da doutrina cristã, é uma fórmula que nasceu do diálogo original: “Crês? – Creio!”. Esse diálogo remete para o “cremos” da Igreja. O Eu do “eu creio” encontra o seu lugar devido na Igreja. “A fé procede da audição” (*Rm* 10,17), do anúncio da Igreja, portanto, não é fruto de uma reflexão, mas o resultado de um diálogo. A Palavra precede o pensamento; o diálogo suscita a adesão. A Igreja é, portanto, sinal e mistério da fé. Isto significa que uma das tarefas irrenunciáveis da Igreja será apresentar-se como “sinal de Deus entre os povos”, mas também reconhecer-se como mistério da fé, como corpo de Cristo. Por isso, crer em Cristo é crer na Igreja, “Corpo de Cristo”. A Igreja serve a Cristo enquanto lugar da fé, ao mesmo tempo que se apresenta como mistério da fé.

CAPÍTULO III

AS REDES SOCIAIS COMO VEÍCULO DA FÉ CRISTÃ

Cristo revelou-se na história e operou nela a salvação. Ele é a grande comunicação do Pai ao mundo. Desde então, a Igreja é, desta preciosa dádiva, guardiã e portadora. Ela guarda a fé, mas também é comunicadora deste depósito. Por isso, a comunicação pertence à essência da Igreja. No dizer do Santo João Paulo II, os novos *medias* são como o primeiro areópago dos tempos modernos¹³⁶. Mesmo que estes meios de comunicação pareçam separados da mensagem cristã, eles oferecem oportunidades únicas para o anúncio do amor e da salvação de Cristo. A nossa Igreja Católica cada vez mais se insere no mundo digital, por meio de *sites*, *blogs*, vídeos, redes sociais, palestras, músicas, aplicativos, etc.. Tudo isso faz parte da obra de evangelização e enriquece a vida da Igreja, pois ela precisa de dialogar com as pessoas do nosso tempo. Trata-se de comunicar a fé com novas expressões e de maneiras atuais, mas a verdade da fé é a mesma: o anúncio da Boa Nova de Jesus Cristo por meio da proclamação do Evangelho e do testemunho.

Num mundo indiferente e até hostil à fé cristã, a Jesus Cristo e ao Evangelho, é preciso nutrir um desejo ardente de comunicar, de evangelizar no mundo real e virtual. O homem pós-moderno, vazio, materialista e carente, só encontrará razão de viver e de ser em Jesus Cristo. São mais de 7 bilhões os seres humanos. Destes, 33% não ouviram falar de Jesus¹³⁷. Por isso, é importante que se lance mão das Redes sociais de maneira criativa, para que se assumam as responsabilidades da nossa fé e ajudemos a Igreja a cumprir a sua missão.

¹³⁶ Cf. IOANNES PAULUS PP. II, Encíclica *Redemptoris missio*, n° 37, in AAS, 83 (1991) 249-344.

¹³⁷ O levantamento foi feito pela organização cristã Joshua Project, que se dedica a identificar e mapear os grupos étnicos que mais precisam de atenção das agências missionárias.

Conscientes da nossa missão institucional, precisamos de olhar além dos nossos próprios muros e contemplar os grandes desafios que são propostos à humanidade. É preciso ter sensibilidade para olhar os sinais dos tempos¹³⁸, ou seja, as características próprias de cada época e de cada recorte cultural. Essa exigência corresponde à necessidade de realizar a missão aqui e agora. Não estamos ao serviço de um ideal de pessoa, distante e imaginário, mas ao serviço da pessoa concreta, situada historicamente, com suas alegrias e seus dissabores, seus problemas e suas esperanças.

1. Os meios de comunicação social e a Igreja: encontros

A Igreja tem uma extensa experiência no campo da comunicação. Por força do mandato de Cristo - “ide por todo o mundo e anunciai o evangelho a toda a criatura” (cf. *Mc* 16, 15) - assume uma missão extraordinária de comunicação e, por isso, uma missão responsabilizadora na utilização dos novos meios. Ela assenta os seus fundamentos em princípios e atos de natureza profundamente comunicacional: «o Deus trinitário e a relação entre as pessoas que compõem a Trindade; a encarnação como expressão da comunicação de Deus com a humanidade, através de Jesus Cristo; e a experiência cristã como sacramento de comunhão»¹³⁹.

O Papa São João Paulo II, na sua mensagem para o XIX Dia Mundial da Comunicação Social, em 1985, diz que Cristo é o modelo de comunicador perfeito¹⁴⁰, na medida em que, com a encarnação, tornou-se semelhante aos homens; isto é, no Verbo feito carne, Deus comunica-se definitivamente aos homens, que têm o dever de comunicá-

¹³⁸ Cf. Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, *Ética nas comunicações sociais*, nº 4, in *L'Osservatore Romano*, Ano XXXI, nº 24 (10 de Junho de 2000).

¹³⁹ M. PINTO, *Igreja e comunicação social: em busca de um modelo dialógico*, in *Theologica*, II série, Vol. 36, fasc. 1 (2001), 65.

¹⁴⁰ IOANNES PAULUS PP. II, «As comunicações sociais e a promoção cristã da juventude», (Mensagem para o XIX Dia das Comunicações Sociais), in *L'Osservatore Romano*, Ano XVI, nº 18 (5 de maio de 1985).

lo ao mundo. A história da humanidade e o conjunto das relações entre os homens desenvolvem-se no quadro desta comunicação de Deus em Cristo. A comunicação deve, por conseguinte, situar-se no seio da comunidade eclesial.

O Concílio Vaticano II, na constituição pastoral *Gaudium et Spes*, destacou que a Igreja deve comunicar a sua mensagem à cultura em que vive e na linguagem dessa mesma cultura¹⁴¹. Por isso, a Igreja é um acontecimento comunicativo no seu ser e no seu agir, comunica a mensagem que recebeu e manifesta o mistério que a envolve. Ela deve, então, manter uma presença ativa e atenta ao mundo, de modo a sustentar a comunidade e a animar os que procuram soluções aceitáveis para problemas pessoais e sociais.

Para um diálogo honesto e respeitoso com os responsáveis dos meios de comunicação, a instrução Pastoral *Aetatis Novae* diz que, por um lado, a Igreja precisa de se preocupar ativamente com os *mass media* profanos e principalmente com a política que lhes diz respeito e, por outro lado, que os cristãos devem fazer ouvir a sua voz no seio de todos os *mass media*¹⁴². O uso dos meios de comunicação por parte da Igreja tornou-se essencial para a evangelização, de tal modo que 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»¹⁴³. A instrução pastoral *Aetatis Novae* acrescenta que 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»¹⁴⁴.

A ação da Igreja junto dos seus fiéis não está reduzida a uma proposta de celebração dos sacramentos, devoções e catequese. A sua ação pastoral é alargada, porque se esforça

¹⁴¹ Cf. *Constituição Pastoral sobre a Igreja no Mundo Atual (Gaudium et Spes)*, 44, in *Concilio Ecuménico Vaticano II*, Editorial A. O., Braga, 1983.

¹⁴² Cf. Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, *Instrução Pastoral Aetatis Novae*, 8, in AAS 84 (1992) 447- 468.

¹⁴³ PAULUS PP. VI, *Exortação Apostólica Evangelii Nuntiandi*, 45, in AAS, 68 (1976) 5-76.

¹⁴⁴ *Aetatis Novae*, nº 11.

por incentivar e conduzir os fiéis a uma formação sólida para uma fé consciente e convicta da Verdade em que acreditam. A Igreja, para além da formação doutrinal e técnica que presta aos elementos destinados ao trabalho direto nos seus órgãos de comunicação, sente necessidade de alargar a formação aos fiéis chamados a funções de educação, de modo especial aos pais, professores, catequistas, etc.. Da mesma forma, esforça-se por atingir os demais fiéis, através de ações formativas ocasionais, como, por exemplo, por ocasião do Dia Mundial das Comunicações Sociais, o qual surge por iniciativa do Concílio Vaticano II, de modo particular pelo Decreto *Inter Mirifica*. A primeira mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais, celebrado no dia 7 de maio de 1967, foi redigida pelo Papa Paulo VI. A partir desta data, por disposição conciliar, todos os anos, no período pascal, celebra-se este dia, para o qual é estipulado um tema específico dirigido ao mundo da Comunicação Social.

2. Uma revolução nas comunicações

Uma das primeiras constatações do nosso tempo é o vertiginoso avanço tecnológico dos meios da comunicação social. Em pouco mais de cem anos, a humanidade deparou-se com a possibilidade de transmitir, conservar e produzir sons e imagens por diferentes meios. Romperam-se as barreiras do tempo e do espaço, criando-se uma comunidade global, capaz de assistir, em tempo real, a alguns dos acontecimentos mais importantes e decisivos da nossa história. Tais meios apresentam-se, portanto, como fatores de proximidade e de comunhão¹⁴⁵.

Do telefone ao rádio, do cinema à televisão, do computador à internet, das transmissões a cabo às transmissões por satélite, do fax aos aparelhos de telefone

¹⁴⁵ Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, *Instrução Pastoral Communio et progressio*, 20, in AAS, 63 (1971) 593-656.

celulares, percebe-se que a humanidade está vivendo uma era de desenvolvimento tecnológico sem precedentes. Com tanto progresso, seria de esperar que o mundo se tornasse melhor.

Isto representa hoje um bem disponível à grande maioria das famílias, como afirma o Papa São João Paulo II:

«Graças à expansão sem precedentes do mercado das comunicações nas últimas décadas, numerosas famílias no mundo inteiro, mesmo as que dispõem de meios bastante modestos, agora têm acesso, no seu próprio lar, a recursos mediáticos imensos e diversificados. Por conseguinte, elas têm oportunidades virtualmente ilimitadas nos campos da informação, da educação, da expansão cultural e até mesmo do crescimento espiritual»¹⁴⁶.

Não podemos fechar os olhos ao imenso benefício que os meios de comunicação representam em termos de democratização do conhecimento, distribuição da informação e desenvolvimento espiritual. Deve-se considerar, no entanto, que a tecnologia em si não é boa nem má. A definição dos propósitos de seu uso é que a torna recomendável ou não. Com os meios de comunicação social dá-se o mesmo, pois as forças que podem contribuir para o melhoramento da comunicação também podem levar ao aumento do isolamento e à alienação¹⁴⁷. Não podemos ser ingênuos ao admitir apenas as vantagens que a tecnologia apresenta. Sem uma consciência retamente orientada, a tecnologia pode desvirtuar-se.

3. Dom de Deus ao serviço do homem

A Igreja, comprometida com o progresso da sociedade, está constantemente atenta a esta realidade. Os instrumentos à sua disposição são ferramentas ao serviço da vida,

¹⁴⁶ IOANNES PAULUS PP. II, «Os mass media na família: um risco e uma riqueza», (Mensagem para XXXVIII Dia Mundial das Comunicações Sociais), in *L'Osservatore Romano*, Ano XXXV, nº 5 (31 de janeiro de 2004).

¹⁴⁷ Cf. IOANNES PAULUS PP. II, «Mass media: presença amiga ao lado de quem procura o Pai», (Mensagem para XXXIII Dia Mundial das Comunicações Sociais), in *L'Osservatore Romano*, Ano XXX, nº 6 (6 de fevereiro de 1999).

mas podem vir a ser armas ao serviço da morte. Estamos conscientes de que os novos meios de comunicação social são instrumentos poderosos para o enriquecimento educativo e cultural, para a atividade comercial e a participação política, para o diálogo e a compreensão interculturais e até para a causa da religião¹⁴⁸. Contudo, estamos conscientes de que esta moeda tem também o seu reverso: os meios de comunicação, que devem ser utilizados para o bem das pessoas e das comunidades, podem ser usados inclusive para explorar, manipular, dominar e corromper¹⁴⁹.

Os atuais meios de comunicação dirigem-se não só à sociedade em geral, mas principalmente às famílias, aos jovens e também às crianças. Que caminhos indicam os *mass media*? Qual a verdade que propõem? Que vida oferecem? Isto diz respeito não só aos cristãos, mas a todas as pessoas de boa vontade.

Parece diminuir nos meios de comunicação a proporção de programas que exprimam aspirações religiosas e espirituais, programas moralmente edificantes e que ajudem as pessoas a viver melhor a sua vida. Existe, contudo, um lugar para eles nos *mass media* tradicionais? Podemos reivindicar um lugar para eles nos novos *media*¹⁵⁰? Como podem os meios de comunicação colaborar com Deus, em vez de agirem contra Ele? E como podem os *mass media* ser uma presença amiga para quem deseja a proximidade amorosa de Deus nas próprias vidas¹⁵¹?

Uma atitude educativa equilibrada e sadia diante dos meios de comunicação deve ser feita de modo a reconhecer que estes instrumentos, retamente utilizados, prestam

¹⁴⁸ Cf. PONTIFÍCIO CONSELHO PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL, *Ética na internet*, nº 1, in *L'Osservatore Romano*, Ano XXXIII, nº 12 (23 de Março de 2002).

¹⁴⁹ *Ibidem*

¹⁵⁰ Cf. IOANNES PAULUS PP. II, «Comunicar o Evangelho de Cristo: Caminho, Verdade e Vida», (Mensagem para XXXI Dia Mundial das Comunicações Sociais), in *L'Osservatore Romano*, Ano XXVIII, nº 4 (25 de janeiro 1997).

¹⁵¹ IOANNES PAULUS PP. II, «Mass media: presença amiga ao lado de quem procura o Pai», (Mensagem para XXXIII Dia Mundial das Comunicações Sociais), in *L'Osservatore Romano*, AnoXXX, nº 6 (6 de fevereiro 1999).

ajuda valiosa ao gênero humano, posto que contribuem eficazmente para unir e cultivar os espíritos e propagar e afirmar o reinado de Deus. Por outro lado, a mesma atitude educativa deve levar-nos à consideração de que «os homens podem utilizar tais meios contra os mandamentos do criador e convertê-los em instrumentos da própria condenação»¹⁵². Portanto, não podemos ficar indiferentes diante do avanço no campo das comunicações: é indispensável conhecer e servir-se destes meios, tanto nas suas formas tradicionais, como nas mais recentemente introduzidas pelo progresso tecnológico. Educar para a comunicação significa, antes de tudo, ensinar a usar bem os tais meios, perante os desafios que eles representam.

A Igreja tem consciência de algumas limitações internas da própria estrutura eclesial, mas também somos chamados a refletir sobre as mesmas limitações, a fim de poder verificar se não é preciso adequar a sua atuação neste campo. A Igreja tem sido explícita quanto à doutrina referente aos meios de comunicação social, publicando numerosos documentos sobre a matéria, embora tenha havido delongas em levar estes ensinamentos à prática. Agora cabe-nos perguntar até que ponto utilizamos todos os recursos que temos, de modo integrado, nas nossas iniciativas pastorais?

A opção da Igreja de estar presente na cultura da comunicação não é mera estratégia; é evangélica, porque Jesus é o modelo da nossa comunicação. Ele é o comunicador por excelência e mandou-nos proclamar, por cima dos telhados e para todos os povos, a Boa Nova do Reino. Atualmente, a comunicação ocupa um lugar específico na evangelização. Os meios de comunicação são muito mais que instrumentos. Já perpassam todas as esferas do quotidiano de cada pessoa.

¹⁵² Decreto sobre os Meios de Comunicação Social (*Inter Mirifica*), nº 2, in *Concílio Ecuménico Vaticano II*, Editorial A. O., Braga, 1983.

As rápidas mudanças das tecnologias de comunicação interligam-se com a vivência da fé cristã, pois, queiramos ou não, estamos imersos numa cibercultura. Daí a importância de a Igreja, de os seus pastores e leigos, conhecerem, refletirem e proclamarem a fé nesse revolucionário mundo da cultura mediática. É necessário proclamar a fé sobre os telhados. Para nós hoje, isso significa anunciar a palavra de Jesus nos e através dos meios de comunicação. A voz dos cristãos nunca pode silenciar-se, uma vez que o Senhor nos confiou a palavra da salvação. A Igreja não pode deixar de estar, cada vez mais, comprometida em dar testemunho e evangelizar. Atualmente, olhando com atenção, vemos a revolução de uma nova primavera na comunicação com a expansão da internet. Compreendemos que a rede é um ambiente comunicativo, formativo e interativo, e não um meio a ser usado como um martelo ou uma antena. A presença dos cristãos no ambiente da internet é muito importante, desde que essa presença seja compreendida, porque ali também se faz necessário dar testemunho de Cristo:

«Compreendemos que por muitas vezes o ambiente dos meios de comunicação é indiferente e até mesmo hostil à fé e à moral cristã. Há momentos que o que importa não é a verdade, mas se algo é digno de notícia ou se este algo é divertido. O mundo dos meios de comunicação pode parecer um ambiente não mais amistoso para a evangelização do que o mundo pagão do tempo dos Apóstolos. Porém, do mesmo modo que as primeiras testemunhas da boa nova não se retiraram quando se encontraram diante de oposição, assim também os seguidores de Cristo não o deviam fazer hoje. O brado de São Paulo ainda ecoa entre nós: “Ai de mim se não evangelizar!” (*1 Cor 9, 16*)»¹⁵³.

Com toda esta complexidade que existe, somos chamados a educar-nos, a criar uma atitude crítica, para não nos deixarmos levar pela cultura do imediatismo, mas ocuparmos o nosso espaço no ambiente dos meios de comunicação com ousadia e

¹⁵³ IOANNES PAULUS PP. II, «Anunciai-o do cimo dos telhados: o Evangelho na era da comunicação global», (Mensagem para XXXV Dia Mundial das Comunicações Sociais), in *L'Osservatore Romano*, Ano 2011.

dinamismo, produzindo e compartilhando uma comunicação comprometida com o anúncio do Evangelho.

4. A Evangelização nos meios de comunicação social

Os meios de comunicação social são um novo campo de ação para a Igreja e constantemente colocam-lhe grandes desafios. A Igreja pretende com estes meios alcançar o homem de hoje. Daí torna-se necessário que a Igreja aprenda a usar estes meios e aceite os seus desafios, tal como a sua linguagem e os seus mecanismos. Os meios de comunicação social exigem dos seus utilizadores uma «habilidade específica e a capacidade para comunicar de modo inteligível através destas novas linguagens. É preciso que haja uma postura e um treinamento especial»¹⁵⁴. No dizer do Papa São João Paulo II, falar da evangelização nos meios da comunicação social é falar da missão da Igreja desde o princípio:

«A Igreja de todos os tempos dá continuidade à obra que teve início no dia do Pentecostes, quando os Apóstolos, no poder do Espírito Santo, partiram pelas ruas de Jerusalém para pregar o Evangelho de Jesus Cristo em muitas línguas (cf. *Act* 2, 5-11). Ao longo dos séculos seguintes, esta missão evangelizadora espalhou-se pelos quatro cantos da terra, na medida em que o Cristianismo se enraizava em muitos lugares e aprendia a falar as diversas línguas do mundo, sempre em obediência ao mandato de Cristo, de anunciar o Evangelho a todas as nações (cf. *Mt* 28, 19-20)»¹⁵⁵.

¹⁵⁴ IOANNES PAULUS PP. II, «A proclamação do Evangelho de Cristo nos meios de comunicação social», (Mensagem para XXVI Dia Mundial de Comunicação Social), in *L'Osservatore Romano*, Ano XXIII, nº 5 (2 de fevereiro de 1992).

¹⁵⁵ IOANNES PAULUS PP. II, «Internet: um novo foro para a proclamação do Evangelho», (Mensagem para XXXVI Dia Mundial da Comunicação Social), in *L'Osservatore Romano*, Ano XXXIII, nº 4 (26 de janeiro de 2002).

Hoje as muitas línguas, dom do Espírito aos apóstolos, são os meios de comunicação social e as suas ferramentas. «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»¹⁵⁶.

Pentecostes é apenas o começo, como afirma o Papa São João Paulo II, sublinhando o testemunho de coragem por parte dos apóstolos:

«Mesmo quando ameaçados por represálias, os Apóstolos não deixam de proclamar o Senhor: “Quanto a nós, não podemos deixar de afirmar o que vimos e ouvimos” (*Act* 4, 20), afirmam Pedro e João perante o Sinédrio. Na realidade, até mesmo os julgamentos se tornam instrumentos para a missão: quando uma violenta perseguição se desencadeia em Jerusalém após o martírio de Santo Estêvão, obrigando os seguidores de Cristo a fugir, “os que tinham sido dispersos foram de aldeia em aldeia, anunciando a palavra da Boa-Nova” (*Act* 8, 4)»¹⁵⁷.

Isto para dizer que a Igreja deve aproximar-se dos meios de comunicação social com realismo e confiança¹⁵⁸. É evidente que «as circunstâncias mudaram imenso em dois mil anos. E, no entanto, mantém-se a mesma necessidade de proclamar Cristo. O nosso dever de dar testemunho da morte e ressurreição de Jesus e da sua presença salvífica na nossa vida é tão real e urgente como no tempo dos primeiros discípulos. Devemos anunciar a Boa Nova a todos os que a desejam escutar»¹⁵⁹. O Papa deixa algumas diretrizes, de como este anúncio deve ser proclamado: é preciso «uma proclamação direta, pessoal – alguém que partilha a fé no Senhor ressuscitado com outras pessoas –, mas são necessárias também as formas tradicionais de anúncio da Palavra de Deus. No entanto,

¹⁵⁶ *Ibidem*

¹⁵⁷ IOANNES PAULUS PP. II, «Proclamar Cristo nos meios de comunicação social no alvorecer do Novo Milénio», (Mensagem para XXIV Dia Mundial da Comunicação Social), in *L'Osservatore Romano*, Ano XXXI, nº 5 (29 de janeiro de 2000).

¹⁵⁸ Cf. IOANNES PAULUS PP. II, «Internet: um novo foro para a proclamação do Evangelho», (Mensagem para XXXVI Dia Mundial da Comunicação Social), in *L'Osservatore Romano*, Ano XXXIII, nº 4 (26 de janeiro de 2002).

¹⁵⁹ Cf. IOANNES PAULUS PP. II, «Proclamar Cristo nos meios de comunicação social no alvorecer do Novo Milénio», (Mensagem para XXIV Dia Mundial dos Meios da Comunicação Social), in *L'Osservatore Romano*, Ano XXXI, nº 5 (29 de janeiro de 2000).

paralelamente, a proclamação deve ser feita nos dias de hoje dentro e através dos meios de comunicação»¹⁶⁰.

Mas para uma maior eficácia exigem-se formação e qualidades profissionais. E mais, diz o Papa: «para dar testemunho de Cristo é necessário fazer a sua descoberta e cultivar uma relação pessoal com Ele através da oração, da Eucaristia e do sacramento da reconciliação»¹⁶¹.

Assim sendo, fica confirmado, no dizer do Papa Bento XVI, que os sacerdotes têm um papel fundamental nesses novos meios. Diz o Papa:

«A tarefa de quem opera, como consagrado, nos *media* é aplanar a estrada para novos encontros, assegurando sempre a qualidade do contacto humano e a atenção às pessoas e às suas verdadeiras necessidades espirituais; oferecendo, às pessoas que vivem nesta nossa era digital, os sinais necessários para reconhecerem o Senhor; dando-lhes a oportunidade de se educarem para a expectativa e a esperança, abeirando-se da Palavra de Deus que salva e favorece o desenvolvimento humano integral»¹⁶².

Efetivamente, uma evangelização no mundo digital é chamada a ter em conta também aqueles que não acreditam, aqueles que caíram no desânimo ou que cultivam no coração desejos de absoluto e de “verdades não caducas”¹⁶³, dado que os novos meios permitem entrar em contacto com crentes de todas as religiões, com não-crentes e com pessoas de todas as culturas. É verdade que o sacerdote deve estar preparado para entrar nestes meios:

¹⁶⁰ *Ibidem*

¹⁶¹ *Ibidem*

¹⁶² BENEDICTUS PP. XVI, «O sacerdote e a pastoral no mundo digital: os novos media ao serviço da Palavra», (Mensagem para XLIV Dia Mundial da Comunicação Social), in *L'osservatore Romano*, Ano XLI, nº 5 (30 de janeiro de 2010).

¹⁶³ Cf. BENEDICTUS PP. XVI, «O sacerdote e a pastoral no mundo digital: os novos media ao serviço da Palavra», (Mensagem para XLIV Dia Mundial da Comunicação Social), in *L'osservatore Romano*, Ano XLI, nº 5 (30 de janeiro de 2010).

«Quem melhor do que um homem de Deus poderá desenvolver e pôr em prática, mediante as próprias competências no âmbito dos novos meios digitais, uma pastoral que torne Deus vivo e atual na realidade de hoje e apresente a sabedoria religiosa do passado como riqueza donde haurir para se viver dignamente o tempo presente e construir adequadamente o futuro?»¹⁶⁴.

5. Redes Sociais: Portais da Verdade e de Fé

As Redes Sociais, quando equilibradamente valorizadas, contribuem para favorecer formas de diálogo e debate que, se realizadas com respeito pela privacidade, com responsabilidade e empenho pela verdade, podem reforçar os laços de unidade entre as pessoas. A troca de informações pode transformar-se numa verdadeira comunicação, os contactos podem amadurecer em amizade, as conexões podem facilitar a comunhão. Se as Redes Sociais são chamadas a concretizar este grande potencial, as pessoas que nelas participam devem esforçar-se por serem autênticas, porque nestes espaços não há só partilhas de ideias e informações; em última instância, a pessoa comunica-se a si mesma¹⁶⁵. Hoje, as Redes Sociais tornam-se, cada vez mais, parte do próprio tecido da sociedade enquanto unem as pessoas na base das necessidades fundamentais. As Redes Sociais são alimentadas por aspirações radicadas no coração do homem, porque as pessoas envolvem-se nelas para construir relações e encontrar amizade, buscar respostas

¹⁶⁴ *Ibidem*

¹⁶⁵ BENEDICTUS PP. XVI, «Autenticidade e verdade na cultura das redes sociais», (Mensagem para XLVII Dia Mundial de Comunicação Social), in *L'Osservatore Romano*, Ano XLIV, n° 4 (26 de janeiro de 2013).

para as suas questões, divertir-se e ainda para ser estimuladas intelectualmente e partilhar competências e conhecimentos.¹⁶⁶

A nova cultura das Redes Sociais¹⁶⁷ implementou mudanças na forma de comunicação que colocam sérios desafios àqueles que querem falar de verdade e de valores. À semelhança dos outros meios de comunicação social, é a popularidade que determina o significado e a eficácia das diferentes formas de expressão, e não tanto a importância intrínseca e a validade destas.

Todos aqueles que estão cientes do valor do diálogo, do debate fundamentado, da argumentação lógica, são chamados a assumir o seu compromisso perante os meios de comunicação social e muito concretamente as Redes Sociais. Precisam de pessoas que procurem cultivar formas de discurso que façam apelo às aspirações mais nobres de quem está envolvido no processo de comunicação. O ambiente digital não é um mundo paralelo ou puramente virtual. Faz parte da realidade quotidiana de muitas pessoas, especialmente dos mais jovens¹⁶⁸. As Redes Sociais são o fruto da interação humana. Mas, por sua vez, dão formas novas às dinâmicas da comunicação que cria relações. Por isso, uma solícita compreensão deste ambiente é o pré-requisito para uma presença significativa dentro do mesmo.

No ambiente digital, a palavra escrita aparece, muitas vezes, acompanhada de imagens e sons. Isto requer que se seja capaz de utilizar as novas linguagens de comunicação, de modo a permitir que a riqueza infinita do Evangelho encontre formas de expressão capazes de penetrar a mente e o coração do homem. Uma comunicação eficaz,

¹⁶⁶ Cf. BENEDICTUS PP. XVI, «Autenticidade e verdade na cultura das redes sociais», (Mensagem para XLVII Dia Mundial de Comunicação Social), in *L'Osservatore Romano*, Ano XLIV, n° 4 (26 de janeiro de 2013).

¹⁶⁷ *Ibidem*

¹⁶⁸ *Ibidem*

como as parábolas de Jesus, necessita do envolvimento da imaginação e da sensibilidade afetiva daqueles que queremos convidar para um encontro com o mistério do amor de Deus.

Nas Redes Sociais, a autenticidade dos fiéis é posta em evidência pela partilha da fonte profunda da sua esperança e da sua alegria: a fé em Deus, rico de misericórdia e amor, revelado em Jesus Cristo. Tal partilha consiste não só na expressão de fé explícita, mas também no testemunho, isto é, no modo como os fiéis se comunicam «nas suas escolhas, nas suas preferências, nos seus juízos, que sejam profundamente coerentes com o Evangelho, mesmo quando não se fala explicitamente dele¹⁶⁹». Um modo particularmente significativo de dar testemunho é a vontade de se doar a si mesmo aos outros através da disponibilidade para se deixar envolver, pacientemente e com respeito, nas suas questões e nas suas dúvidas, no caminho de busca da verdade e do sentido da existência humana. A aparição nas redes sociais do diálogo acerca da fé e do acreditar confirma a importância da religião no debate público e social.

Bento XVI, na sua mensagem para o XLVII Dia Mundial dos meios de comunicação social, diz que é «natural que a pessoa que possui a fé deseje, com respeito e tato, partilhá-la com aqueles que encontra no ambiente digital»¹⁷⁰. Entretanto, se a nossa partilha do Evangelho é capaz de dar bons frutos, será, em última análise, pela força que a própria Palavra de Deus tem de tocar os corações e não tanto por qualquer esforço nosso. A confiança no poder da ação de Deus deve ser sempre superior a toda e qualquer segurança que possamos colocar na utilização dos recursos humanos. Mesmo no ambiente

¹⁶⁹ Cf. BENEDICTUS PP. XVI, «Verdade, anúncio e autenticidade de vida na era digital», (Mensagem para o XLV Dia Mundial da Comunicação Social), in *L'osservatore Romano*, Ano XLII, nº 5 (29 de janeiro de 2011).

¹⁷⁰ BENEDICTUS PP. XVI, «Autenticidade e verdade na cultura das redes sociais», (Mensagem para XLVII Dia Mundial de Comunicação Social), in *L'Osservatore Romano*, Ano XLIV, nº 4 (26 de janeiro de 2013).

digital, onde é fácil erguerem-se vozes em tons demasiado acesos e conflituosos e onde, por vezes, há o risco de o sensacionalismo prevalecer, somos chamados a um cuidadoso discernimento¹⁷¹. Continuando, o Papa vai ainda mais longe reconhecendo que as redes sociais, para além dum instrumento de evangelização, podem ser um fator de desenvolvimento humano. Por exemplo, em alguns contextos geográficos e culturais onde os cristãos se sentem isolados, as redes sociais podem reforçar o sentido da sua unidade efetiva com a comunidade universal dos fiéis. As redes facilitam a partilha dos recursos espirituais e litúrgicos, tornando as pessoas capazes de rezar com um revigorado sentido de proximidade àqueles que professam a sua fé¹⁷².

A proclamação do Evangelho requer uma forma respeitosa e discreta de comunicação que estimule o coração e mova a consciência. Requer uma forma que recorde o estilo de Jesus ressuscitado quando se fez companheiro no caminho dos discípulos de Emaús (cf. *Lc* 24, 13-35). Os discípulos foram gradualmente conduzidos à compreensão do mistério por Jesus que os acompanhava. A verdade, que é Cristo, constitui a resposta plena e autêntica àquele desejo humano de relação, comunhão e sentido que sobressai inclusivamente na participação massiva nas redes sociais. Os crentes, testemunhando as suas convicções mais profundas, prestam uma preciosa contribuição para que a *web* não se torne um instrumento que reduza as pessoas a categorias, procure manipulá-las emotivamente ou permita aos poderosos monopolizar a opinião alheia. Pelo contrário, os crentes encorajam todos a manterem vivas as eternas questões do homem, que testemunham o seu desejo de transcendência e o anseio por formas de vida autêntica, dignas de serem vividas. Precisamente esta tensão espiritual

¹⁷¹ *Ibidem*

¹⁷² *Ibidem*

própria do ser humano é que está por detrás da nossa sede de verdade e comunhão e nos estimula a comunicar com integridade e honestidade¹⁷³.

Hoje, para dar respostas adequadas a estas questões, tornaram-se um instrumento útil as vias de comunicação abertas pelas conquistas tecnológicas e particularmente as redes sociais. De facto, pondo à nossa disposição meios que permitem uma capacidade de expressão praticamente ilimitada, o mundo digital abre perspectivas e concretizações notáveis ao incitamento paulino: «Ai de mim se não anunciar o Evangelho!» (*I Cor 9,16*). Também hoje, mais do que nunca, somos todos chamados a ocuparmo-nos disso. O Papa Bento XVI, na sua mensagem para o XLIV Dia Mundial da Comunicação Social, dirigiu-se particularmente aos Sacerdotes, que têm como tarefa primária anunciar Cristo, palavra de Deus encarnada, e comunicar a multiforme graça divina portadora de salvação mediante os sacramentos¹⁷⁴:

«Aqui reside a altíssima dignidade e beleza da missão sacerdotal, na qual se concretiza de modo privilegiado aquilo que afirma o apóstolo Paulo: «Na verdade, a Escritura diz: “Todo aquele que acreditar no Senhor não será confundido”. Portanto, todo aquele que invocar o nome do Senhor será salvo. Mas como hão de invocar Aquele em quem não acreditam? E como hão de acreditar n’Aquele de quem não ouviram falar? E como hão de ouvir falar, se não houver quem lhes pregue? E como hão de pregar, se não forem enviados?” (*Rm 10,11.13-15*)»¹⁷⁵.

¹⁷³ Cf. BENEDICTUS PP. XVI, «Verdade, anúncio e autenticidade de vida na era digital», (Mensagem para XLV Dia Mundial de Comunicação Social), in *L’osservatore Romano*, Ano XLII, nº 5 (29 de janeiro de 2011).

¹⁷⁴ Cf. BENEDICTUS PP. XVI, «O sacerdote e a pastoral no mundo digital: os novos media ao serviço da Palavra», (Mensagem para XLIV Dia Mundial da Comunicação Social), in *L’osservatore Romano*, Ano XLI, nº 5 (30 de janeiro de 2010).

¹⁷⁵ *Ibidem*

6. A ética cristã e o uso das Redes Sociais

Podemos entender “ética” como o conjunto de valores que orientam o comportamento do homem em relação aos outros na sociedade em que vive, garantindo o bem-estar social. As Redes Sociais, por serem um ambiente social, ou melhor, sócio-virtual, devem envolver valores e regras de relacionamento com a devida ética e respeito.

A Igreja assinala que o uso positivo ou negativo da comunicação é uma questão de escolha, uma opção. Busca dar a sua contribuição, lembrando «dois elementos de enorme importância: o seu compromisso em benefício da dignidade da pessoa humana e a sua longa tradição de sabedoria moral»¹⁷⁶. E lembra que, para a avaliação ética, deve-se tomar em conta a pessoa e a comunidade. A pessoa e a comunidade humana são a finalidade e a medida do uso das Redes Sociais: estas devem contribuir para o seu desenvolvimento integral. Este é o princípio ético fundamental: a pessoa e a comunidade humana. Acrescenta-se também a este princípio o bem comum, que aponta para a virtude da solidariedade.

O desenvolvimento do ser humano supõe que o uso das Redes Sociais promova a justiça e a solidariedade. É fundamental que o uso das Redes Sociais possa constituir um modo de resolver os problemas humanos e de promover o desenvolvimento integral da pessoa. Hoje torna-se indispensável um discernimento crítico e prudente no uso dos meios de comunicação social. Não se trata de nenhum interesse técnico, mas humano, moral e religioso¹⁷⁷. A formação para um uso responsável e crítico dos *media* «ajuda a pessoa a servir-se deles, [...] de modo inteligente e apropriado. O impacto incisivo de um novo vocabulário e de novas imagens, que sobretudo os *mass media* eletrônicos introduzem tão

¹⁷⁶ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL, *Ética nas comunicações sociais* n° 5, in L'osservatore Romano, Ano XXXI, n° 24 (10 de Junho de 2000).

¹⁷⁷ Cf. N. AGOSTINI, *comunicação social e ética*, in *Communio*, fasc. 94, jan./abr., 2007, p. 67-86.

facilmente na sociedade, não devem ser subestimados. Os *media* contemporâneos formam a cultura popular, portanto, deve-se vencer qualquer tentação de manipulação, sobretudo em relação aos jovens, procurando ao contrário educar e servir, para garantir a realização de uma sociedade civil digna da pessoa humana, e não a sua desagregação»¹⁷⁸.

Os atos da comunicação com frequência têm consequências involuntárias. Mas são as pessoas que escolhem usar os seus meios de comunicação para finalidades positivas ou negativas, de modo reto ou incorreto. A grande questão é: as Redes Sociais estão a ser utilizadas para o bem ou para o mal? O seu impacto dificilmente pode ser exagerado. Os seus conteúdos vão «das notícias cruas ao mero divertimento, da oração à pornografia, da contemplação à violência»¹⁷⁹. A Igreja tem motivos próprios para se interessar por esses meios de comunicação social. Podemos vê-los, à luz da fé, como uma longa viagem desde Babel - lugar e símbolo da decadência da comunicação - até ao Pentecostes e ao dom das línguas.

O documento do Conselho Pontifício para as comunicações sociais, *ética nas comunicações sociais*, diz que a abordagem da Igreja a estes meios é fundamentalmente positiva e encorajadora. A Igreja considera que estes meios são não só produtos da inteligência humana, mas também grandes dádivas de Deus e verdadeiros sinais dos tempos; ela não se limita a julgar e a condenar¹⁸⁰. Os próprios instrumentos em si nada fazem por si mesmos. As pessoas é que os utilizam como preferem. Nós, como Igreja, devemos enfrentar honestamente as questões levantadas pelo progresso tecnológico. Devemos questionar se, como resultado disto, o homem torna-se verdadeiramente

¹⁷⁸ Cf. BENEDICTUS PP. XVI, «Os *media*: rede de comunicação, comunhão e cooperação», (Mensagem para 40º dia mundial de comunicação social), in *L'osservatore Romano*, Ano XXXVII, nº 4 (28 de Janeiro de 2006)

¹⁷⁹ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL, *Ética nas comunicações sociais* nº 2, in *L'osservatore Romano*, Ano XXXI, nº 24 (10 de Junho de 2000).

¹⁸⁰ Cf. *Ética nas comunicações sociais* nº 4.

melhor, «mais amadurecido do ponto de vista espiritual, mais consciente da dignidade da sua humanidade, mais responsável, mais aberto ao outro»¹⁸¹.

Ao longo destes últimos anos houve uma revolução mundial no modo de perceber os valores morais. Os novos meios de comunicação social tiveram e continuam a ter importante papel neste processo individual e social, na medida em que introduzem e refletem novas atitudes e estilos de vida. A Igreja reconhece algumas destas mudanças positivas; outras, porém, têm sido negativas. Ao lado dos abusos de sempre, vão-se dando novas violações da dignidade humana e dos valores e ideais cristãos¹⁸².

Um dos fenómenos mais alarmantes tem sido a crescente difusão da pornografia e a exaltação da violência. A Igreja considera que um dos «motivos básicos da difusão da pornografia e da violência no âmbito das Redes Sociais parece ser a propagação de uma moral permissiva, baseada na busca de satisfação individual a todo o custo»¹⁸³. Há outros motivos que também contribuem ulteriormente para a propagação da pornografia e a exaltação da violência. Entre eles, podemos citar: o benefício económico; ausência de leis cuidadosamente preparadas ou a sua não aplicação; confusão e apatia por parte de muitos.

7. A importância do uso das Redes Sociais na construção da sociedade

As Redes Sociais trouxeram uma certa revolução no contexto da cultura atual da comunicação. Na atualidade, a cultura da comunicação inaugura um complexo modo de viver. As Redes Sociais encontram-se profundamente presentes e articuladas com todas as dimensões da vida da sociedade. Os meios de comunicação social, na sua generalidade,

¹⁸¹ IOANNES PAULUS PP. II, *Litterae Encyclicae Redemptor Hominis*, n° 15, in AAS 71 (1979)

¹⁸² PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, *pornografia e violência nas comunicações sociais: uma resposta pastoral*, n° 3, in *L'osservatore Romano*, Ano CXXIX, n° 108 (7 de Maio de 1989)

¹⁸³ *Pornografia e violência nas comunicações sociais: uma resposta pastoral*, n° 19.

têm imenso poder de promover a felicidade e a realização humanas. As Redes Sociais também não são exceção: o uso que fazemos delas traz alguns benefícios económicos, políticos, culturais, educativos e religiosos.

No campo económico, as Redes sociais apoiam «os negócios e o comércio; ajudam a estimular o crescimento económico, o emprego e a prosperidade; encorajam os aperfeiçoamentos na qualidade dos bens e serviços existentes e o desenvolvimento de outros novos e promovem a concorrência responsável que serve o interesse público»¹⁸⁴. No campo da política, as Redes Sociais contribuem com as informações sobre temas e eventos, põem em evidência a incompetência, a corrupção e os abusos de confiança e ainda facilitam a participação dos cidadãos na política¹⁸⁵. No campo cultural, elas promovem o desenvolvimento humano, no que concerne à ciência, à sabedoria e à beleza. Oferecem às pessoas o acesso à literatura, ao teatro, à música e às artes¹⁸⁶. As Redes sociais são importantes instrumentos no campo da educação. «Superam barreiras de distância e de isolamento, levando oportunidades de conhecimento a áreas remotas, aos religiosos enclausurados, a quem está em casa, aos prisioneiros e a muitos outros»¹⁸⁷. No campo religioso, elas servem como veículos para a evangelização e a catequese. Por exemplo, hoje temos em todo o mundo, «enormes auditórios que assistem e, num certo sentido participam em importantes eventos da vida da Igreja»¹⁸⁸, regularmente transmitidos pela televisão. Mas agora o *Facebook* também já nos permite fazer uma transmissão em direto:

«Os modernos meios de comunicação reúnem os homens do nosso tempo, como que numa mesa redonda, para o convívio fraterno e a ação comum. Na verdade, estes meios

¹⁸⁴ *Ética nas comunicações sociais* n° 7.

¹⁸⁵ Cf. *Ética nas comunicações sociais* n° 8.

¹⁸⁶ Cf. *Ética nas comunicações sociais* n° 9.

¹⁸⁷ *Ética nas comunicações sociais* n° 10.

¹⁸⁸ *Ética nas comunicações sociais* n° 11.

suscitam e difundem por toda a parte relações entre os homens e promovem diálogo público e universal. A torrente de informação e opinião, assim movimentada, faz de cada homem um participante no drama, nos problemas e dificuldades do género humano; participação que cria, por sua vez, as condições necessárias para a compreensão mútua, que conduz ao progresso de todos»¹⁸⁹.

8. Desafios atuais

Cinquenta anos depois do Concílio Vaticano II é comum a todos a ideia de que estamos a viver uma época de profundas transformações sociais e muito particularmente no que diz respeito à tecnologia das comunicações. É ideia comum também que os meios de comunicação social alcançaram uma grande importância na vida da sociedade e que o seu impacto interfere em todos os processos da vida humana.

A Igreja sempre fez uma abordagem fundamentalmente positiva dos meios de comunicação social, mesmo quando condena os abusos sérios. Encara esses meios como «dons de Deus na medida em que, segundo a intenção providencial, criam laços de solidariedade entre os homens, pondo-se assim ao serviço da Sua vontade salvífica»¹⁹⁰. O acesso aos novos meios de comunicação social permite uma familiaridade com a rede e, esses meios tornam-se, para muitos, os principais instrumentos de orientação para os comportamentos individuais, familiares e sociais.

Estamos cientes de que estas maravilhosas invenções da técnica, que garantem a comunicação social entre os homens, «devem ser encaradas como instrumento dos planos de Deus para promover as relações sociais durante a nossa vida na terra»¹⁹¹. Todos os cristãos são convidados a «um trabalho conjunto, para que os meios de comunicação

¹⁸⁹ *communio et progressio*, n.º 19

¹⁹⁰ *Communio et progressio*, n.º 2.

¹⁹¹ *Communio et progressio*, n.º 12.

social contribuam para a procura da verdade e para o verdadeiro progresso humano»¹⁹². Neste sentido, a Igreja, reconhecendo nos instrumentos de comunicação social «o caminho que hoje se privilegia para a criação e a transmissão de cultura»¹⁹³, sente-se no dever de propor uma formação aos seus profissionais e ao público, para que considerem esses meios com um sentido crítico, animado pela verdade.

Os novos meios de comunicação social têm uma grande influência na vida da sociedade. Por isso, torna-se necessária uma reflexão profunda por parte daqueles que têm responsabilidade nos meios de comunicação, com o intuito de garantir uma prática da responsabilidade pessoal e social. Estes meios trazem grandes vantagens para a sociedade. Mas para a sua «utilização consciente são necessários valores sãos e escolhas prudentes, da parte dos indivíduos, do setor privado, dos governos e de toda a sociedade»¹⁹⁴. É evidente que a Igreja não pretende ditar estas escolhas, mas:

«Dada a importância fundamental que os *media* têm na determinação de alterações no modo de ler e conhecer a realidade e a própria pessoa humana, torna-se necessária uma atenta reflexão sobre a sua influência, principalmente na dimensão ético-cultural da globalização e do desenvolvimento solidário dos povos. Como requerido por uma correta gestão da globalização e do desenvolvimento, o sentido e a finalidade dos *mass media* devem ser buscados no fundamento antropológico. Isto quer dizer que os mesmos podem tornar-se ocasião de humanização, não só quando, graças ao desenvolvimento tecnológico, oferecem maiores possibilidades de comunicação e de informação, mas também e sobretudo quando são organizados e orientados à luz de uma imagem da pessoa e do bem comum que traduza os seus valores universais»¹⁹⁵.

¹⁹² *Communio et progressio*, n° 13.

¹⁹³ Cf. IOANNES PAULUS PP. II, *Exortação Apostólica Christifideles laici*, n° 44, in AAS 81 (1989), 393-521.

¹⁹⁴ *Aetatis Novae*, n° 12.

¹⁹⁵ BENEDICTUS PP. XVI, *Carta Apostólica Caritas in veritate*, n° 73, in AAS 101 (2009) n° 8, 1-69.

A Igreja procura apenas fornecer uma verdadeira ajuda, indicando critérios éticos aplicáveis neste domínio, critérios que se encontrarão nos valores tanto humanos como cristãos¹⁹⁶.

A Igreja também precisa de compreender e de usar estes novos meios como instrumentos para a comunicação interna. Isto exige que tenha claramente em vista a sua especial característica de instrumentos de comunicação diretos, imediatos, interativos e participativos. Nesta situação, a Igreja sente a necessidade de uma «opinião pública para alimentar o diálogo entre os seus membros»¹⁹⁷. A opinião pública é um elemento imprescindível na Igreja. Com ela, a Igreja aprende a atualizar-se na medida em que revê a sua linguagem, o modo como transmite os conteúdos essenciais da fé. Além disso, a opinião pública é um «meio de realizar o carácter de *communio* da Igreja, que encontra o seu fundamento na comunhão íntima da Trindade e a reflete»¹⁹⁸.

Estes novos meios apresentam também à Igreja aspetos singulares, que muitas vezes impedem a solidariedade e o desenvolvimento integral da pessoa humana. A Instrução Pastoral *Aetatis Novae* apontou alguns deles, tais como «o secularismo, o consumismo, a desumanização, o materialismo e a ausência de interesse pela condição dos pobres e dos desprotegidos»¹⁹⁹.

É recomendável que todos na Igreja lancem mão destes novos meios de comunicação de maneira criativa, para assumirem as responsabilidades que lhes cabem e ajudarem a Igreja a cumprir a sua missão²⁰⁰. Os sacerdotes, os diáconos, os religiosos e os operadores leigos da pastoral deveriam ser formados no campo dos *mass media*, para compreenderem

¹⁹⁶ Cf. *Aetatis Novae*, nº 12.

¹⁹⁷ *Communio et progressio*, nº 115.

¹⁹⁸ *Aetatis Novae*, nº 10.

¹⁹⁹ *Aetatis Novae*, nº 13.

²⁰⁰ Cf. PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, *Igreja e Internet*, nº 10, in *L'Osservatore Romano*, Ano XXXIII, nº 11 (16 de Março de 2002).

o impacto das comunicações sociais sobre os indivíduos e a sociedade e adquirirem uma forma de comunicar adequada às sensibilidades e aos interesses das pessoas na nova cultura dos *mass media*²⁰¹.

Conclusão

A missão da Igreja é um facto pastoral. Pratica-se e comunica-se por muitos meios. Os meios da comunicação social têm muita força, para dentro e para fora da Igreja. Esta alimenta-se de experiências e da prática de comunicação. Para uma adequada pastoral da comunicação social, é de esperar que as atividades da Igreja sejam perspectivadas sob o ângulo da comunicação. Espera-se também que os *mass media* sejam incorporados na organização das atividades evangelizadoras.

Há uma urgência inadiável: a formação de agentes pastorais nos aspetos básicos da comunicação social. É ideia comum entre os peritos na matéria que a pastoral da comunicação social continua a ser o parente pobre da família eclesial. Há cursos especializados de comunicação social a nível de teologia pastoral? Que ajuda espiritual e que diálogo da Igreja com os comunicadores sociais? São algumas questões que precisam de respostas.

²⁰¹ *Ibidem*

CONCLUSÃO

Ao longo do estudo realizado que agora concluímos, pretendemos abordar a temática *O uso da Rede Social Facebbok na comunicação da Fé Cristã*.

Com este intuito, começámos por abordar o modo de funcionar das Redes Sociais *online* e a maneira como estão modificando a forma como nós comunicamos. Hoje, a sociedade constrói-se muito a partir das Redes sociais. Estas são um espaço de construção, não só da sociedade, mas também de sujeitos. Na era das novas tecnologias, as Redes Sociais firmam o seu espaço como importantes ferramentas na construção das identidades pessoais.

As Redes Sociais rapidamente estão a transformar o estilo da comunicação humana. Por um lado, facilitam a comunicação a grande distância, mas, por outro lado, podem dificultar a riqueza da comunicação direta entre os indivíduos, como o contato presencial.

Depois de analisar o modo como as Redes Sociais funcionam, compreendemos que, no seu conjunto, os meios de comunicação social são entendidos como canais de aproximação ou de distância, de promoção ou de distorção dos valores que enobrecem o homem. Por isso, a Igreja sentiu a necessidade de orientar os cristãos e convocá-los para o reto uso destes meios. O decreto *Inter Mirifica* permitiu reconhecer a importância da comunicação para o desenvolvimento do ser humano e, desde então, o que a Igreja tem feito é educar para a comunicação social.

A Igreja tem consciência de que, cada vez mais, o anúncio do Evangelho passa pelos meios de comunicação social. Ela deve empenhar-se em «anunciar o evangelho aos

homens do nosso tempo, animados pela esperança, mas ao mesmo tempo torturados muitas vezes pelo medo e pela angústia»²⁰².

As Redes Sociais e a internet em geral são lugares onde se pode viver a vocação missionária da Igreja, onde se pode descobrir a beleza da fé e do encontro com Cristo. No dizer do Papa Francisco, as Redes Sociais são, por isso, uma porta maravilhosa, que, usada de forma segura e verdadeira, é capaz de promover um novo anúncio de Jesus, de tal maneira que cada vez mais se ouça falar do amor que Deus comunicou-nos em seu Filho, Jesus Cristo.

A Igreja deve procurar sempre meios adaptados para fazer chegar aos homens a sua proposta de fé. O conteúdo desta não deve esconder a importância que eles têm, pois nunca será demasiado acentuar o papel dos meios de comunicação social para a evangelização. No nosso tempo, tão marcado pela comunicação social, estes instrumentos fazem com que a proposta de fé chegue a milhões de pessoas.

Por fim, professar a fé da Igreja em Deus Pai, Filho e Espírito Santo é um convite a levarmos para a realidade quotidiana das Redes Sociais, em que vivemos, a certeza que nos vem da fé, a certeza da presença de Deus na história, uma presença que traz vida e salvação. O mistério de vida e salvação que constitui a Igreja em si mesma deve ser motivo para que esta faça parte integrante da sociedade em rede. Isto tem, pelo menos, duas consequências: em primeiro lugar, a Igreja é chamada a desempenhar um verdadeiro serviço na sociedade, sem ter de substituir nenhuma instituição política ou social; em segundo lugar, deve munir-se dos meios e organismos que lhe permitam ter lugar, corpo e visibilidade no contexto da sociedade em rede, da qual não se pode alhear.

²⁰² *Evangelii Nuntiandi*, n.º 1

A luta pela fé é um processo permanente; dura a nossa vida inteira. A fé não é uma coisa que nós possuímos, que se tenha na mão. Estamos constantemente a procurar a fé, porque ela também é atacada pela dúvida. Na fé, voltamo-nos para Deus e para o nosso mistério, como foi-nos revelado por Deus em seu Filho, Jesus Cristo.

Em suma, fica a consciência da limitação na abordagem do tema escolhido e o desejo de que este trabalho tenha contribuído para sublinhar a importância do uso dos meios de comunicação social para a evangelização. Sem a pretensão de esgotar o tema, fizemos o esforço de dar voz à Igreja entre muitas outras vozes, ou seja, de aproximar a voz da Igreja dos meios de comunicação social. O nosso esforço passou também por redescobrir o papel dos meios de comunicação social na Igreja e ver melhorada a relação desta com eles.

BIBLIOGRAFIA

DOCUMENTOS DO MAGISTÉRIO

BENEDICTUS PP. XVI, «Autenticidade e verdade na cultura das redes sociais», (Mensagem para XLVII dia mundial de comunicação social), in *L'Osservatore Romano*, Ano XLIV, nº 4 (26 de janeiro de 2013).

BENEDICTUS PP. XVI, «O sacerdote e a pastoral no mundo digital: os novos media ao serviço da Palavra», (Mensagem para XLIV dia mundial da comunicação social), in *L'osservatore Romano*, Ano XLI, nº 5 (30 de janeiro de 2010).

BENEDICTUS PP. XVI, «Os *media*: rede de comunicação, comunhão e cooperação», (Mensagem para XL dia mundial de comunicação social), in *L'osservatore Romano*, Ano XXXVII, nº 4 (28 de janeiro de 2006)

BENEDICTUS PP. XVI, «Verdade, anúncio e autenticidade de vida na era digital», (Mensagem para o dia XLV mundial da comunicação social), in *L'osservatore Romano*, Ano XLII, nº 5 (29 de janeiro de 2011).

BENEDICTUS PP. XVI, Carta Apostólica: *Caritas in veritate*, in AAS 101 (2009).

Constituição dogmática sobre a Igreja (Lumen Gentium), in *Concílio ecuménico Vaticano II*, Braga, Editorial A. O., 1983.

Constituição pastoral sobre a Igreja no mundo atual (Gaudium et Spes), in *Concílio ecuménico Vaticano II*, Braga, Editorial A. O., 1983.

Decreto sobre a atividade missionária da Igreja (Ad Gentes), in *Concílio ecuménico Vaticano II*, Braga, Editorial A. O., 1983.

Decreto sobre os meios de comunicação social (Inter Mirifica) in *Concílio ecuménico Vaticano II*, Braga, Editorial A. O., 1983.

IOANNES PAULUS PP. II, «A proclamação do Evangelho de Cristo nos meios de comunicação social», (Mensagem para XXVI dia mundial de comunicação social), in *L'Osservatore Romano*, Ano XXIII, nº 5 (2 de fevereiro de 1992).

IOANNES PAULUS PP. II, «Anunciai-o do cimo dos telhados: o Evangelho na era da comunicação global», (Mensagem para XXXV dia mundial das comunicações sociais), in *L'Osservatore Romano*, AnoXXXII, nº 4 (27 de janeiro de 2001).

IOANNES PAULUS PP. II, «As comunicações sociais e a promoção cristã da juventude», (Mensagem para o XIX dia das comunicações sociais), in *L'Osservatore Romano*, Ano XVI, nº 18 (5 de maio de 1985).

IOANNES PAULUS PP. II, «Comunicar o Evangelho de Cristo: Caminho, Verdade e Vida», (Mensagem para XXXI dia mundial das comunicações sociais), in *L'Osservatore Romano*, Ano XXVIII, nº 4 (25 de janeiro 1997).

IOANNES PAULUS PP. II, «Internet: um novo foro para a proclamação do Evangelho», (Mensagem para XXXVI dia mundial da comunicação social), in *L'Osservatore Romano*, Ano XXXIII, nº 4 (26 de janeiro de 2002).

IOANNES PAULUS PP. II, «Mass media: presença amiga ao lado de quem procura o Pai», (Mensagem para XXXIII dia mundial das comunicações sociais), in *L'Osservatore Romano*, Ano XXX, nº 6 (6 de fevereiro de 1999).

IOANNES PAULUS PP. II, «Os mass media na família: um risco e uma riqueza», (Mensagem para XXXVIII dia mundial das comunicações sociais), in *L'Osservatore Romano*, Ano XXXV, nº 5 (31 de janeiro de 2004).

IOANNES PAULUS PP. II, «Proclamar Cristo nos meios de comunicação social no alvorecer do Novo Milénio», (Mensagem para XXIV dia mundial da comunicação social), in *L'Osservatore Romano*, Ano XXXI, nº 5 (29 de janeiro de 2000).

IOANNES PAULUS PP. II, *Exortação Apostólica Christifideles laici*, in AAS 81 (1989).

IOANNES PAULUS PP. II, *Litterae Encyclicae Redemptor Hominis*, nº 15, in AAS 71 (1979).

IOANNES PAULUS PP. II, *Litterae Encyclicae Redemptoris Missio* (7 decembrii 1990) in AAS 83 (1991).

IOANNES PP. XXIII, *Constitutio Apostolica Concilium Oecumenicum Vaticanum II indicitur (Humanae Salutis)* in AAS 54 (1962).

IOANNES PP. XXIII, *Discurso na inauguração da terceira sessão do Concílio ecuménico Vaticano II*, in AAS 56 (1964).

PAULUS PP. VI, *Exortação Apostólica: Evangelii Nuntiandi*, in AAS, 68 (1976).

Pontifício conselho para as comunicações sociais, *pornografia e violência nas comunicações sociais: uma resposta pastoral*, in *L'osservatore Romano*, Ano CXXIX, nº 108 (7 de Maio de 1989).

Pontifício conselho para a comunicação social, *Ética na internet*, in *L'osservatore Romano*, Ano XXXIII, nº 12 (23 de Março de 2002).

Pontifício Conselho para as comunicações sociais, *Ética nas comunicações sociais*, in *L'Osservatore Romano*, Ano XXXI, nº 24 (10 de Junho de 2000).

Pontifício conselho para as comunicações sociais, *Instrução Pastoral: Aetatis Novae*, in AAS 84 (1992).

Pontifício conselho para as comunicações sociais, *Instrução Pastoral: Communio et progressio*, in AAS, 63 (1971).

Pontifício Conselho para as comunicações, *Igreja e internet*, in *L'Osservatore Romano*, Ano XXXIII, nº 11 (16 de março de 2002).

INSTRUMENTOS DE TRABALHO

Bíblia de Jerusalém, Nova edição (revista e ampliada), Paulus, 2011.

HEGEL, G. W. F., *Enciclopédia das ciências filosóficas em Epítome*, Vol. I, Lisboa, Ed. 70.

SCHULER, A., *Dicionário enciclopédico de Teologia*, Série Teológica (entrada: *Fides qua e Fides quae*).

ESTUDOS

AGOSTINHO DE HIPONA, *De fide et Symbolo*, Paris, Desclée de Brouwer, 1947.

AGOSTINHO DE HIPONA, *De Trinitate*, Lisboa, Paulinas Editora, 2007.

ARENDT, H., *A Condição humana*, São Paulo, Ed. Forense Universitária, 2001.

BASÍLIO DE CESAREA, *El Espiritu Santo*, Ciudad Nueva, Madrid.

BAUMAN, Z., *Liquid Love, on the frailty of human bonds*, Cambridge, Polity Press, 2003.

CARDOSO, G., *Da Comunicação de massa à comunicação em rede*, Porto, Porto editora.

CASTELLS, M., *A Galáxia Internet – Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

CASTELLS, M., *A Sociedade em Rede - A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura, vol. I*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2005.

CASTELLS, M., *O Fim do Milénio - A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura, vol. III*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

CASTELLS, M., *O Poder da Identidade – A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura, vol. II*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

- CRESCENZI, L.; ARRUANA, N. & TORTAJADA, I., “Privacy, self-disclosure and self-image of Spanish teenagers on social networking sites. The case of Fotolog”, *Comunicación y Sociedad*, Vol. 26, nº 2, 2013.
- DIAS, P., “Comunicação e Cognição digital”, *Povos e Cultura*, 18 (2014), 139-157.
- DIAS, P., *Viver na Sociedade digital: tecnologias digitais, novas práticas e mudanças sociais*, Cascais, Ed. Principia.
- DONATH, J., “Identity and deception in the virtual community”, in Kollock, P. & Smith, M. (orgs), *communities in cyberspace*, Nova Iorque, Ed. Routledge.
- FIDALGO, A. e CANAVILHAS, J. (org), *Comunicação Digital: 10 anos de investigação*, Coimbra, Ed. Minerva.
- GESCHÉ, A., *Jesu Cristo, Dios para pensar IV*, Salamanca, Sígueme, 2013.
- GREGÓRIO DE NAZIANZO, *Corpus Christianorum, Series Graeca*, 20.
- GREGÓRIO DE NISSA, *Catéchese de la Foi*, Desclee de Brouwer, Paris.
- HALL, S. & Paul G., *Questions of Cultural Identity*, SAGE, 1996.
- HALL, S., “Identidade Cultural e Diáspora”, *Comunicação & Cultura*, N. 1, Primavera-verão 06, 21-34.
- HIPÓLITO DE ROMA, *Tradição Apostólica*, Vozes, Petrópolis, 1981.
- IRENEU DE LYON, *Adversus Haereses*, Paris, CERF, 1985.
- JENKINS, H., *Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação*, São Paulo, Ed. Aleph, 2009.
- KASPER, W., *El Dios de Jesu Cristo*, Sal Terrae, 2013.
- KÜNG, H., *Dieu existe-t-il?*, Paris, Seuil, 1981.
- LAMELAS, I. P., *Sim, Creemos: o Credo comentado pelos Padres da Igreja*, Lisboa, Universidade Católica editora, 2013.

- MARICHAL, J., *Facebook Democracy: The Architecture of Disclosure and the Threat to Public Life*, Ashgate, Surrey.
- MCLUHAN, M., *La Galaxie Gutenberg-face à la l'ère électronique: les civilisations de l'âge oral à l'imprimerie*, Ed. Mame.
- MENDES, J. M., «O desafio das identidades», *Globalização: Fatalidade ou Utopia?*, Porto Edições Afrontamento, 2001.
- NICOLAU DE CUSA, por Eusébio Colomer, *De Deo Abscondito*, Braga, Faculdade de Filosofia, 1964.
- NÓBREGA, L. P., «Construção da Identidade nas Redes Sociais», *Fragments de Cultura*, N. ½, Jan/Fev 2010.
- PIKAZA, X., *Dios como Espirito y Persona*, Salamanca, Secretariado trinitario.
- PINTO, M., «Igreja e comunicação social: em busca de um modelo dialógico», *Theologica*, II série, Vol. 36, fasc. 1 (2001).
- RATZINGER, J., *Introdução ao Cristianismo: Preleções sobre o «Símbolo Apostólico»*, Cascais, Pincipia.
- RECUERO, R., *As redes sociais na internet*, Porto Alegre, Ed. Sulina.
- SENNETT, R., *The fall of Public Man*, England, Ed. Penguin Books.
- SESBOÜÉ, B., *Pensar e viver a fé no terceiro milénio, convite aos homens e mulheres do nosso tempo*, Coimbra, Gráfica de Coimbra.
- URBINA, C. I., *Teologia Fundamental*, Eunsa, 1998.
- VIGINI, G., *Questa à la nostra fede*, Edizioni San Paolo, 2012.
- WATZLAWIK, P.; BEAVIN, J. H. & JACKSON, D. D. A., *Pragmática da comunicação: um estudo dos padrões, patologias e paradoxos da interação*, São Paulo, Ed. Cultrix, 10, 1998.

NETGRAFIA

GIOIELLI, L. P., “*A Identidade Líquida: a experiência identitária na contemporaneidade dinâmica*”, *Estado e Comunicação*, 2006, Anais eletrônicos:

Intercom, 2006. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1461-1.pdf>

MARTINO, L. C., *A revolução mediática: A comunicação na era da simulação tecnológica*, disponível em:

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%202/AREvolu%E7%E3oMedi%E1tica.pdf>

RUDIGER, F., *Subjetividade e novas tecnologias de comunicação: elementos para a crítica do pensamento contemporâneo*, INTERCOM, versão digital disponível em:

www.portcom.intercom.org.br.

STOCKINGER, G., *Para uma teoria sociológica de comunicação*, Editora Eletrônica Facom - UFBA, Salvador / Versão 2.0, 2001, 43-50, disponível em:

http://simaocc.home.sapo.pt/e-biblioteca/pdf/gottfried_sec2.pdf.

VALKENBURG, P. & PETER, J., “*Social Consequences of the Internet for Adolescents: A Decade of Research*”, *Current Directions in Psychological Science*, February, 2009 18: 1-4, versão digital disponível em:

https://www.researchgate.net/profile/Patti_Valkenburg/publication/241644960_Social_Consequences_of_the_Internet_for_AdolescentsA_Decade_of_Research/links/5422d94e0cf290c9e3adb47d.pdf.