



**UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA**  
**FACULDADE DE TEOLOGIA**

**MESTRADO INTEGRADO EM TEOLOGIA (1.º grau canónico)**

**DIOGO ANTÓNIO CASTRO ANTUNES**

**Da Informação à Comunhão:  
a Palavra acampou entre nós  
A comunicação salvará o mundo**

**Dissertação Final  
sob orientação de:  
Prof. Doutor Luís Miguel Figueiredo Rodrigues**

**Braga  
2024**

## Agradecimentos

Gostaria, em primeiro lugar, de agradecer ao meu orientador de tese, Dr. Luís Miguel Rodrigues, por me ensinar a ser menos um “bom aluno” e mais autônomo ao longo deste trabalho de investigação. Não obstante, a sua meticulosa releitura final de cada um dos capítulos permitiu-me, sem dúvida, esclarecer o meu ponto de vista. Gostaria também de agradecer ao meu reitor, o Dr. Vítor Novais que me possibilitou, mesmo em tempo de formação no seminário participar nas Jornadas Nacionais de Comunicação Social em Fátima, as quais foram propulsoras do meu trabalho, sobretudo a intervenção de Monsenhor Lucio Ruiz, Secretário do Dicastério para a Comunicação com a sua alocução “Escutar para comunicar”.

Aos meus colegas de curso de Teologia louvo a paciência que tiveram para comigo e aos meus formadores o incentivo que me deram. Não posso esquecer o apoio e ideias que me foram transmitidas, sobretudo pelos meus antigos companheiros do Curso de Ciências da Comunicação que embora não sejam frequentadores assíduos da Igreja têm uma visão externa que muito me auxiliou na concretização desta dissertação. Sem eles eu jamais teria conseguido realizar este trabalho. Estiveram disponíveis até ao fim, para os últimos detalhes, permitindo-me alargar os horizontes mediante uma análise crítica da realidade da comunicação na Igreja. Estendo igualmente os meus agradecimentos às pessoas que chamo de “recursos” na minha dissertação e que me permitiram compreender melhor o funcionamento atual e passado deste setor da comunicação.

Estou particularmente grato aos meus amigos, grande parte deles, hoje, agentes de comunicação, pela sua revisão e pelos conselhos sempre muito relevantes.

À Professora Alzira que sempre me incutiu o sentido da escuta e o valor do silêncio dirijo o meu bem-haja, e ao Pe. Bruno que me foi limando e auxiliando a me construir, a minha palavra de deferência.

Agradecimentos também aos meus pais, irmãos, cunhado, sobrinhos, compadres e afilhados pelo carinho sempre renovado e por tantas vezes terem compreendido que os fins de semana passados em casa eram necessários para me dedicar à dissertação e assim tive de sacrificar alguns momentos nos quais podia ter desfrutado melhor da sua presença.

Por fim, *last but not the least*, bendigo a Deus por tantas bênçãos das quais não sou merecedor, sem Ele esta etapa não teria sido terminada.

Para encerrar este preâmbulo de gratidão, gostaria de sublinhar um último ponto: numa sociedade e tempo onde tudo é rapidez, competitividade, rentabilidade, afirmo ter feito, pela primeira vez na minha vida, através deste trabalho de investigação e no espírito do médico e cientista italiano Lamberto Maffei, “o elogio da lentidão”. Na verdade, demorei para traçar os contornos do meu tema, entender o que queria observar, ter uma certa perspectiva, elaborar uma exposição académica, mas esse tempo foi necessário para a concretização do trabalho e da pesquisa a ele inerente.

*Christus in vobis, spes gloriae!*

## Índice

<i>Agradecimentos</i> .....	2
<i>Resumo</i> .....	6
<i>Abstract</i> .....	7
<i>Abreviaturas e Siglas</i> .....	8
<i>Introdução</i> .....	10
<b>1. O sentido da comunicação</b> .....	<b>13</b>
<b>1.1. Palavra que revela e se revela</b> .....	<b>13</b>
<b>1.2. A força da palavra</b> .....	<b>20</b>
<b>1.3. A comunicação na Sagrada Escritura</b> .....	<b>22</b>
<b>2. A comunicação de Jesus</b> .....	<b>26</b>
<b>2.1. Da comunicação de Jesus à comunicação da Igreja</b> .....	<b>29</b>
2.1.1. A era Apostólica .....	30
2.1.2. O período dos Padres da Igreja .....	34
2.1.3. Da comunicação oral, pessoal e presencial à era da escrita .....	36
2.1.4. Da oficina tipográfica aos estúdios de comunicação .....	38
2.1.5. A Igreja e o Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais .....	40
2.1.6. A era digital.....	43
<b>3. Uma Igreja que se diz</b> .....	<b>48</b>
<b>3.1. Questões levantadas à Igreja numa era comunicacional</b> .....	<b>48</b>
<b>3.2. Comunicação: Uma arte que salvará o mundo</b> .....	<b>54</b>
3.2.1. Enfrentar o ruído .....	55
3.2.2. A arte da comunicação e as suas ferramentas .....	56
<b>3.3. Comunicação: palavra, verdade e beleza</b> .....	<b>59</b>
3.3.1. A Beleza salvará o Mundo .....	61
3.3.2. A Comunicação salvará o Mundo .....	61
<b>3.4. Comunicação e Soteriologia</b> .....	<b>62</b>

<b><i>Conclusão</i></b> .....	<b>67</b>
<b><i>Bibliografia</i></b> .....	<b>70</b>
<b>Magistério</b> .....	<b>70</b>
<b>Publicações Periódicas</b> .....	<b>72</b>
<b>Monografias</b> .....	<b>73</b>
<b>Internet</b> .....	<b>78</b>

## **Resumo**

Insistir sobre a missão importante da comunicação na Igreja não é de modo algum algo de novo, no entanto refletir como comunicamos, o que comunicamos e com quem comunicamos tendo como paradigma o perfeito comunicador, Jesus Cristo, é o trilha deste trabalho que procura estabelecer coordenadas comunicacionais. Esta dissertação de mestrado intitulada «Da Informação à Comunhão: a Palavra acampou entre nós - A comunicação salvará o mundo» explora a importância da comunicação na promoção da comunhão e na evangelização contemporânea, ciente dos desafios e dificuldades emergentes. O trabalho destaca como o mundo das comunicações se tornou o principal areópago da modernidade, unificando a humanidade e transformando-a na "aldeia global". A pesquisa enfatiza que os meios de comunicação social desempenham um papel crucial na formação e informação das novas gerações, que crescem num ambiente profundamente influenciado pelos *mass media*.

A Igreja, embora tenha priorizado outras ferramentas para o anúncio evangélico, deve reconhecer a relevância dos *mass media* e integrá-los de forma eficaz na sua programação pastoral. A dissertação defende que a evangelização não deve apenas utilizar os meios de comunicação para disseminar a mensagem cristã, mas também adaptar essa mensagem à nova cultura criada pelas modernas comunicações. Assim, a comunicação emerge como um elemento vital na experiência de fé, capaz de transformar não apenas indivíduos, mas toda a sociedade, promovendo uma verdadeira comunhão entre as pessoas e Deus.

**Palavras-chave:** Comunicação, Comunhão, Diálogo, Sinodalidade, Digital, Beleza, Perfeito Comunicador

## **Abstract**

Insisting on the important mission of communication in the Church is by no means new, however, reflecting on how we communicate, what we communicate and with whom we communicate, using as a paradigm the perfect communicator, Jesus Christ, is the path of this work that seeks to establish coordinates communicational. This master's thesis entitled «From Information to Communion: the Word camped among us - Communication will save the world» explores the importance of communication in promoting communion and contemporary evangelization, aware of the emerging challenges and difficulties. The work highlights how the world of communications has become the main areopagus of modernity, unifying humanity and transforming it into the "global village". The research emphasizes that the media play a crucial role in training and informing new generations, who grow up in an environment deeply influenced by the mass media.

The Church, although it has prioritized other tools for evangelical proclamation, must recognize the relevance of the mass media and integrate them effectively into its pastoral programming. The dissertation argues that evangelization must not only use the media to disseminate the Christian message, but also adapt this message to the new culture created by modern communications. Thus, communication emerges as a vital element in the experience of faith, capable of transforming not only individuals, but the entire society, promoting true communion between people and God.

**Key-words:** Communication, Communion, Dialogue, Synodality, Digital, Beauty, Perfect Communicator

## Abreviaturas e Siglas

- AN Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, Instrução Pastoral *Aetatis Novae* (22 de fevereiro de 1992).
- CP Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, Instrução Pastoral *Communio et Progressio* (23 de Maio de 1971).
- DCE Bento XVI, Encíclica *Deus Caritas Est* (25 de Dezembro de 2005)
- DV Conc. Ecum. Vaticano II, Constituição dogmática sobre a revelação divina *Dei Verbum* (18 de Novembro de 1965).
- EG Francisco, Exortação apostólica *Evangelii Gaudium* (24 de Novembro de 2013).
- EN Paulo VI, Exortação apostólica *Evangelii Nuntiandi* (8 de Dezembro de 1975).
- GS Conc. Ecum. Vaticano II, Constituição pastoral sobre a Igreja no mundo contemporâneo *Gaudium et Spes* (7 de Dezembro de 1965).
- IM Conc. Ecum. Vaticano II. Decreto sobre os meios de comunicação social *Inter Mirifica* (6 de dezembro de 1966).
- RMi João Paulo II, *Redemptoris Missio* (7 de Dezembro de 1990).
- SC Conc. Ecum. Vaticano II, Constituição sobre a Sagrada Liturgia *Sacrosanctum Concilium* (4 de Dezembro de 1963).
- VD Bento XVI, *Verbum Domini* (30 de setembro de 2010).



## Introdução

A comunicação é um fenómeno fundamental da existência humana e tem uma importância vital para todo o humano. Todo o nosso mundo é comunicado e exposto numa linguagem, a qual não é meramente a designação de conteúdos previamente conhecidos, mas é antes de mais e como original nela a possibilidade de nos proporcionar e revelar conteúdos de sentido,<sup>1</sup> levando-nos desta forma ao conhecimento e à compreensão. Sem comunicação não existe, portanto, um mundo de compreensão, tornando-se impossível a transmissão das diversas formas de pensamento, ideias e concepções. A comunicação penetra no nosso mundo intelectual, corporal e espiritual, ou seja, penetra na realidade do que somos e onde nos situamos.

Questionava Dominique Wolton «porque é que a comunicação tem hoje um êxito tão grande? Sem dúvida porque as técnicas libertam o homem das condicionantes ancestrais do tempo e do espaço, permitindo-lhe ver, falar e estabelecer um intercâmbio com todas as partes do planeta, todos os dias, permanentemente».<sup>2</sup>

Com base neste tema da comunicação que aliás está associado ao tema da comunhão iremos, no primeiro capítulo, em busca do sentido da comunicação tal como nos é apresentado pela Teologia Fundamental, para valorizar e descobrir o papel desta arte que pode salvar o mundo,<sup>3</sup> centrando-me na categoria da palavra tal como a apresenta o Concílio Vaticano II na *Dei Verbum*, isto é, em termos analógicos. No dizer de René Latourelle a analogia da palavra é útil para definir a Revelação e mostra a grande riqueza da comunicação, quer entre Deus e o humano, quer entre os próprios Homens: «Assim como o homem pode comunicar com outro

---

<sup>1</sup> Cf. Emerich Coreth, *O que é o Homem? Elementos para uma Antropologia Filosófica*, trad. Maria de Lourdes Stiegeler (Lisboa: Editorial Verbo, 1988), 69. A linguagem não tem apenas uma função denotativa e objetiva (dita referencial) mas apresenta-se-nos noutras funções: a metalinguagem, a apelativa, a emotiva, a fática e a poética.

<sup>2</sup> Dominique Wolton, *Pensar a Comunicação*, trad. Vanda Anastácio (Algés: Editorial Difel, 1999), 31.

<sup>3</sup> Ao longo desta dissertação visamos uma abordagem da comunicação enquanto beleza, enquanto expressão do bom e do bem parafraseando a teologia estética de Urs von Balthasar, para assim adentrarmos na denominada '*via pulchritudinis*' como possibilidade que salvará o mundo [Cf. Hans Urs von Balthasar, *The Glory of the Lord, A Theological Aesthetics, I: Seeing the form* (Edinburgh: Ignatius-Crossroad, 1982) 18-19]. Igualmente, Fiódor Dostoiévski surge associado a este pensamento ajudando-nos a compreender, mediante o seu romance *O Idiota*, que a beleza que salvará o mundo, a qual nem sempre tem os contornos dos arquétipos preconcebidos pois é uma beleza que nos leva ao amor que convive com a dor [Cf. Fiódor Dostoiévski, *O Idiota*, trad. Nina Guerra e Filipe Guerra (Lisboa: Editorial Presença, 2021) 395-408]. O Papa Francisco tem dado particular ênfase a uma comunicação cristã pela *via pulchritudinis* sublinhando que não basta que as nossas mensagens sejam boas e justas, mas têm de ser concomitantemente belas, visto que só assim chegam ao coração das pessoas e suscitam o amor que atrai (Cf. EG 167).

homem de múltiplas formas – por gestos, ações, sinais artificiais ou gráficos – assim também pode Deus comunicar-se com o homem de múltiplas formas».<sup>4</sup>

Ao percorrermos a Sagrada Escritura nunca encontramos a palavra de Deus diretamente. Ela sempre nos é dada por meio do Humano e sempre de acordo com a linguagem humana, «ela se dá na história e tem a forma de um facto histórico».<sup>5</sup> Partindo destas coordenadas, faremos um itinerário que nos deixe cientes do carácter autenticamente humano da Revelação e nos permita contemplar o específico de Deus, que é a sua misericórdia manifestada num amor que leva a Palavra a acampar entre nós, falando a nossa linguagem mediante a qual estabelece comunicação com o humano e ao mesmo tempo restituindo à linguagem humana a sua veracidade.<sup>6</sup>

O segundo capítulo do nosso trabalho quer colocar os olhos nas características da comunicação realizada por Jesus, a fim de tirar ilações para uma comunicação da Igreja mais assertiva e tendo como princípio, não a imitabilidade, mas, a recriação da comunicação de Jesus.

A terceira fase desta dissertação busca olhar para os grandes desafios comunicacionais contemporâneos, nas suas mais variadas vertentes, quer a comunicação *ad extra*, quer a comunicação *ad intra*, quer a comunicação *inter ecclesia* e apontar critérios de comunicabilidade. Saberemos e estaremos a comunicar bem? O que comunicamos e como comunicamos?

Abordaremos a comunicação enquanto arte que forma o “belo”, tendo em conta que o processo através do qual esta arte se desenvolve, implica estar atento às contingências comunicacionais que normalmente se designam por ruído. Nalguns casos o ruído não é possível eliminar e terá de se aprender a conviver com ele ou minimizando o seu efeito nocivo, noutros casos o ruído pode ser corrigido. Ainda neste capítulo serão apresentadas as ferramentas necessárias para a execução de uma comunicação como arte e como beleza.

Perspetivamos também neste apartado a comunicação assente num tripé: a palavra, a verdade e a beleza. Estes três vocábulos são como um todo no que se refere à comunicação e por isso deverão estar intimamente conectados, correndo-se o risco de quando um ou mais desaparecem, a comunicação cair por terra.

---

<sup>4</sup> René Latourelle, *Teología de la Revelación*, trad. José Luis Domínguez Villar (Salamanca: Ediciones Sígueme, 2016), 359.

<sup>5</sup> César Izquierdo, *Teología Fundamental* (Pamplona: EUNSA, 2015), 79.

<sup>6</sup> Cf. Valerio Mannucci, *Bíblia: Palavra de Deus*, trad. Luiz João Gaio (São Paulo: Edições Paulinas, 1986), 16

Por fim procuraremos mostrar que a comunicação, além de dimensão estética, possui uma vertente soteriológica, ou seja, toda a verdadeira comunicação é salvação, não num plano apenas escatológico, mas inclusive no plano diário da vida humana.

## **1. O sentido da comunicação**

É Deus quem toma a iniciativa da comunicação. «Deus amou-nos primeiro», escreve São João (1 Jo 4,19). Em linguagem teológica, a esta comunicação, chamamos Revelação. O Deus em quem acreditamos manifesta-se à humanidade, é Ele quem começa, quem procura o humano.

Na Bíblia, encontramos o Deus de Abraão, de Isaac e de Jacob agindo na história humana. Sirva de exemplo apenas, quando os descendentes de Jacob são oprimidos no Egito, como Deus acompanha este povo oprimido. A ação de Deus não é mítica, mas identificável numa história. Este tipo de comunicação é específico da revelação bíblica. Acreditar que Deus age na história tem duas consequências: em primeiro lugar, esta história adquire uma grande consistência, não é algo de desprezível da qual devemos abstrair-nos para chegar ao divino, pois, Deus manifestando-se na história humana compromete-se com ela. Aqui não se professa o conceito filosófico de um deus imutável, impassível!

Deus age, mas também fala podendo nós mesmos dizer que Deus é um mistério falante. Mas a comunicação, para Deus, não é mero falar pois ele se dá a conhecer nos atos e nas palavras tal como os sacramentos da Igreja, os quais nunca separam o gesto humano de uma palavra, fazendo dos dois juntos um ato pelo qual Deus age e se comunica ao Homem.

Há um outro aspeto da comunicação em Deus que não pode ser esquecido: Deus considera a humanidade como uma verdadeira parceira, esperando dela uma resposta. Isto requer da humanidade atenção à sua experiência pessoal e aos acontecimentos mundiais, bem como, tempo para os visitar e avaliar à luz da fé e das Escrituras de forma a responder da melhor maneira à iniciativa divina. A comunicação mostra-se assim bidirecional e plenamente dialógica sendo portadora de um sentido.

### ***1.1. Palavra que revela e se revela***

A Sagrada Escritura inicia com o relato da criação, a qual se apresenta como um hino à beleza. O livro do Génesis numa das suas narrativas da criação propõe-nos uma exclamação que é repetida cinco vezes: «E Deus viu que era bom/belo» (Gn 1, 10.12.18.21.25.). O adjetivo

hebraico טוב (*tov*) significa ao mesmo tempo bom e belo. Bondade e Beleza são assim, nesta língua semita, sinónimos.

E se, na Bíblia, Deus se revela como beleza, não é surpreendente que a Palavra de Deus seja fonte de beleza, e conseqüentemente a comunicação de Deus gere beleza e bondade.

Embora o propósito deste trabalho não tenha um carácter exegético, vai contudo, refletir, mesmo que não exaustivamente, a nível teológico, acerca da distância entre a objetivação da palavra de Deus que é a Escritura e o próprio ato da Palavra como dom ainda atual. Assim aludo a um velho problema sobre a inspiração e ao mesmo tempo sobre a compreensão da Palavra, sublinhando que não há atualização de um significado (signo) desejado por Deus sem um ato de compreensão hermenêutica.<sup>7</sup>

Seguindo o pensamento de Paul Ricoeur, a verdade de uma interpretação resulta de uma sinergia entre a evidência e o intérprete, na qual o intérprete entra em jogo com todos os seus preconceitos e pré-compreensões, ou melhor, com o seu horizonte de expectativa. E as interpretações podem ser inúmeras, porque os horizontes da espera são imensos, mas não ilimitados. O limite deles está em uma suposição séria do facto. É o fenómeno, seja um evento real ou um texto, que regula a hermenêutica. Toda a hermenêutica deve dar razões de si mesma com base na sua capacidade de se relacionar razoavelmente com um fenómeno e mesmo as interpretações mais sofisticadas e surpreendentes devem encontrar a sua própria justificação nos dados reais que se tornaram evidentes. Se não houver essa rastreabilidade aos dados iniciais, a interpretação degenera em arbitrariedade e falta de sentido. Portanto, segundo esta perspectiva, não se daria uma interpretação exata, mas sim uma interpretação sensata. A isto aludiu Paul Ricoeur quando afirmou que

houve sempre um problema hermenêutico no cristianismo, porque este procede de uma proclamação, de uma pregação originária, segundo a qual, em Jesus Cristo, o reino aproximou-se de nós de modo decisivo. Ora esta pregação originária, esta palavra,<sup>8</sup> chega até nós através dos escritos - através das escrituras - que convém incessantemente restituir como fala viva, a fim de que permaneça atual a palavra primitiva que prestava homenagem ao acontecimento fundamental e fundador. Se a hermenêutica em geral [...] é a interpretação das expressões da vida fixadas pela escrita, a hermenêutica própria do Cristianismo está ligada a esta relação única entre as Escrituras e o *kerigma* (a proclamação), para a qual remetem<sup>9</sup>

Segundo Ricoeur, o centro do problema hermenêutico reside na conexão da escrita com a fala e desta com o evento e com o seu sentido. Esta conexão origina uma imensa gama de

---

<sup>7</sup> Cf. Mannucci, *Bíblia. Palavra de Deus*, 197-200.

<sup>8</sup> Embora a tradução portuguesa do *Conflito das interpretações* utilize o vocábulo “fala” quando se refere a “parole” neste trecho citado, preferimos manter a nomenclatura de palavra, visto estar em maior conformidade quer com o texto original de Paul Ricoeur, quer com a reflexão que levamos a cabo. Assim sendo, ao longo da citação do número 10 sempre que surgir o vocábulo “fala”, trocamos por “palavra”.

<sup>9</sup> Paul Ricoeur, *O conflito das interpretações*, trad. M. F. Sá Correia (Porto: Rés, 1989), 370-71.

interpretações que acabam por desembocar no designado problema hermenêutico, o qual aponta para a própria história do cristianismo nas suas múltiplas leituras dos eventos e dos escritos, situação esta que não é apenas do passado, mas que se repete nos nossos dias na medida que os eventos e os escritos continuam a ser alvo de uma constante atividade hermenêutica.

Deus serve-se da palavra humana para comunicar a sua própria Palavra, que se configura, portanto, como palavra de Deus em forma humana. O paradoxo consiste no facto de Deus confiar a sua verdade e o dom da sua salvação à frágil palavra humana. Parafraçando São Paulo, «Deus escolheu os fracos para confundir os fortes» (1Cor 1,27), poderíamos dizer que Deus escolheu a fraqueza da palavra humana para transmitir a força da sua verdade salvadora e do seu amor que dá vida. A *Dei Verbum* no seu número nove ensina que a Sagrada Escritura é a palavra de Deus, na medida em que foi escrita sob a inspiração do Espírito Divino. Com feliz formulação, o teólogo Urs von Balthasar convidou há algumas décadas para se distinguir entre a palavra da revelação e a palavra da Escritura, para ele a Palavra da revelação é o Verbo no modo de ação: Deus está preso ao próprio ato de se comunicar. A palavra da Escritura é a palavra no modo de contemplação da própria ação, do registar, interpretando-a.<sup>10</sup> Aos dois momentos, do evento fundador e do seu testemunho escrito, o Vaticano II parece aludir afirmando que «as Sagradas Escrituras contêm a palavra de Deus e, porque inspiradas, elas são verdadeiramente a palavra de Deus» (DV 24).

Não sendo este o tempo oportuno para fazer um estudo da noção bíblica da Palavra de Deus, procuro acima de tudo, mostrar que o דָּבָר (*dabar*) hebraico é inseparavelmente uma revelação da verdade e uma força dinâmica. Numa outra expressão dir-se-á que a Palavra de Deus é criadora daquilo que anuncia. É por isso que a revelação bíblica é inseparavelmente palavra e evento. Deus ao revelar-se não escreve um livro, mas faz uma história.

A Revelação a partir do Vaticano II é perspectivada segundo um «novo modelo comunicativo-pessoal [...] que fica integrado no modelo decisivo de comunhão presente no prómio da DV»<sup>11</sup> e que acarreta características de uma Revelação ou Palavra movida pelo amor, pelo desejo de falar à humanidade como a amigos, conviver com eles e acolhê-los na sua companhia. A Palavra gera o encontro e a comunhão.

“Palavra de Deus” pode ter duas abordagens semânticas: o ato do próprio Deus falar ou um efeito deste ato, por exemplo, a palavra de um profeta ou um acontecimento na história que

---

<sup>10</sup> Cf. Hans Urs von Balthasar, *Ensayos Teológicos. Verbum Caro*, trad. Andres-Pedro Sanchez Pascual (Madrid: Ediciones Cristiandad, 1974) 19-20.

<sup>11</sup> Salvador Pié-Ninot, *Teología Fundamental* (Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos, 2016), 120.

se torna palavra de Deus, tal como no-lo refere a DV 2 que especifica que a revelação ocorre através da ação combinada entre eventos e palavras. Ora esta economia da Revelação é realizada por ações e palavras intrinsecamente ligadas entre si, para que as obras realizadas por Deus na história da salvação manifestem e corroborem a doutrina e as realidades significadas pelas palavras, e que as palavras, por sua vez, proclamem as obras e elucidem o mistério nelas contido.

A Revelação divina tem sempre uma dimensão histórica, de forma que a validade absoluta e a comunicação relativa da verdade estão mutuamente vinculadas.<sup>12</sup>

Mas não querendo trair a riqueza do mistério da Revelação, devemos compreender que no final da Revelação, no evento Jesus Cristo, se torna impossível distinguir entre o ato da revelação de Deus e o conteúdo da revelação. Este conteúdo inclui inseparavelmente as duas coisas: a vida intradivina e a figura de Jesus Cristo. Verificamos que «a teologia contemporânea insiste fortemente na necessidade de vincular estreitamente a revelação com a pessoa de Cristo».<sup>13</sup> A palavra de Deus, de facto, é tanto Deus que se revela na economia temporal da salvação, como o homem Jesus Cristo que é a encarnação desta palavra.

Gostaríamos especialmente, nesta parte, de desmistificar uma conceção antropomórfica da palavra de Deus e ver como Deus nos fala em e a partir de palavras humanas.

Se tomarmos os livros da Escritura, encontraremos neles não apenas palavras humanas. Existe sem dúvida alguma um condicionamento antropológico de toda a revelação de Deus e não adianta negá-lo para imaginar uma Palavra de Deus em sentido puro. No entanto a palavra humana presente nas Escrituras Sagradas não é, também, a pura expressão de ideias abstratas, visto que está carregada de sentido, isto é, tem um conteúdo noético, o qual advém da concentração do coração humano num objeto e que traduz o estado de alma daquele que foi impregnado pela Revelação divina e que a expressa no seu contexto cultural.<sup>14</sup>

Sublinhamos aqui que a Palavra de Deus à qual nos referimos não se reduz ao discurso falado ou escrito, pois a Palavra remete-nos para o acontecimento comunicacional de Deus, por excelência, que é a Revelação, a qual se «estende para lá do falar, compreendendo também o ver, o ouvir, o tocar, o contemplar, o exemplificar, o transmitir, o viver... em suma, tudo aquilo que implica a ação dos gestos realizados».<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup> Cf. Jutta Burggraf, *Teologia Fundamental* trad. Ana Gonçalves (Lisboa: Edições Diel, 2015), 51.

<sup>13</sup> Latourelle, *Teología de la Revelación*, 451.

<sup>14</sup> Cf. Latourelle, *Teología de la Revelación*, 29.

<sup>15</sup> Rino Fisichella, «A Revelação como Palavra de Deus», em *O Vaticano II hoje, a Palavra de Deus, Redescobrir a Dei Verbum*, ed. Dicastério para a Evangelização (Prior Velho: Paulinas Editora, 2024), 63-64.

Devemos igualmente ter presente que a Revelação se encerra na sua fase constitutiva com a morte do último dos apóstolos, isto é, com a era do testemunho, e que a sua atualização na consciência humana nunca se completa num processo hermenêutico infinito, mas não ilimitado como já o foi supramencionado. A distinção entre a Bíblia e a atualidade da Palavra de Deus hoje como um ato de autocomunicação de Deus na história, convidam-nos a não compreender este encerramento da revelação num sentido muito estrito. Devemos falar de uma presença contínua da Palavra de Deus na história, a qual se vai conhecendo e aprofundando, visto que a Palavra de Deus não tem uma dimensão meramente informativa ou restrita a um tempo. O seu carácter atemporal aponta a uma faceta interpelativa para todos os tempos. Embora a Revelação no seu conteúdo seja algo de acabado, a sua interpretação, isto é, o seu processo hermenêutico continua em aberto permitindo a afirmação que a Revelação é progressiva atendendo ao seu carácter de comunicação com a humanidade.<sup>16</sup>

A progressividade da Revelação faz-nos adentrar no conceito de Sagrada Tradição, que não é uma outra visão paralela à Sagrada Escritura, como o sublinhou o Concílio Vaticano II na sua Constituição Dogmática *Dei Verbum*, ao afirmar que «a Igreja não tira só da Sagrada Escritura a sua certeza a respeito de todas as coisas reveladas. Por isso, ambas, (a Sagrada Tradição e a Sagrada Escritura) devem ser recebidas e veneradas com igual espírito de piedade e reverência» (DV 9). Há mesmo «uma íntima conexão entre a Sagrada Escritura e a Sagrada Tradição da Igreja, já que ambas brotam do único manancial divino, têm idêntico objetivo e tendem ao mesmo fim» (DV 9). Dentro de uma correta interpretação, podemos dizer, que a Sagrada Escritura contém toda a verdade revelada por Deus e que a Sagrada Tradição é uma via pela qual é possível compreender e explicitar certas verdades reveladas. Estas conceções não querem gerar a ideia de que existem duas fontes separadas da Revelação, pois as duas têm a mesma origem e inspiração divina, havendo entre elas uma unidade intrínseca, sendo aquilo que as distingue apenas o modo como comunicam as verdades. A Sagrada Tradição torna-nos conscientes que somos herdeiros de um património passado, o qual estabelece uma relação de continuidade com a história. A receção do património passado não é mero receber, acolhendo algo de nostálgico, mas é transmissão num movimento dinâmico e propulsor de novidade, «permitindo-nos descobrir o presente como condição criativa entre o passado e o

---

<sup>16</sup> Cf. Mannucci, *Bíblia. Palavra de Deus*, 56. Valerio Mannucci lembra-nos que o Concílio Vaticano II optou por não utilizar a expressão tradicional de que «a Revelação encerrara com a morte do último dos apóstolos», visto que o sentido literal desta expressão levantava várias questões entre os teólogos. Assim ficou delineada uma distinção entre aquilo que se nomeia como revelação definitiva, esta feita aos Homens na sua condição terrena temporal e a manifestação (relevação) de Cristo glorioso até ao fim dos tempos. Como afirma igualmente o segundo capítulo da *Dei Verbum* o mistério de Cristo é fecundo e não cessa de iluminar os diferentes acontecimentos da história da humanidade.

futuro, na medida que se está aberto à compreensão da verdade como dom perene do Espírito do Ressuscitado»,<sup>17</sup> Espírito este que nos leva a uma hermenêutica e compreensão mais profunda, coerente e atual do conteúdo da fé.<sup>18</sup>

Distinguimos, obviamente, a *atualização permanente* da revelação no seio da Igreja, por um lado (que se designa com o nome de tradição que, teologicamente, é a acumulação das atualizações históricas autênticas da revelação), da *interpretação atualizadora* do testemunho da Escritura, por outro (esta entendida como o conteúdo da Revelação que é atualizado por meio de uma exegese da economia da salvação pelo Magistério), tal como a *presença privilegiada* de Deus em determinados acontecimentos da história.<sup>19</sup> Sabendo nós que a revelação não chegou a todos, sobretudo a quantos se encontram fora das fronteiras do testemunho e da pregação cristãs, recordamos que Deus quer que todos se salvem (DV 3) e existem ainda culturas nas quais não se ouve falar de Cristo. Neste contexto histórico, se a possibilidade de salvação é real, temos de aceitar que basta a fé implicada numa real entrega do homem ao “Deus desconhecido” e nas suas revelações em eventos privilegiados (GS 22). Neste sentido Karl Rahner perguntava se Deus não teria “revelado” para outros povos ou em alguma outra religião, algo da sua verdade, nos enormes espaços e tempos da história, dado o curto espaço de tempo da revelação “oficial” judia cristã e da sua tradição posterior.<sup>20</sup>

A história humana demonstra-se profundamente ambígua. E mesmo quando podemos ver um progresso real em termos de consciência humana ou da humanização do Homem, nem sempre parece seguro que este progresso real tenha uma relação direta com a Palavra. Contudo Yves Congar afirma que há mesmo uma continuidade substancial entre a Palavra e o mundo, mas na descontinuidade, uma continuidade rumo a uma unidade de fim último.<sup>21</sup> Assim os vários acontecimentos históricos são preparativos para o Reino pois adquirem «o carácter de marcha ascendente e de tensão para a integridade e reconciliação do Reino».<sup>22</sup>

Na análise dos distintos acontecimentos históricos torna-se complexo qualificar os mesmos acontecimentos como mais reveladores do que outros, levando-nos a cair no risco de uma visão completamente antropomórfica da ação de Deus no mundo, ou de fazermos uma hermenêutica da revelação de Deus de acordo com as nossas ideias e os nossos desejos. Tudo

---

<sup>17</sup> Rino Fisichella, «A Tradição», em *O Vaticano II hoje, a Palavra de Deus, Redescobrir a Dei Verbum*, ed. Dicastério para a Evangelização (Prior Velho: Paulinas Editora, 2024), 102.

<sup>18</sup> Cf. Fisichella, «A Tradição», 107.

<sup>19</sup> Cf. Pié-Ninot, *Teología Fundamental*, 316-17.

<sup>20</sup> Cf. Karl Rahner, *Curso fundamental da fé – Introdução ao conceito de cristianismo*, trad. Alberto Costa (São Paulo: Paulus Brasil, 2019), 366-67.

<sup>21</sup> Cf. António Santos Marto, «Progresso Humano e Reino de Deus», *Humanística e Teologia*, Tomo IV, no. 1 (1982), 10.

<sup>22</sup> Marto, «Progresso Humano e Reino de Deus», 10.

o que acontece no campo das relações humanas, da economia, da política, da ciência ou da arte, encontra o seu sentido último a partir da relação fundamental entre a humanidade e Deus, entre esta palavra a dois, autêntico diálogo.

Pela palavra, Deus se comunica e chama o mundo à existência. «Deus diz, e as coisas existem; o Verbo é, em si mesmo, criador».<sup>23</sup> O Homem participa nesta palavra, não apenas como ser criado, mas chamado a colaborar na criação através da própria palavra e dá, deste modo, início à cultura. O itinerário percorrido pelo Homem ao longo da sua vida apresenta-se como a busca de sentido desta palavra ontológica, ou seja, que cria a realidade. Todo o Homem encontra no seu âmago, um desejo de plenitude, de encontro com o étimo de todas as palavras. Talvez por essa razão, hoje, a nova ontologia se apresente como um diálogo.<sup>24</sup> Todavia, para que haja um verdadeiro diálogo é preciso aprender a escutar, o que implica uma atitude, um modo de ser que envolve a pessoa humana como um todo.

A filosofia ocidental apresenta quase sempre uma predominância ontológica do dizer sobre o ouvir, destacando mais o emissor que emite a sua mensagem, mesmo antes de esta ser escutada pelo recetor. Não obstante o que verificamos é que todo o discurso está relacionado com uma alteridade, a qual é capaz de o captar. E, assim, quem recebe este discurso é que se manifesta como sentido comunicativo. O ouvinte adquire desta forma uma relevância no processo de comunicação. Daqui deriva que a relação dialógica se inverta: em vez de colocar ênfase no dizer, falar, impor determinado pensamento, comportamento ou cultura ao outro, coloca-se em ouvir o que o outro quer expressar.

Na cultura ocidental de tendência hegemónica é por vezes dada uma prioridade ontológica e energética à palavra. Há como um poder subjacente à atitude de dizer que não quer apenas comunicar algo, mas parece que quer também impor algo. Inconscientemente, dar nomes às coisas, nomear, implica uma apropriação, uma dominação do cosmos, da natureza e de outras pessoas através desse dizer. Esta atitude imperialista da palavra trouxe inúmeras consequências, uma delas é o monoculturalismo<sup>25</sup> e por outro, criando, por vezes, uma

---

<sup>23</sup> Georges Gusdorf, *A Palavra, função, comunicação, expressão*, trad. José Freire Colaço (Lisboa: Edições 70, 2010), 21.

<sup>24</sup> Cf. Gusdorf, *A Palavra, função, comunicação, expressão*, 25.

<sup>25</sup> O monoculturalismo é uma posição que absolutiza uma forma única de pensar e olhar a realidade a partir dos fundamentos, postulados e crenças de uma única cultura, e obriga todos os membros da sociedade e do mundo a interpretar o universo a partir dessa visão. Por exemplo: o Ocidente acredita com certeza no progresso linear da história em direção a um ponto ómega, fala do desenvolvimento de países baseados em economias de mercado, educa os jovens com base nas tradições recebidas, simplesmente repetindo o emaranhado de conceitos que a ciência moderna impôs na mente das pessoas, levando a acreditar que a única maneira de compreender a realidade é através de conceitos e categorias que foram arbitrariamente selecionados para a compreensão ocidental do cosmos.

identificação entre palavra de Deus e cultura com a consequente interpretação do mundo derivante de um monoculturalismo judaico-cristão, o qual era visto como o melhor, e todas as outras culturas e pessoas eram pressionadas a olhar a vida nesta perspectiva.

Toda a bagagem de crenças é adquirida através da educação, da formação recebida, por isso não se pensa nelas, não se reflete, não se critica, mas sim se assumem como se fossem a única possibilidade de interpretar o mundo e não é concebível que outros, não estruturam o seu ser, sob esses mesmos postulados. O monoculturalismo exige, portanto, que cada cultura circundante pense sobre a vida a partir dessa perspectiva predeterminada.<sup>26</sup>

Com efeito a palavra que se revela e que revela no quadro da revelação judaico-cristã, bem como, na forma como se apresenta, vai mais além do dizer ou do impor, convidando sobretudo à escuta e aproximando-se de toda a cultura. A palavra torna-se o móbil da verdadeira comunicação, mesmo quando feita de silêncio ou se manifestando em realidades tangíveis, e visa sempre estabelecer a comunhão e construir a comunidade num leque variado de realidades culturais que são chamadas a inculturar (incarnar) esta palavra.

## **1.2. A força da palavra**

A palavra de Deus emana com um poder inegável. É eficaz, mais afiada que qualquer espada de dois gumes. Ela discerne os pensamentos e intenções dos nossos corações. Ela tem a capacidade de dividir, a alma e o espírito, as juntas e as medulas (cf. Heb 4,12). Ela criou o universo e todos os seres vivos que povoam toda a terra (cf. Jo 1,3). Foi revelada aos homens de várias maneiras e depois manifestada aos homens na carne (cf. Jo 1,14).

O vocábulo “palavra” geralmente no Novo Testamento traduz os termos gregos λόγος (palavra expressa oralmente, decreto, doutrina) ou ῥῆμα (som produzido pela voz, coisa dita, fala). E em que consiste o seu poder e quais as diversas “formas” em que podemos considerá-lo é o que pretendemos ver de seguida.

A Palavra de Deus é espírito e vida; manifestando-se em diferentes formas. Ela estava no princípio com Deus e é ela mesma Deus (cf. Jo 1, 1-3). Nesta Palavra está a vida de Deus (cf. Jo 1,4). A Bíblia diz que a palavra de Deus vive (cf. Heb 4,12). Nascemos de Deus (regenerados) pela Palavra de Deus (cf. Jo 1, 12). Na verdade, fomos regenerados pela Palavra

---

<sup>26</sup> Cf. Raimon Panikkar, *Paz e interculturalidad. Una reflexión filosófica* (Barcelona: Herder Editorial, 2006), 135-148.

viva e permanente de Deus (cf. 1 Ped 1, 23). Aquele que recebe a Palavra de Deus recebe instantaneamente a vida de Deus nele. A vida é-nos comunicada pela Palavra de Deus; não há vida divina sem a Palavra de Deus.

Esta vida é a luz de Deus que ilumina todo o Humano (cf. Jo 1,9). Quem não tem a Palavra de Deus está nas trevas. Esta luz de Deus é a glória de Deus da qual Adão e Eva e toda a raça humana foram privados por causa do pecado (cf. Rom 3, 23). Este Verbo de Deus fez-se carne na pessoa de Jesus Cristo: ele é a luz do mundo e a vida divina. É por isso que está escrito: «Cristo em vós, esperança da glória» (cf. Col 1, 27). A Palavra de Deus é, portanto, luz, vida, verdade e Deus manifestado na pessoa de Jesus Cristo. Na verdade, Jesus manifesta de modo corporal e físico a palavra de Deus. Jesus como filho do Homem nasceu num dia e numa data específica nesta terra. Mas a Palavra de Deus não nasceu num dia! Ela sempre esteve no princípio com Deus, desde a eternidade e ela era mesma Deus. É por isso que Jesus disse: «Antes que Abraão existisse, eu sou» (Jo 8, 58), falando assim do seu estado espiritual como Palavra de Deus e não da sua forma carnal como o filho do Homem.

Igualmente o texto da *Constituição Dogmática sobre a Divina Revelação*, do Vaticano II, recolhe o ensinamento do Magistério afirmando que Cristo é o mediador e a plenitude de toda a revelação, revelação esta que fora prometida e preparada na Antiga Aliança.<sup>27</sup>

Em Jesus Cristo a palavra torna-se comunicação plena e perfeita pois «na sua pessoa se encontram todos os aspetos que determinam a validade ou não de uma comunicação e que podem ter maior ou menor grau de correspondência nas comunicações entre os homens»,<sup>28</sup> isto segundo o modelo de Lasswell que nos aponta para uma comunicação hipodérmica assente em cinco questões: Quem?; Diz o quê?; Por que canal?; A quem?; Com que efeito?<sup>29</sup> Igualmente na palavra proferida por Jesus Cristo vislumbramos as três funções da palavra ou características principais da linguagem humana: a palavra enquanto informação, a palavra enquanto expressão e a palavra enquanto apelo.<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> Cf. Adolfo González Montes, «Teología de la Revelación», em *Teología Fundamental. Temas y propuestas para el nuevo milenio* ed. César Izquierdo (Bilbao: Desclée De Brouwer, 1999), 291.

<sup>28</sup> Nuno Brás da Silva Martins, *Cristo o Comunicador Perfeito. Delineamento de uma teologia da comunicação à luz da Instrução Pastoral *Communio et Progressio** (Lisboa: Edições Didaskalia, 2000), 24.

<sup>29</sup> Cf. Denis McQuail e Sven Windahl, *Modelos de Comunicação para o estudo da comunicação de massas*, trad. Fernando Cascais (Lisboa: Notícias Editorial, 2003), 21.

<sup>30</sup> Cf. Battista Mondin, *O Homem, quem é ele?*, trad. R. Leal Ferreira e M. A. S. Ferrari (São Paulo: Paulus Editora, 2008), 145- 46.

Não obstante o que foi dito, acrescentamos como o refere a *Exortação Apostólica Pós Sinodal Verbum Domini* no seu número dois que Jesus além de ser o perfeito comunicador se torna a mensagem a comunicar e por isso<sup>31</sup>

é dom e dever imprescindível da Igreja comunicar a alegria que deriva do encontro com a Pessoa de Cristo, Palavra de Deus presente no meio de nós. Num mundo que frequentemente sente Deus como supérfluo ou alheio, confessamos como Pedro que só Ele tem «palavras de vida eterna» (cf. Jo 6, 68). Não existe prioridade maior do que esta: reabrir ao Homem atual o acesso a Deus, a Deus que fala e nos comunica o seu amor para que tenhamos vida em abundância (cf. Jo 10, 10) (VD 2)

### 1.3. A comunicação na Sagrada Escritura

A Sagrada Escritura mediante a exemplificação das figuras de Adão e Eva afirma que estes se esconderam no Jardim do Éden após o seu confronto com a serpente: Deus imediatamente chamou Adão, dizendo-lhe: «Onde estás?» (cf. Gn 3, 8-9), e isto porque a sua relação com eles era de grande valor para Ele. Todas as relações são baseadas na comunicação.

Na Bíblia lemos que Deus comunica com as pessoas de diferentes maneiras.<sup>32</sup> À medida que percorremos e refletimos sobre a palavra de Deus, compreendemos o desejo profundo que Deus tem de se relacionar com as pessoas e de se tornar conhecido.

Desde a narrativa da criação que se contempla a criatividade de Deus na comunicação (cf. Sl 19, 1-4). É por isso certamente que Paulo escreveu que a verdade sobre Deus está ao alcance de todos: «Com efeito, desde a criação do mundo, as suas perfeições invisíveis, eterno poder e divindade, são visíveis nas suas obras, para a inteligência; eles são pois inescusáveis» (cf. Rom 1, 20).

Deus comunica com homens e mulheres «muitas vezes e de muitos modos» (Heb 1, 1), não apenas pela mediação humana, mas inclusive por meio de sinais e maravilhas, veja-se como exemplo, o Antigo Testamento, que nos diz que Deus falou através de uma sarça ardente (cf. Ex 3), de uma nuvem espessa (cf. Ex 19, 9) e de um sopro leve (cf. 1 Re 19, 12). E, aliás,

---

<sup>31</sup> Cf. Nuno Jorge Monteiro de Castro, «Comunicação social e evangelização: leitura das mensagens do Papa João Paulo II e do Papa Bento XVI para o Dia Mundial das Comunicações Sociais» (Mestrado Integrado em Teologia, Braga, Universidade Católica Portuguesa, 2012), 54, <http://hdl.handle.net/10400.14/13683>.

<sup>32</sup> Cf. Fabio Pasqualetti e Juan Picca, «Comunicazione e Parola di Dio. Dalla vita all'ascolto della Parola per ritornare alla vita», acedido a 19 junho 2024, <https://www.salesian.online/wp-content/uploads/2023/04/Quad-spiritualita-6.file-4.pdf>.

Ele também se comunica com as pessoas através de sonhos, visões, palavras de conhecimento e profecias (cf. Jl 2, 28; 1 Cor 12, 1-11).

O Papa Bento XVI na *Deus Caritas Est* lembra «não se começa a ser cristão através de uma decisão ética ou de uma grande ideia, mas através do encontro com um acontecimento, uma pessoa, que dá um novo horizonte à vida e, com ele, uma orientação decisiva» (DCE 1). Levando em conta estas palavras e fixando-nos no texto veterotestamentário de Êxodo 3, 2-7, podemos deduzir alguns marcos da revelação segundo o modelo de Deus, o qual se revela e se comunica com os Homens, como pode ser visto na perícopa apontada, na qual vemos um diálogo entre Deus e Moisés. Moisés, ao responder ao chamamento de Deus, torna-se um instrumento de comunicação da Revelação, mas passa antes por um processo de reconhecimento, uma comunicação, um diálogo com Deus, um encontro onde Ele se manifesta a Moisés e este reconhece a sua presença, reconhece Aquele que o chama pelo nome. O livro do Êxodo mostra a maneira de Deus anunciar e ensinar a Palavra, de forma que cada anunciador seja empreendedor no seu apostolado deste novo modelo a fim de chamar a humanidade e atraí-la ao Senhor.

Portanto, é necessário calar-se no meio da tempestade, para que, como na sarça, seja o próprio Deus quem se revela e fala, para que possamos entrar num diálogo reconfortante, no qual se compreenda o mistério da salvação.

Deus, por sua vez, revela-se e comunica-se à humanidade como um amigo, movido pelo seu grande amor, e habita com eles para convidá-los a comunicar-se consigo e a recebê-los na sua companhia (DV 1). Uma leitura narrativa de Êxodo 3, 2-7 permite-nos ver a resposta da humanidade a Deus. Deus quer que todos participem na salvação, mas concede o livre arbítrio, de tal forma que a humanidade não seja condicionada ou forçada a obedecer, pois quando Deus concedeu a redenção, fê-lo sem quaisquer condições.

Atendendo que o existir como Homem começa com uma relação, a comunicação torna-se necessária. É por causa disso que se decide optar por um ser semelhante, porque não só se conhece a alguém, mas esse alguém transmite ideias, pensamentos, planos. Deus decidiu transmitir a sua salvação através da comunicação que teve com Moisés. Este facto, demonstra o amor por alguém, neste caso reflete o amor pela humanidade. Por isso a ação de Deus é uma emigração (*exodus*) do coração, tornando-se o amar um ato de viver no ser amado.<sup>33</sup> É optar

---

<sup>33</sup> Cf. Santo Agostinho, *La ciudad de Dios*, trad. Santos Santamarta del Río e Miguel Fuertes Lanero (Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos, 1958), 46.

por uma pessoa semelhante no confronto de duas liberdades, é internalizar que através do reconhecimento do outro alcançamos a vontade revelada por Deus.

É por isso que o divino é o maior atributo da experiência religiosa, segundo o teólogo e fenomenólogo Rudolf Otto.<sup>34</sup> O divino não se confunde com a ação da criatura, não se realiza com ela, nem se opõe, pelo contrário há uma unidade indissolúvel. Desta forma constatamos a importância de apreender as ações que Deus realiza e revela na humanidade, no mundo e na história, para comunicar o seu ser dinâmico e evolutivo.<sup>35</sup> Deus decide entrar na história da humanidade e começa a mostrar-se, dando-se a conhecer na vida quotidiana da mesma humanidade.

Deus ouve o clamor do seu povo e chama Moisés, analisando posteriormente o contexto do que está a acontecer com o seu povo (cf. Ex 3,7): não havendo neste ponto resposta imediata, mas sim todo um processo de assimilação da realidade. A comunicação de Deus não se faz *abrupto*, mesmo quando todos imaginassem que este seria o momento no qual Javé, em vez de falar, começasse a agir. Porém Javé parte da escuta do seu Povo e responde-lhe apelando à escuta (cf. Ex 3,18). Mediante a ilustração destes trechos veterotestamentários, compreendemos que no desenvolvimento do processo comunicativo a escuta é fundamental para que o Senhor penetre no âmago do ser humano, de maneira a incitar uma reflexão profunda sobre as suas ações e pensamentos. A narrativa bíblica sugere uma crise na liderança de Israel, um fator que desestabiliza o equilíbrio sociopolítico da época e impulsionou o desenrolar dos eventos descritos. A opressão imposta pelos egípcios emerge como o catalisador desse clamor do povo perante Deus que ecoa numa voz que faz surgir outra voz,<sup>36</sup> num pedir que Deus os escute e num convite a que o povo escute a voz de Javé.

No desenrolar da história, Deus procurou um meio para nos fazer compreender a profundidade do seu desígnio para a humanidade, escolhendo o meio mais eficaz, a encarnação

---

<sup>34</sup> Rudolf Otto ao apresentar o conceito de divino (o numinoso), o qual também se traduz por sagrado, indica quer um objeto da experiência religiosa como a disposição interior que está presente em todo o ser humano. Cf. Rudolf Otto, *O Sagrado*, trad. João Gama (Coimbra: Edições 70, 2024) 19-20.

Na experiência religiosa, toda a alteridade desaparece e o crente torna-se um com o transcendente, ou seja, a multiplicidade encontra-se na unidade e a unidade na multiplicidade. O crente descobre que não é apenas distinto de outros objetos, outras pessoas, o cosmos, a deidade mas uma parte de um todo interconectado como no-lo mostrou Teilhard de Chardin ao mostrar-nos que nos compreendemos melhor à luz da convergência que está patente em todas as formas de existência (Cf. Michel Renaud, «O olhar metafísico de Teilhard de Chardin», em *Teilhard de Chardin, evolução e esperança, antropologia e filosofia – Colóquio no 50º aniversário da morte de Teilhard de Chardin*, ed. Cassiano Reimão (Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 2005), 61.

<sup>35</sup> Cf. José Silvestre, «Ação e Sentido em Teilhard de Chardin» em *Teilhard de Chardin, evolução e esperança, antropologia e filosofia – Colóquio no 50º aniversário da morte de Teilhard de Chardin*, ed. Cassiano Reimão (Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 2005), 112-13.

<sup>36</sup> Cf. Daniel Marguerat, André Wénin e Bernadette Escaffre, *Cuaderno Bíblico 127: Em torno los relatos bíblicos* (Estella: Editorial Verbo Divino, 2005), 25-49.

de Seu Filho, Jesus Cristo (cf. Heb 1, 1-2), o qual se tornou humano e habitou entre nós, envolvendo-se o canal perfeito da comunicação divina.

Durante a sua vida terrena, Jesus, comunicou de forma simples, tanto verbal quanto não-verbalmente, conforme a intenção divina, repleto de graça e de verdade (cf. Jo 1,14). Nele encontramos uma escuta atenta e um ensino realizado através de parábolas, por meio das quais suscita perguntas que revelam verdades profundas (cf. Jo 5, 6; Mt 13). Nele encontramos atos de compaixão, quer quando cura, quer quando abençoa e quando torna patente a piedade divina onde já não bastam as palavras (cf. Mt 8, 3; Mc 10,16). Nele assistimos a uma valorização das relações humanas, que são visíveis em alguns episódios evangélicos como disto é exemplo a morte de Lázaro (cf. Jo 11, 35), mas igualmente assistimos à sua dimensão inclusiva que passa por se abeirar dos marginalizados e dos que são descartados (cf. Mt 9, 10). Em Jesus se vislumbra, não apenas um pregador, mas alguém que é conseqüente com aquilo que anuncia (cf. Mc 6, 30-44), nomeadamente nos seus gestos humildes e serviçais (cf. Jo 13, 5) e sobretudo no seu amor sacrificial que atinge o seu ápice na cruz. Não se pode olvidar que a comunicação de Jesus vai para a além da sua vida terrena e que se torna num pregão de esperança no futuro, aquando da sua ressurreição, para aqueles a quem se dirige.

Por tudo o que para trás foi dito vemos que «comunicar é muito mais que uma expressão de ideias ou a indicação de emoções; no seu mais profundo é a entrega de si mesmo em atitude de amor, ou pode definir-se comunicar com o modelo de vida do Perfeito Comunicador, Jesus Cristo».<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Mi Shen, «The Church and Communication», *Hong Kong Journal of Catholic Studies* 14 (2023), 59.

## 2. A comunicação de Jesus

Tendo realizado já um itinerário reflexivo sobre a comunicação na Sagrada Escritura e na Sagrada Tradição, e sobre o carácter da revelação cristã importa agora sublinhar de forma mais contundente o modo ou estilo da comunicação de Jesus que nos pode auxiliar a perspetivar a maneira como podemos, igualmente, proceder para que a nossa comunicação se faça hodiernamente de forma eficaz.<sup>38</sup>

Deparamos com três estilos na comunicação<sup>39</sup> do Messias: assertivo, agressivo e passivo.

Jesus comunicava de forma assertiva, todavia e apesar disto é possível encontrar nas suas comunicações momentos em estilo agressivo e mesmo passivo, mas que não são a base da sua comunicação nem deverão ser da nossa.<sup>40</sup>

Ora comunicar assertivamente supõe um autodomínio, tal como Jesus fazia, mesmo que encontremos passagens que nos indiquem, que por vezes, descambasse na agressividade quando, por exemplo, respondia a escribas e fariseus, ou ao entrar no Templo verificando que o tinham convertido num covil de ladrões.

Observamos na sua comunicação, outrossim, a existência de momentos passivos, por exemplo, quando escrevia na terra após terem acusado uma mulher adúltera, e Ele com uma só pergunta feita, provoca que todos pousem as pedras: «quem de vós estiver sem pecado, atire-lhe a primeira pedra» (cf. Jo 8,7), resultando que a mulher não fosse apedrejada, e pedindo-lhe, Jesus, que não voltasse a pecar, mas que fosse em paz.

Do comunicador espera-se que seja honesto na sua mensagem, bem como que o que transmite seja veraz e para o benefício daqueles que o escutam. Assim procedem os bons mestres, que se preocupam com os seus alunos ou com os seus discípulos. Muitos, sobretudo

---

<sup>38</sup> O desenvolvimento deste apartado tem em conta o trabalho realizado pelo Prof. Cesare Bissoli da Universidade Pontifícia Salesiana, o qual partindo do documento pós-conciliar *Communio et Progressio* afirma que Jesus é o perfeito comunicador, procurando este docente explicitar o que se entende por tal expressão. Cf. Cesare Bissoli, «Cristo comunicatore», acedido em 16 de setembro de 2024, <https://www.lacomunicazione.it/voce/cristo-comunicatore/>. Além de Bissoli teremos em conta os contributos de Barragán e Imperio nos seus trabalhos científicos, o primeiro relativo à técnica comunicacional de Jesus, e o segundo versando sobre Jesus como Comunicador Social. Cf. Javier Emiliano Barragán, «La técnica comunicacional de Jesús: ejemplo a seguir para la Iglesia de hoy», *Dios y el hombre*, Vol. 4, no.1 (2020) e Atilio Imperio, *Jesús como comunicador social* (Salvador: Universidad del Salvador, 2012).

<sup>39</sup> Utilizaremos aqui para abordar o género de comunicação levada a cabo por Jesus os três estilos de comunicação que normalmente são apresentados para caracterizar os diferentes tipos de comunicação (Cf. Santiago Cid Paz, «Los tres estilos de comunicación y sus efectos», acedido a 23 de Setembro de 2024, <https://santiagocidpsicologia.com/blog/psicologia/estilos-de-comunicacion>).

<sup>40</sup> Cf. Carlos Padilla, «Jesús el maestro de la comunicación», acedido a 23 de Setembro de 2024, <https://www.jesucristo.net/jesus-el-maestro-de-la-comunicacion>).

na política, utilizam técnicas persuasivas de comunicação para manipular as mentes da audiência e conseguir o poder sobre as nações através do populismo, usando a retórica e a desinformação. Aqui, a responsabilidade é colocada igualmente no recetor da mensagem, que deve trabalhar os seus conhecimentos e investigar a informação que recebe.

Uma das qualidades patente na comunicação de Jesus é a sua personalização da relação,<sup>41</sup> ou seja, o aproveitamento de uma pedagogia relacional. Não significa um processo de atenção a alguns indivíduos escolhidos. Fala de vida: este é o denominador básico das pessoas comuns para as quais e em torno das quais Jesus se comunica (cf. Mt 4, 22-25; Mc 6, 33-34). Para Jesus não é o número que conta como para os ditadores,<sup>42</sup> aliás, não é tanto ou só o que ele diz ou faz que é importante; antes do conteúdo estão as pessoas.

Para Jesus o processo de comunicação é sempre apoiado por um processo mais profundo de comunhão misteriosa, de amizade: certamente da sua parte para com as pessoas, esperando que aconteça na direção pessoa-Jesus.

Jesus é mestre na sua forma pedagógica, pois quer por perguntas e respostas, quer contando histórias, quer fazendo conferências ao ar livre, quer por meio de parábolas, e inclusive no mais famoso dos seus sermões, o Sermão da Montanha, tem sempre em conta o seu público. Público com o qual tem sempre um trato digno, considerando-o como um ser pensante, igual a ele, capaz de chegar às suas próprias conclusões.<sup>43</sup>

Em Jesus vemos que toda a verdadeira comunicação se realiza mediante o diálogo e a escuta. «Esta é uma característica muito definida e importante. Jesus estabelece o seu discurso contemplando sempre o outro. O diálogo pode ser amoroso ou tenso, de instrução ou de reconvenção, de aceitação ou de rejeição, mas a sua intervenção nunca parte de uma postura de inabordabilidade».<sup>44</sup>

E não pode haver verdadeira comunicação sem diálogo e sem o desenvolvimento da atitude de escuta, que não se resume ao mero ouvir, mas ao estar atento aos sinais que nos interpelam.

Outra qualidade categórica da comunicação de Jesus é a do significado.<sup>45</sup>

---

<sup>41</sup> Cf. Bissoli, «Cristo comunicatore».

<sup>42</sup> Jesus não age como os ditadores, os quais, normalmente, são líderes que possuem um extraordinário poder pessoal, mas que impõem as suas ideias e se tornam inquestionáveis, não admitindo oposição aos seus atos e ideias, assumindo todo o poder decisório.

<sup>43</sup> Cf. Javier Emiliano Barragán, «La técnica comunicacional de Jesús: ejemplo a seguir para la Iglesia de hoy», *Dios y el hombre*, Vol. 4, no.1 (2020), 3.

<sup>44</sup> Atilio Imperio, *Jesús como comunicador social* (Salvador: Universidad del Salvador, 2012), 53.

<sup>45</sup> Cf. Bissoli, «Cristo comunicatore».

Até Jesus poderia dizer “bom dia e boa noite... como está o tempo?”, mas os Evangelhos fazem tudo para não nos dizer, para nos oferecer assim um Jesus que comunica coisas decisivas, escatológicas, típicas da última hora da história e de relevância vital para uma pessoa. A sua é a comunicação de algo-alguém que é válido para a vida e percebido como tal. Vimos quão dramaticamente exigente é a comunicação através de parábolas e milagres. A sua mensagem apela à consciência dos acontecimentos constitutivos da história do mundo e da Humanidade: o reino de Deus, a paternidade de Deus e a nossa fraternidade, o sentido da história e o futuro para além da morte. É a comunicação de grandes pensamentos dentro do pequeno perímetro da vida quotidiana. O sublime no simples: este é um legado de Jesus. Para tornar a comunicação significativa, Jesus propõe uma metodologia muito interessante e muito estudada nas pesquisas sobre a “pedagogia de Jesus”. Não se deve esquecer que o significado da verdade passa pela atitude do comunicador em cada comunicação. Para Cristo é cordialidade. Encoraja, convida a não temer, perdoa. A sua atitude é sempre passar do menos para o mais, nunca o contrário. O oposto, ou seja, a regressão, é feita pelo pecador. O Pai, Deus, sempre reabilita. E a palavra de ameaça é sempre um aviso contundente para não prosseguir com a cabeça tapada.

Uma terceira qualidade comunicativa de Jesus pode ser expressa com o termo globalidade,<sup>46</sup> que inclui palavras e sinais, o anúncio e a ação, mesmo milagrosa, o significado dos sinais e o sinal do significado. Abre aqui o interessante capítulo dos verbos expressivos de Cristo: dizer, fazer, andar, mostrar, ouvir, ver, ir, vir, sair, entrar, chorar, alegrar-se, gritar, reclamar, confiar. Para Jesus, a comunicação, pela sua importância intrínseca, tende a não excluir nenhuma linguagem, segundo a grande tradição profética, pois pretende tocar todas as potências recetivas da pessoa.

E com isto apontamos a uma quarta qualidade da comunicação de Jesus: o envolvimento.<sup>47</sup> Basicamente isto significa pelo menos duas coisas: comunicar para Jesus é um chamamento, um chamamento para entrar no plano de Deus, no Reino. A sua comunicação é gratuita e deve ser livremente acolhida; mas também é objetivamente necessária, pelo que recusá-la significa não avançar, mas perder um encontro talvez decisivo, como o jovem rico, que ao partir deixou Cristo triste e precária a sua salvação (Cf. Mc 10, 17-27). Quem responde positivamente só tem uma comunicação para viver: seguir a Cristo, estar com Ele, discípulo permanente com o Mestre insubstituível, amigo com Amigo, como o pintainho com a galinha (Cf. Mt 23, 27), a ovelha com o pastor. O que evidencia um segundo nível de envolvimento: a

---

<sup>46</sup> Cf. Bissoli, «Cristo comunicatore».

<sup>47</sup> Cf. Bissoli, «Cristo comunicatore».

comunicação tende a acontecer em comunhão: quem vos escuta, a mim me escuta (Cf. Lc 10, 16). Por fim podemos ainda vislumbrar a Última Ceia enquanto memória de uma comunicação que se realiza, uma comunicação eficaz, ou melhor, comunhão com o Lembrado. Na Última Ceia assistimos a uma lição maravilhosa de comunicação e após a ressurreição vislumbramos as maravilhas de Deus quando o Espírito Santo se comunica aos crentes a partir da vida intratrinitária, ou seja, da sua vida interior. Este é um modelo por excelência da comunicação.

Segundo Cesare Bissoli face ao estilo da comunicação de Jesus o desafio que se coloca hoje à Igreja não é tanto imitar ou copiar tal e qual o que Jesus fez, trata-se antes de recriar aquilo que ele nos propôs para o contexto epocal que a Igreja atravessa.

### **2.1. *Da comunicação de Jesus à comunicação da Igreja***

Ao longo do Antigo Testamento contemplámos o esforço de Deus em se comunicar com o seu povo. Assistiu-se a uma comunicação contínua e progressiva que culminou em Jesus Cristo, como ápice da revelação de Deus e ao mesmo tempo a revelação perfeita entre Deus e o ser humano. Cristo apresentou-se como o ícone de Deus invisível, n'Ele a palavra tornou-se imagem e a escuta tornou-se visão.

Na mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais em 2014, o Papa Francisco, falou da comunicação como um tomar consciência de que somos humanos, filhos de Deus, sendo para ele o objetivo da comunicação, a proximidade humana, tal como o viveu Jesus. Para o sumo pontífice comunicar é fazer-se próximo.<sup>48</sup> A proximidade (comunicação) concretizada no perfeito comunicador (Jesus Cristo) é dinâmica e eficiente, esta não só aproxima a humanidade, mas envolve-a, transforma-a. Deste modo a comunicação é ir ao encontro, gerar comunhão.<sup>49</sup> A comunicação protagonizada por Jesus como encontro<sup>50</sup> e comunhão irá ser o paradigma que marcará a Igreja nascente a partir do Pentecostes.

Assim o período que se segue à morte e ressurreição de Jesus caracteriza-se por este dinamismo comunicacional onde se torna patente que a comunicação é verdadeira comunhão e é geradora de comunidade. Aliás estes três vocábulos (comunicação, comunhão e comunidade) surgem do mesmo étimo latino, levando-nos a perceber que estão correlacionados

---

<sup>48</sup> Cf. Franciscus PP., «Ad XLVIII Diem Mundialem Communicationum Socialium», in Acta Apostolicae Sedis 106, no. 2, (2014), 113-116.

<sup>49</sup> Cf. Andrea Dall'Asta, *Dio storia dell'uomo. Dalla parola all'immagine* (Padova: Edizioni Messaggero Padova, 2013), 31.

<sup>50</sup> Cf. Pedro Guimarães, *A comunicação da Igreja é um encontro* (Apelação: Paulus Editora, 2021), 25.

e que um implica os demais e vice-versa. A comunicação efetuada pelos apóstolos e os discípulos de Jesus não se reduz a um conjunto de informações, ela é também performativa, possibilitando o encontro entre os comunicantes, isto é, construindo comunhão que se concretiza ulteriormente em comunidade.

Revela-se aqui o cerne da verdadeira comunicação que vai além da transmissão de dados para permitir a interação entre os comunicantes e gerar entre eles uma comunidade que comunga ideias, valores, sentimentos, emoções, numa expressão, que comunga a vida.

Logo a partir do momento em que Jesus envia os seus discípulos a proclamarem o Evangelho a toda a criatura se pode vislumbrar a conexão da Igreja com a comunicação, tal como em outros eventos se evoca a comunicação, sendo exemplo, o momento após o partir o pão na última ceia em que Jesus pede que façam o mesmo em Sua memória, ou então o momento da noite de Pentecostes quando o próprio Jesus comunica o seu Espírito aos apóstolos e eles começam a falar noutras línguas.

O Pentecostes transforma-se num símbolo da comunicação universal que a Igreja é convidada a desenvolver. Ela (a Igreja) é enviada a todos, falando todas as línguas e linguagens, não podendo descurar nenhuma delas, inclusive hoje, a linguagem digital. Se por um lado o episódio veterotestamentário da torre de Babel nos recorda a divisão da humanidade e a sua não comunicação, contrariamente, o episódio do Pentecostes recorda que todos são convocados à comunhão, restabelecendo a unidade perdida.<sup>51</sup>

### 2.1.1. A era Apostólica

Os começos da evangelização são tocados por duas realidades: a transmissão de uma boa nova (boa mensagem, boa notícia, Evangelho) por um lado e a operatividade dos apóstolos (enviados) comunicadores desta boa notícia, por outro lado.

Certo que a primitiva comunicação dos apóstolos foi essencialmente oral na medida em que os discípulos e os apóstolos iam de terra em terra anunciando o *kerigma* e dando ênfase à mensagem de salvação e ensinamentos recebidos de Jesus Cristo. Para além de oral podemos referir que a comunicação foi também itinerante. «É um anacronismo pensar que os discípulos iam tomando notas escritas das palavras de Jesus. No entanto não se podem separar

---

<sup>51</sup> Cf. Gabriel Jaime Pérez sj, «Babel y Pentecostés: de la confusión a la comunicación», acedido a 18 de Junho de 2024, <https://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/babel-y-pentecostes-de-la-confusion-a-la-comunicacion-AJ1975893>.

excessivamente a tradição oral e a escrita para o tempo e o povo de Jesus. Não era um ambiente de pura oralidade». <sup>52</sup>

Sabemos que num primeiro momento se privilegiaram as sinagogas <sup>53</sup> enquanto espaços de evangelização, mas imediatamente se passaram às praças que eram os fóruns nas cidades romanas e o areópago e a ágora nas cidades helénicas. Um dos textos neotestamentários que nos ajuda a ilustrar isto é a perícopé de Atos 17, 17-34 na qual encontramos Paulo dirigindo um discurso ao areópago de Atenas. Lucas diz-nos que o apóstolo dos gentios «na praça pública falava a qualquer hora do dia com os que por ali apareciam. Também alguns filósofos epicuristas e estoicos conversavam com ele. (...) A todos Paulo anunciava Jesus e a ressurreição», mesmo que por vezes não fosse acolhido.

Como supra mencionámos a praça pública nas cidades helénicas era designada de ágora <sup>54</sup> e distinguia-se do areópago. O areópago era frequentado pelos políticos, filósofos e intelectuais das cidades, ou seja, reuniam a *hight culture*. <sup>55</sup> Na ágora não havia aceção de ninguém e nela se encontravam os ricos e os pobres, homens e mulheres, adultos, jovens e crianças. A ágora era um mercado público que correspondia na civilização romana ao fórum, local público em que se cruzavam a vida política e comercial e onde inclusive se procedia à execução de ritos religiosos. Não obstante o que foi dito há ligeiras diferenças entre a ágora e o fórum, pois na ágora se respira um ambiente mais democrático e horizontal que favorecia o encontro, a permuta de conhecimentos, as inter-relações, bem como, a troca de experiências e culturas. Comparativamente à ágora, hoje, poder-se-á afirmar que todo o ambiente digital é uma nova ágora, termo este que foi utilizado pelo Papa Bento XVI na sua última mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais em 2013. <sup>56</sup>

Nos Atos dos Apóstolos vislumbramos o pioneirismo da relação entre comunicação e Igreja. Mediante a narrativa lucana compreendemos todo o processo de anúncio do evangelho

---

<sup>52</sup> Rafael Monasterio e Antonio Carmona, *Evangelios sinópticos y Hechos de los Apostoles* (Estella: Editorial Verbo Divino, 2000), 39.

<sup>53</sup> S. Paulo assim que chegava a uma cidade procurava imediatamente a sinagoga do lugar para poder apresentar Jesus (At 9,20; 13,5; 13,14-43; 14,1; 17,1-3.10.17; 18,4; 19,8). Apolo também é apresentado a pregar numa sinagoga (At 18,26).

<sup>54</sup> A Ágora era constituída por um amplo espaço aberto rodeado por várias edificações públicas e possuía funções muito diversas: centro de governo enquanto lugar onde os cidadãos se reuniam para discutir sobre as leis e o futuro político da cidade; átrio sagrado constituindo um lugar sacro onde se situavam os templos dedicados aos deuses olímpicos; mercado principal onde se estabelecia um intercâmbio de objetos entre os cidadãos atenienses. O Areópago por sua vez ocupava-se do zelo relativo à moral pública, à educação juvenil; zelava também pelos órfãos, pela religião, intervinha inclusive nos testamentos secretos e vetava a assembleia do povo se as suas decisões fossem prejudiciais, ou seja, pugnava por uma dimensão ética e axiológica que ia além da mera democracia.

<sup>55</sup> Alta Cultura.

<sup>56</sup> Cf. Benedictus PP. XVI, «Occasione XLVII Mundialis Diei Communicationis Socialis.», in *Acta Apostolicae Sedis* 105, no. 2 (2013), 181-85.

e captamos que o próprio evangelho era verdadeira comunicação, no sentido de que além da transmissão, ele pressupunha a prática. A comunicação gerava assim um pôr em comum, partilhar algo que pertence a todos. Além desta dimensão intuímos igualmente a comunicação como um romper o isolamento a fim de se criar comunidade, relação, intersubjetividade. Só mais tarde com o aparecimento dos *mass media*, é que a comunicação passa a ser focada num prisma de transmissão de informações, sobretudo a partir da era Gutenberg. Nas primeiras centúrias da era cristã a comunicação da Igreja era caracterizada por uma relação interpessoal e dialógica na qual tinham particular enfoque a tradição oral e não verbal, nomeadamente através da utilização da linguagem cinética e simbólica.

Ao percorrer o livro dos Atos dos Apóstolos vemos a importância de algumas pessoas que podemos apelidar de líderes,<sup>57</sup> nos quais os atributos do testemunho, generosidade e boa comunicação, foram fundamentais para a disseminação do evangelho. A comunicação revela assim que há pessoas que têm mais facilidade para exercer o *munus communicantis* do que outras, mesmo que todos possamos comunicar.

Ao deixar as sinagogas os cristãos passaram a reunir-se em casas de família dando origem às igrejas domésticas (*domus ecclesiae*) que subsistiram até à proclamação do édito de Milão e era nesse contexto que os cristãos se preparavam para serem enviados a comunicar o evangelho quer mediante a transmissão da Boa Nova, quer mediante o trabalho exercido, quer mediante a formação dos cristãos ou pela prática da caridade para com as comunidades mais necessitadas.

À medida do avançar do tempo surgiram novos desafios, que nasciam das dificuldades, tal como a morte dos apóstolos e o não haver já testemunhas oculares de Jesus, ou ainda o facto de as comunidades serem cada vez mais numerosas e dispersas não se podendo chegar a todos, ao que se acrescentava a perseguição e o martírio, urgindo deste modo que a mensagem do evangelho se pusesse por escrito. Face aos reptos elencados surgem as primeiras Cartas paulinas e as narrativas evangélicas, bem como se recolheram ditos de Jesus e escritos que hoje são considerados apócrifos. No entanto conclui-se que todas as redações feitas visaram selar a tradição oral, mas outrossim pretenderam responder às exigências das primitivas comunidades cristãs. Os textos elaborados eram considerados Palavra viva, onde era valorizado mais o

---

<sup>57</sup> Hilda Ribeiro num seu artigo intitulado ‘O papel do líder de comunicação na Igreja’ elenca que os líderes são responsáveis por criar uma cultura de comunicação dentro da igreja. Isto significa que eles incentivam uma comunicação aberta e transparente, promovendo a colaboração e o trabalho em equipa, e garantindo que todos os membros da equipa são alinhados relativamente aos objetivos da igreja, ou seja, que a comunicação do líder não visa exclusivamente a mensagem oral, mas a construção do próprio ambiente eclesial (Cf. Hilda Ribeiro, «O papel do líder de comunicação na Igreja», acedido a 19 de Junho de 2024, <https://blog.enuves.com/2023/03/06/desvendando-o-papel-do-lider-de-comunicacao-na-igreja/>).

conteúdo do que o suporte. A propósito disto convém recordar o que o Papa Bento XVI deixou patente na exortação apostólica pós-sinodal *Verbum Domini*:

na Igreja, veneramos extremamente as Sagradas Escrituras, apesar da fé cristã não ser uma «religião do Livro»: o cristianismo é a «religião da Palavra de Deus», não de «uma palavra escrita e muda, mas do Verbo encarnado e vivo». Por conseguinte a Sagrada Escritura deve ser proclamada, escutada, lida, acolhida e vivida como Palavra de Deus, no sulco da Tradição Apostólica de que é inseparável (VD 7)

O brotar da tradição escrita, por um lado pretende registar as palavras, ações e ensinamentos de Jesus, com efeito tem também como finalidade, esclarecer e corrigir, as interpretações erradas, ou seja, as heresias, e as falsas narrativas, ou seja, aquilo que presentemente se denomina de *fake news* (referimo-nos às falsas narrativas e não às heresias).

Os dois primeiros séculos da nossa era demonstram uma comunicação em rede, em que as cartas circulavam entre as comunidades sem que houvesse um monopólio de poder. Estas cartas eram testemunhos e exortações ou mesmo apologias da fé cristã, sendo produzidas dentro de uma cultura própria, pois o cristianismo nascente estendeu-se para oriente e ocidente assimilando as categorias linguísticas e de pensamento locais a fim de inculturar o evangelho. Se afirmamos que as cartas foram um meio de comunicação, não podemos descuidar as viagens inter comunidades como outra forma de comunicação. Aproveitando as vias romanas e as suas rotas estabeleceu-se uma verdadeira rede comunicacional, embrião da atual internet,<sup>58</sup> dando-se destaque a alguns núcleos cristãos que funcionavam em locais estratégicos, normalmente grandes centros urbanos nos quais circulavam ideias e pessoas, os quais promoviam a formação de líderes que depois alastravam a mensagem para outros locais próximos.<sup>59</sup>

A comunicação nesta época ainda não estava sujeita a uma estrutura hierárquica, a qual se começou a delinear após ter sido decretado o Cristianismo como religião oficial do Império Romano no século IV, possibilitando uma comunicação mais horizontal e comunitária (*koinonia*).<sup>60</sup>

---

<sup>58</sup> As redes de estradas construídas pelos Romanos conectavam toda a Europa, o Médio Oriente e o Norte de África, sendo esta rede uma simbologia da atual internet, entendida como meio que conecta pessoas, culturas e civilizações de diferentes latitudes.

<sup>59</sup> Cf. Darlei Zanon, *Comunicar o Evangelho* (São Paulo: Paulus Editora, 2021), 35-37.

<sup>60</sup> Como pioneiro nestes estudos históricos e documentais destaca-se a figura de Romeu Dale, com a sua obra clássica 'Igreja e Comunicação Social'. Esta publicação reúne os mais diversos documentos do Vaticano e da América Latina sobre comunicação. Dale embora faça uma análise panorâmica da comunicação nos primeiros tempos da Igreja, incide sobretudo no período que vai de 1487 até 1971. A sua investigação permitiu-nos fazer uma síntese que apresentamos ao longo dos pontos seguintes do nosso trabalho, relativamente ao percurso histórico que vai até ao Vaticano II. A sua obra tornou-se uma referência entre os pesquisadores, por apresentar uma visão global da relação Igreja-Comunicação, constituindo-se como uma verdadeira antologia. [Cf. Romeu Dale, *Igreja e Comunicação Social* (São Paulo: Edições Paulinas, 1973), 15-19 e Ricardo Costa Alvarenga, «*Igreja Católica e os Meios de Comunicação Social: apontamentos sobre as fases da Relação Igreja-Comunicação a partir de Documentos Pontifícios*» acessado em 24 de outubro de 2024,

Após uma fase de tomada de consciência do conteúdo da fé cristã, dá-se lugar a outra em que se desenvolverá a arte da pregação e em que as Cartas redigidas terão o objetivo de transmitir a fé, organizar a nível funcional as comunidades e incentivá-las a um comportamento ético partindo sempre do encontro transformante com Cristo. Embora a técnica e os meios sejam fundamentais, o cerne está na integralidade da Palavra de Deus anunciada a todos os povos, mormente a adaptação da linguagem a cada interlocutor e de acordo com a realidade de cada público. Não se trata de mera repetição das palavras de Jesus, mas a sua contextualização para que sejam assumidas e compreensíveis por cada ser humano. Crucial em todo o processo comunicacional foi a rede de colaboradores que se associaram aos líderes das primitivas comunidades, quer escrevendo aquilo que viviam, quer registando as visitas pastorais realizadas às distintas comunidades emergentes a fim de as ajudar na sua formação e consolidação.

#### 2.1.2. O período dos Padres da Igreja

A maioria dos Padres da Igreja foram pastores ou mestres espirituais que já não estavam ligados às primeiras testemunhas, mas a seguidores daqueles que haviam recebido o Evangelho de algum dos intermediários dos apóstolos ou dos próprios textos neotestamentários. A comunicação levada a cabo pelos Padres da Igreja realizava-se nas praças públicas indo ao encontro da realidade concreta em resposta aos problemas quotidianos, sejam as heresias ou a necessidade de se reelaborar o aprofundamento das doutrinas cristãs. Paralelamente às reflexões teológicas e filosóficas que acompanham as intervenções dos Padres da Igreja, as quais são uma autêntica catequese, eclode a liturgia como meio de auxiliar a catequese e manifestando-se como outra forma de comunicação. Na liturgia faz-se a experiência da comunicação/comunhão com a Trindade e com o nosso próximo. De notar que as liturgias iniciais são um verdadeiro tempo de encontro e de diálogo, nas quais a partilha ganha particular destaque. Partilha de comida, de vida, de pensamentos, de sentimentos, anseios, dificuldades, isto é, um momento de profunda comunicação.<sup>61</sup>

No encontro de Jesus com os discípulos de Emaús observa-se já o êxito da comunicação não verbal que é característica da liturgia pois nesta passagem do Evangelho se verifica que os discípulos apenas foram capazes de escutar e compreender Jesus aquando o próprio Jesus

---

<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-2222-1.pdf>]

<sup>61</sup> Cf. Zanon, *Comunicar o Evangelho*, 41.

tomou o pão, o abençoou, partiu e o deu aos discípulos. A comunicação simbólica<sup>62</sup> vai tomando forma e assume relevância no processo de evangelização.

O período patrístico foi marcado ainda pela arte que começou a ser utilizada para comunicar Jesus Cristo e os conteúdos da fé cristã. Apesar de as imagens serem condenadas no passado pela sua forte vinculação à idolatria, aos poucos os cristãos perceberam que as imagens não são ídolos pois se trata de símbolos. Apoiados na ideia de que o rosto de Deus invisível era possível porque o próprio Deus se fez imagem em Jesus Cristo se desenvolve toda a arte iconográfica. A imagem transforma-se numa forma de explicar a palavra e deste modo numa forma de diálogo, de relação e comunhão do ser humano com Deus. A arte afirma-se como uma profissão de fé.

Primeiramente as imagens são representativas de Cristo, o qual é acompanhado por sinais<sup>63</sup> e símbolos<sup>64</sup> externos que apontam para um ensinamento específico.<sup>65</sup> Bem sabemos que a arte não se reduz à pintura, ou aos afrescos e por isso outras manifestações como a escultura, a arquitetura, o teatro, os vitrais e imensas outras manifestações artísticas foram e são utilizadas para comunicar o rosto humano de Deus. Numa segunda fase os cristãos passam da representação de Cristo às representações de cenas bíblicas com o intuito de comunicar ao povo, sobretudo aos pobres e analfabetos, a riqueza dos textos da Sagrada Escritura. Passo a

---

<sup>62</sup> Na atualidade a linguagem simbólica voltou a ter um lugar de destaque como o demonstra o desenvolvimento da Semiótica. Curiosamente o Diretório de comunicação da Igreja no Brasil, sobretudo nos números 79 a 102, dedica-lhe uma parte no seu texto, no qual expõe a relação que existe entre comunicação e liturgia, afirmando a liturgia como plenitude da comunicação. Cf. Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, *Diretório de comunicação da Igreja no Brasil* (Brasília: Edições CNBB, 2023).

<sup>63</sup> Entenda-se aqui por sinal uma realidade externa a si mesmo, aquilo a que Santo Agostinho designa como «toda a coisa que, além da impressão que produz nos nossos sentidos, faz com que nos venha ao pensamento outra ideia distinta» [Santo Agostinho, *De Doctrina Christiana* 2, 1, 1, CCL 32 (Turnhout: Brepols Publishers, 1962), 32], como exemplo temos os sacramentos que nos apontam para o próprio Jesus Cristo.

<sup>64</sup> Cf. José Fernando Caldas Esteves e José Manuel Garcia Cordeiro, *Liturgia da Igreja* (Lisboa: Universidade Católica Editora, 2008), 70-71. A Igreja ao longo dos séculos identificou-se por meio de símbolos, começando pela confissão de fé ou credo, chamada de símbolo, mas também colheu elementos da natureza como mediadores da identidade cristã, tal como o vinho, o pão, o peixe, a água, a luz, o óleo e o incenso entre outros.

<sup>65</sup> Uma das primeiras imagens de Cristo, no sentido figurativo ou retratual, é aquela que foi gravada no sudário de Turim, documento material hoje estudado e revalorizado como o revela o artigo publicado na página do Secretariado Nacional da Pastoral da Cultura

([https://www.snpcultura.org/santo\\_sudario\\_o\\_que\\_diz\\_a\\_ciencia\\_recente.html](https://www.snpcultura.org/santo_sudario_o_que_diz_a_ciencia_recente.html)) Foi a partir do sudário que a geração primitiva de cristãos interpretaram que poderiam reproduzir a imagem de Cristo e daqui partirá também a tradição que se perpetuará na via-sacra com a estação dedicada à Verónica (vera icona – verdadeiro ícone). Na tradição oriental ortodoxa não se diz que um ícone foi pintado, mas que foi escrito pois para os ortodoxos em cada ícone é o próprio Verbo que está presente, a Palavra. A propósito dos ícones salienta-se o texto do Patriarca Ecuménico de Constantinopla, Dimitrios I, escrito em 1987 com o título ‘O significado teológico do ícone’ que é uma preciosa ajuda para a compreensão ocidental desta arte. Como escreve ainda a este propósito o antropólogo David Le Breton «o rosto crístico, os mitos do Rosto Santo e do Santo Sudário funcionam como os mitos fundadores de cada reflexão sobre o rosto no Ocidente e alimentam fortemente o inconsciente coletivo» [David Le Breton, *Des visages. Essai d'anthropologie* (Paris: Métailié, 2003), 9]. Falar do rosto de Cristo significa reconhecer a importância da individualidade, do sujeito, que emerge numa coletividade, com toda a sua singularidade e originalidade.

passo se constitui aquilo que chamamos de arte sacra e se afirma a via *pulchritudinis* como verdadeira comunicação.

### 2.1.3. Da comunicação oral, pessoal e presencial à era da escrita

As mudanças começaram a dar-se na Igreja depois de o imperador Constantino ter publicado em 313 o édito de Milão no qual conferia liberdade de culto ao Cristianismo e mais tarde, em 380, com o imperador Teodósio que declara o Cristianismo como religião oficial do Império. Passa-se de uma Igreja perseguida a uma Igreja oficial, o que acarretou benefícios para a Igreja, a qual deixou de viver na penumbra para se apresentar claramente, no entanto nem tudo pode ser visto de uma forma positiva, pois a espontaneidade inicial deu lugar à normatização, e a rede horizontal vivida pelos primeiros cristãos depressa se converteu numa pirâmide hierárquica ao jeito do império romano.

A passagem a uma nova realidade cultural na qual a tradição oral dá lugar à tradição escrita; a passagem do texto à imagem; a mudança do paradigma judaico e conseqüente abertura a todos os povos, bem como a transição de uma mensagem apocalíptica ao anúncio escatológico marcaram esta nova etapa da comunicação da Igreja.<sup>66</sup> Depara-se agora com uma Igreja mais sistematizada quer a nível organizacional, quer mesmo a nível dos seus conteúdos. As construções de templos cristãos proliferam por todo o Império Romano e a experiência da comunicação nas praças, ruas e *domus ecclesiae* transforma-se numa comunicação fechada em capelas, igrejas e basílicas. A comunicação centra-se no local de pregação, isto é, as cátedras e púlpitos e adquire um tom docente e magisterial, deixando de haver uma interação com o público, perdendo-se o diálogo e acentuando-se a dimensão do monólogo.

O comunicador eclesiástico surge então como um detentor da verdade e paulatinamente a lógica comunicativa da Igreja assume uma dimensão hegemónica na qual se reconhece uma tal autoridade ao emissor da mensagem que esta não tem espaço para ser discutida. A autoridade do comunicador deixa de estar na sua credibilidade para ser entendida como conexas ao seu *status* e deste jeito a verdade dimana vertical e institucionalmente.<sup>67</sup>

---

<sup>66</sup> Cf. Zanon, Comunicar o Evangelho, 49.

<sup>67</sup> Na atualidade este modelo comunicacional está ultrapassado pois a sociedade não valoriza absolutismos comunicacionais ou verdades incontestáveis. Hoje aposta-se cada vez mais num trabalho sinodal em que a verdade é construída coletivamente mediante a partilha e a colaboração, em que o modelo comunicacional docente ou magisterial cede lugar ao modelo dialógico.

Neste período de estabilização da Igreja aparecem também dentro do quadro simbólico comunicacional, os sinos, que ocupam primeiramente um lugar privilegiado em torno dos ambientes rurais, marcando os tempos de trabalho e oração e assinalando os momentos mais importantes na vida de uma comunidade, como por exemplo os batismos, os casamentos, festas litúrgicas, os funerais e alertando para os perigos da comunidade.<sup>68</sup> Os sinos parecem ter nascido no ambiente da vida monástica regulando a vida diária dos monges cenobitas, os quais rompiam o silêncio ao toque do sino ou se recolhiam ao silêncio depois do toque do sino. O sino era também o símbolo congregador que chamava à comunhão, conduzindo os monges à *communicatio* (assim se denomina em latim o quebrar do isolamento monástico para permitir a comunhão entre os monges).<sup>69</sup>

A referência aos monges, obriga-nos a fazer uma paragem aqui para valorizar dois elementos: o silêncio e os livros. O silêncio é um ótimo instrumento de comunicação<sup>70</sup> e um elemento fundamental na comunicação<sup>71</sup> que tantas vezes é descurado quando se quer preencher tudo com palavras e sons; o livro escrito à mão é essa outra forma de comunicação desenvolvida nos mosteiros medievais pelos monges amanuenses que permitiu a circulação de informação e cultura e que persistiu ao longo de praticamente mil anos até à chegada da era de Gutenberg. Nos mosteiros começaram os primeiros estúdios,<sup>72</sup> não no sentido hodierno de espaços técnicos e digitais, mas de espaços criativos de cópia e de estudo que depois deram lugar no século XV a tipografias após a criação dos tipos móveis por Gutenberg.

Do livro manuscrito chegamos ao livro produzido em larga escala, permitindo a divulgação de mensagens em grande número, tornando-se assim o livro o primeiro meio de comunicação de grande profusão. Há uma alteração de cenários comunicativos, onde o púlpito deixa de ter tanta relevância para se destacar a comunicação tipográfica que se caracteriza por haver um único emissor, mas uma imensidão de recetores sem estarem limitados no tempo ou no espaço. A tendência para uma comunicação unidirecional e não relacional adensa-se, enfatiza-se o social, mas quebra-se com a dimensão relacional, potenciando uma comunicação não presencial e não contextualizada.

---

<sup>68</sup> Cf. Mário Correia, «Toques de Sinos na Terra de Miranda», acedido a 23 de Setembro de 2024, <https://www.apagina.pt/?aba=7&cat=560&doc=14560&mid=2>.

<sup>69</sup> Cf. Aurélien Joudrier, «Les cloches au monastère, origine et usage en Occident», *Actes du 129<sup>ème</sup> Congrès Nationaux des Sociétés historiques et Scientifiques* (2023), 152-56.

<sup>70</sup> Cf. Marc de Smedt, *Elogio del Silenzio* (Milano: Paoline Editoriale Libri, 1996), 26.

<sup>71</sup> Cf. Emanuel Matos Silva, *Solidão, Silêncio e Presença em S. Bruno* (Coimbra: Gráfica de Coimbra, 2000), 164-65.

<sup>72</sup> Cf. Madeleine Grosfils, «L'histoire du livre avant l'invention de l'imprimerie (deuxième partie)», acedido a 23 de Setembro de 2024, <https://temoignageetpatrimoine.wordpress.com/2024/01/03/lhistoire-du-livre-avant-linvention-de-limprimerie-deuxieme-partie/>.

#### 2.1.4. Da oficina tipográfica aos estúdios de comunicação

Com o surgimento dos caracteres móveis criados por Gutenberg o século XV fica marcado pela profusão de impressões de livros que imediatamente permitem a circulação de ideias, mas paralelamente contribuem para vencer o monopólio eclesiástico do saber e para se difundir o pensamento protestante.<sup>73</sup> Ulteriormente ao aparecimento do livro em série aparecem os periódicos que se espalham por toda a Europa e o novo mundo. O avanço comunicacional vai permitir progressivamente criações técnicas como o telégrafo, a fotografia, o telefone, o fonógrafo, o linótipo, o cinema, a rádio, a televisão, o computador, a internet entre outras. A partir do século XVI popularizam-se os meios comunicacionais ditos de larga escala que são capazes de penetrar em todas as áreas sociais e que levaram à mudança de uma comunicação entendida como comunhão e partilha para uma conceção de comunicação como transmissão de informações ou difusão de dados, «em que a relação “comunicação-comunidade” se debilitou».<sup>74</sup>

Diante desta nova conceção de comunicação a Igreja passa a ter uma posição de desconfiança e censura, olhando negativamente para uma comunicação da qual ressalta os males que dela advêm em vez de valorizar os seus aspetos positivos.

Medidas de controle através de pronunciamentos ou documentos oficiais são empregues pela Igreja que quer proteger os cristãos daquilo que considera nocivo para as suas vidas: assim é criada a censura, o *imprimatur* e o *nihil obstat*.<sup>75</sup> Não obstante, valoriza-se a arte, a arqueologia e a arquivística.

Ainda como forma de ampliar a censura da Igreja a determinadas obras literárias foi criado em 1559 um índice de livros proibidos que ficou conhecido por *Index librorum prohibitorum*,<sup>76</sup> o qual durou até 1966 quando a Igreja, após o Concílio Vaticano II, cancelou o Index, num contexto de valorização da liberdade de opinião e expressão que demorara a reconhecer pois tivera dificuldade de transitar de uma lógica de cátedra para uma lógica de estúdio, ou seja, de livre produção e difusão de pensamentos. Talvez por isto encontrássemos

---

<sup>73</sup> Sem dúvida que Martinho Lutero beneficiou em muito da existência da imprensa para a rápida divulgação das suas ideias e críticas à Igreja Católica Romana, bem como para a Reforma Protestante.

<sup>74</sup> María Verónica Figueroa Ramírez, «Comunicación, comunidad, comunión: eslabones de una misma cadena», acedido a 23 de Setembro de 2024, <https://sites.google.com/site/congressomaulino/ponencias/comunicaci%C3%B3n-comunidad-comuni%C3%B3n-eslabones-de-una-misma-cadena>.

<sup>75</sup> Cf. Dale, *Igreja e Comunicação Social*, 38.

<sup>76</sup> Cf. Dale, *Igreja e Comunicação Social*, 42.

a Igreja com um pé atrás a tudo o que significava revolução, isto é, mudança de paradigma e daí as suas resistências à imprensa, à Reforma, aos meios tecnológicos.

Felizmente a Igreja mudou a sua postura adentrando nos estúdios comunicacionais e mostrando maior flexibilidade para com a imprensa e os novos meios tecnológicos, nomeadamente a rádio e o cinema que são vistos como oportunidades únicas para a evangelização, embora ainda haja algumas reticências ou desconfianças. O século XIX foi marcado por uma Igreja que incentivou as dioceses a terem os seus semanários e alentou os padres para colaborarem com a imprensa, não apenas para difundir a fé, mas também para fazer face às ideologias anticlericais que proliferavam nesta época.<sup>77</sup> Brotam editoriais católicas, revistas de inspiração cristã, salas paroquiais que se adaptam para passarem cinema, montam-se estúdios radiofónicos e tantas outras concretizações. E no meio deste turbilhão comunicacional destaca-se o fundador da família paulista, o Beato Tiago Alberione, que quis evangelizar com os novos meios de comunicação aproveitando os instrumentos ao seu dispor para promover o bem e a verdade.

O Concílio Vaticano II demonstra uma nova mentalidade em relação aos meios de comunicação social e a partir de então há mesmo um incentivo à formação para a comunicação como está patente no decreto *Inter Mirifica*:

Entre as maravilhosas invenções da técnica que, (...) o engenho humano extraiu, com a ajuda de Deus, das coisas criadas, a santa Igreja acolhe e fomenta aquelas que dizem respeito, antes de mais, ao espírito humano e abrem novos caminhos para comunicar (...) salientam-se a imprensa, o cinema, a rádio, a televisão e outros que, por isso mesmo, podem chamar-se, com toda a razão meios de comunicação social (IM 1)

Os meios de comunicação são, partindo do título do decreto, entendidos como maravilhas, destinados a cooperar no plano de salvação. Eles apresentam-se como uma oportunidade única e inédita para o apostolado. Os leigos são convidados a utilizar os meios da comunicação social, a treinar o seu manejo, mas também a ter o cuidado do seu uso. A ambivalência destes meios é também mencionada neste Decreto pois eles não preservam a interioridade e podem não criar um clima favorável ao florescimento da fé. Eles fornecem os instrumentos necessários quer para o lazer, quer para a disseminação de informações úteis, mas podem igualmente perverter. O papel da Igreja é, portanto, do seu ponto de vista, prevenir e proteger o Homem, ou ajudá-lo a utilizar estes meios para um bom propósito. No decreto *Inter Mirifica* vê-se que a Igreja se incumbe a ela mesma a missão

---

<sup>77</sup> Cf. Dale, *Igreja e Comunicação Social*, 77.

de ensinar o reto uso dos *mass media*, fomentando uma educação que prepare para uma decisão ética e para a formação da opinião pública.

O documento conciliar supramencionado realça ainda que a Igreja deve utilizar os meios de comunicação social para a sua obra evangelizadora, adaptando-se às novas tecnologias e embora isto não fosse uma novidade para a Igreja europeia era agora proclamado para o mundo inteiro e refletido através da presença no Concílio de bispos representativos dos vários episcopados. Sem dúvida que a *Inter Mirifica* abriu uma senda que não permitiu mais que a Igreja Católica retrocedesse nas suas relações produzidas pelos meios de comunicação social. Não obstante, recordamos que «a *Inter Mirifica* não teve, imediatamente, a mesma importância para a renovação da Igreja Católica, que os outros Decretos e Constituições do Concílio»,<sup>78</sup> mas paulatinamente foi ganhando destaque, depois de se superar uma certa crítica que emergia dalguns meios católicos que não viam com bons olhos a evangelização levada a cabo pelos meios de comunicação social, afirmando que a Igreja nunca tinha optado por conversões em massa.<sup>79</sup>

No entanto a Igreja iniciava deste modo um caminho de atenção aos sinais dos tempos e de atenção para com as novas tendências sociais e culturais e acabaria por instituir o Dia Mundial das Comunicações Sociais que é acompanhado por uma mensagem especial do Papa e do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais.<sup>80</sup>

#### 2.1.5. A Igreja e o Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais

A criação do Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais deixa antever a valorização que a Igreja atribui à comunicação e a partir daqui se irão elaborando documentos atinentes a esta temática como a instrução pastoral *Communio et Progressio* em 1971 e a instrução *Aetatis Novae* em 1992. No primeiro documento sublinha-se a importância dos meios de comunicação social para a unidade e o progresso da humanidade, reconhecendo-se a sua linguagem específica e nova, e o seu contributo para uma educação e difusão da cultura na humanidade. Este primeiro documento do Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais apela também a que se criem condições para uma boa comunicação e aponta-nos Cristo como

---

<sup>78</sup> Abimar Oliveira de Moraes e Andreia Durval Gripp Souza, «O Decreto Inter mirifica e sua importância na evolução da relação entre Igreja e comunicação» *Atualidade Teológica*, vol. 27, no. 72 (jul/dez 2023), 305.

<sup>79</sup> Cf. Moraes e Souza, «O Decreto Inter mirifica...», 305.

<sup>80</sup> Foi um dicastério da Cúria Romana que foi suprimido e fundido na Secretaria para as Comunicações, agora Dicastério para a Comunicação com o motu próprio ‘O atual contexto comunicativo’ do Papa Francisco em 2015.

o comunicador perfeito e a Igreja como instrumento de comunicação para toda a humanidade.<sup>81</sup> Já a instrução *Aetatis Novae*<sup>82</sup> recorda a grande revolução operada pelos *mass media* e incide na necessidade da sua utilização para evangelizar, destacando os meios de comunicação não apenas como instrumentos mas como verdadeira cultura, como essenciais mesmo ao nível da catequese.

Entre os dois documentos do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais é publicado pelo Papa Paulo VI a Exortação Apostólica *Evangelii Nuntiandi* na qual afirmava que a relação entre a Igreja Católica e os meios de comunicação social evoluiu significativamente ao longo do século XX e continuou a desenvolver-se no século XXI. De uma postura inicial de cautela, a Igreja passou a adotar uma abordagem proativa e estratégica, reconhecendo o potencial dos meios de comunicação para a evangelização e o diálogo com o mundo contemporâneo.

Esta evolução reflete uma adaptação contínua às mudanças sociais e tecnológicas, mantendo o compromisso da Igreja com a sua missão de evangelizar e servir a humanidade. A Igreja continua hoje a enfrentar desafios na era digital, mas também encontra novas oportunidades para disseminar a sua mensagem e envolver-se com um público global diversificado.

A reformulação académica das afirmações sobre a relação entre a Igreja Católica e os meios de comunicação social revela uma narrativa complexa e multifacetada, que engloba aspetos históricos, teológicos, sociológicos e tecnológicos. Esta abordagem interdisciplinar é essencial para compreender plenamente o papel da comunicação na missão contemporânea da Igreja Católica como está patente no excerto que citamos:

O uso dos meios de comunicação social para a evangelização comporta uma exigência a ser atendida: é que a mensagem evangélica, através deles, deverá chegar sim às multidões de homens, mas com a capacidade de penetrar na consciência de cada um desses homens, de se depositar nos corações de cada um deles, como se cada um fosse de facto o único, com tudo aquilo que tem de mais singular e pessoal, a atingir com tal mensagem e do qual obter para esta uma adesão, um compromisso realmente pessoal (EN 45)

Paulo VI impulsiona os meios de comunicação e inclusive a transmissão da liturgia através deles. A partir deste pontífice, que encerrou o Concílio Vaticano II, brota uma nova cultura que continuará no pontificado de João Paulo II, o qual mediante os documentos que

---

<sup>81</sup> Cf. Pontificium Consilium Instrumentis Communicationis Socialis Praepositum, «Instructio Pastoralis - Communio et Progressio», in *Acta Apostolicae Sedis* 63, no. 8 (1971), 593-656.

<sup>82</sup> Cf. Pontificium Consilium Communicationum Socialium, «Aetatis Novae», in *Acta Apostolicae Sedis* 84, no. 5 (1992), 447-68.

publicou incutiu um processo comunicacional na Igreja que não retrocederá. Coube a Paulo VI o surgimento das Jornadas Mundiais da Comunicação Social mais precisamente em 1967, todavia elas só tomarão uma repercussão notável no pontificado de João Paulo II pois eram para ele uma «maneira de avaliar com gratidão um dom específico de Deus, um dom que tem um significado enorme para o período da história que estamos vivendo, o dom de todos os meios tecnológicos que facilitam, intensificam e enriquecem as comunicações entre os seres humanos».<sup>83</sup> O Papa polaco percebeu a comunicação como cultura e deixou claro que é fundamental a inculturação do evangelho neste ambiente, como o contemplamos na encíclica *Redemptoris Missio*.

No contexto contemporâneo, sublinha a encíclica anteriormente referida que o mundo das comunicações emerge como o principal areópago, unificando a humanidade e transformando-a na chamada ‘aldeia global’.<sup>84</sup> Os meios de comunicação social adquiriram uma relevância tão significativa que se tornaram, para muitos, o principal instrumento de informação e formação, além de servirem como guias e fontes de inspiração para comportamentos individuais, familiares e sociais. As novas gerações, em particular, crescem em um ambiente fortemente influenciado pelos *mass media*. Contudo, parece que a Igreja pode ter negligenciado um pouco esse areópago; outras ferramentas para o anúncio evangélico e a formação foram priorizadas, enquanto os *mass media* foram deixados à mercê da iniciativa de indivíduos ou pequenos grupos, recebendo apenas uma atenção secundária nas programações pastorais. É fundamental reconhecer que o uso dos *mass media* vai além de simplesmente multiplicar o anúncio do Evangelho. O impacto deles na evangelização da cultura moderna é profundo e significativo. Assim, não basta apenas utilizá-los para disseminar a mensagem cristã e o Magistério da Igreja; é imperativo que a mensagem seja integrada nesta nova cultura que as modernas comunicações criaram (cf. RMI 37).<sup>85</sup>

João Paulo II retoma o termo fórum e fala do mundo virtual como um fórum, distanciando-se do termo areópago que era utilizado com maior frequência até à sua época e

---

<sup>83</sup> Ioannes Paulus PP. II., «Ob diem ad communicationes sociales fovendas», in *Acta Apostolicae Sedis* 84, no. 10 (1992), 990.

<sup>84</sup> ‘Aldeia global’: Este conceito é central para entender como a comunicação se tornou um elemento vital na formação e informação das pessoas, influenciando comportamentos individuais, familiares e sociais.

<sup>85</sup> A *Redemptoris Missio* mostra que não é suficiente apenas usar os meios de comunicação para difundir a mensagem cristã; é necessário integrar essa mensagem na nova cultura criada pelas modernas comunicações, isto implica em adaptar a linguagem e os métodos de evangelização para que sejam eficazes no contexto cultural atual, utilizando as potencialidades da Internet e outras tecnologias de comunicação. Esta encíclica propõe a comunicação, como o "primeiro areópago dos tempos modernos", oferecendo à Igreja uma plataforma poderosa para alcançar e transformar a sociedade, e realçando que integrar a mensagem cristã na nova cultura mediática é um passo crucial para garantir que a evangelização seja relevante e eficaz no mundo contemporâneo.

que nos parece menos apropriado. Dá-se uma viragem na visão comunicacional da Igreja, a qual vai de novo ao encontro das praças, sejam as praças virtuais no ambiente digital, sejam as praças físicas tão bem presentes no pontificado do atual pontífice. É certo que se torna difícil estabelecer fronteiras nítidas entre o real e o virtual pois estas duas dimensões se interpenetram e influenciam de tal forma que parecem constituir um só ambiente. Há mesmo quem afirme que talvez seja mais adequado falar em experiência real imediata e experiência real mediada.<sup>86</sup>

Karol Wojtyła foi um verdadeiro fenómeno da comunicação social procurando tirar dela o maior proveito possível pois era «um inteligente utilizador de todos os meios comunicacionais ao seu dispor (...) e inseriu definitivamente o conceito de ‘*global village*’ no âmbito da Fé Cristã».<sup>87</sup>

Aos poucos as novas tecnologias da comunicação acabaram por nos conduzir a um novo tempo e espaço da vivência humana, onde transitamos entre o virtual e o real, o físico e o digital e entre várias dimensões e conexões inter-humano-digitais. A Igreja é agora impelida a sair dos estúdios de comunicação, mas, contudo, sem os abandonar a fim de voltar às praças, aos *fori* e às ágoras. No pontificado atual vemos os esforços realizados pelo Papa Francisco para que a Igreja marque presença nesta nova praça pública que é a praça digital, mas reforçando sempre a comunicação interpessoal e as relações humanas. Verifica-se o retomar de conceitos que encontramos no início do cristianismo, como encontro, comunhão, partilha, experiência sinodal quer nas praças físicas quer nas praças virtuais como a internet, as redes sociais e todos os cenários digitais.

#### 2.1.6. A era digital

A comunicação social operada hodiernamente ganhou o nome de digital porque transporta informações representadas numa sequência numérica que é codificada e decodificada, por outro lado ela é convergente porque pode ter distintos tipos de informações, os quais convergem todos num único suporte, é ainda hipertextual porque permite a fruição de conteúdos em modo não linear, é também distributiva porque ao contrário dos meios de comunicação tradicionais que são centralizados e unidirecionais, os meios digitais são caracterizados por um modelo distributivo de gestão das tecnologias da informação que se fundamenta em três peculiaridades: são interativos, são sociais e são móveis.

---

<sup>86</sup> Cf. Zanon, *Comunicar o Evangelho*, 82.

<sup>87</sup> Miguel Neto, *Igreja e encontro na estrada digital* (Cascais: Lucerna, 2017), 144.

Na verdade, a comunicação digital levou-nos a redefinir os espaços sociais de interação e relação, visto que ela transcende a dimensão da presença física para enfatizar a dimensão relacional. Acabam por se abater os símbolos que definem um espaço para sublinhar a arquitetura inter-relacional em que emerge a importância da qualidade da interação, ganhando relevo uma visão de comunicação como partilha, encontro, proximidade e diálogo em detrimento de uma visão demasiado técnico instrumental que se focava mais na transmissão de dados e informações.

O facto de cinco biliões de pessoas passarem em média duas horas e meia nos media digitais por dia, segundo o relatório anual da agência *We are Social*,<sup>88</sup> leva-nos a não ficarmos indiferentes diante destes dados. Esta prática influencia, sem dúvida, o modo em que nos comunicamos e nos relacionamos. E no tocante à relação humana tal como a encontramos neste mundo digital, isto é, mediada, verificamos que está nitidamente enraizada nas narrativas bíblicas, ou seja, há sempre a necessidade de alguém ou de algo que medeie a relação humana e sobretudo a relação do eu e do Tu divino, o que nos demonstra que a consciência que temos desta relação humana influi na forma como hoje se faz a antropologia teológica, a eclesiologia e mesmo a soteriologia. Durante a exposição deste trabalho, repetidas vezes, se sublinhou que a comunicação é sobretudo comunhão uns com os outros, comunhão esta associada à *imago Dei*, a qual tem um lugar de charneira na obra da redenção e da qual a Igreja se torna testemunha. Vemos que a comunicação mediada digitalmente acaba por estar vinculada a questões centrais da própria fé cristã, e muito embora possamos encontrar distintas opiniões acerca dos *media* digitais e do seu impacto nas nossas comunidades, o que não podemos ignorar é que os *media* digitais são hoje um facto inevitável da vida, e a cultura digital tornou-se uma parte integrante do nosso contexto da igreja nas mais variadas partes do mundo.

A Igreja e a tecnologia digital não são uma dualidade mas duas facetas de uma mesma moeda que merecem ser analisadas e exigem que se parta da noção de que para os internautas não há uma interrupção ou descontinuidade entre a comunicação *offline* e a comunicação *online*, de acordo com aquilo que os sociólogos nos sugerem quando afirmam que a «Internet não deve ser entendida como uma dimensão distinta que visitamos de tempos a tempos, mas como uma realidade cada vez mais incorporada nas nossas vidas quotidianas».<sup>89</sup> Ou seja, a forma como nos envolvemos nas atividades *online* acabam por ter um impacto profundo na

---

<sup>88</sup> Cf. We Are Social, «Digital 2024: 5 Billion Social Media Users», acedido a 16 de agosto de 2024, <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>.

<sup>89</sup> Jonas Kurlberg, «The ‘Authenticity’ of Online Community», acedido a 16 de Agosto de 2024, <https://lausanne.org/about/blog/church-in-a-digital-age>.

nossa vida *offline* e vice-versa, bem como nas nossas concepções de espaço e de tempo, como no-lo referem Carmen Leccardi<sup>90</sup> e Zygmunt Bauman.<sup>91</sup>

A tecnologia aplicada à comunicação digital permitiu um intercâmbio de encontros e de pontos de vista e de ideias de todos os cantos do mundo dando-nos a possibilidade de estabelecer conexões que na era pré-digital eram impossíveis. É evidente que a tecnologia associada à comunicação digital influenciou na construção de uma igreja mais universal e sinodal. Dentro da comunicação digital é mister destacar o papel exercido pelos *influencers* e pela inteligência artificial.

O Cardeal Tolentino de Mendonça no decorrer das Jornadas Mundiais da Juventude em Lisboa disse diante do primeiro encontro de *influencers* católicos: «Hoje a Igreja precisa de vocês, queridos influenciadores digitais, para ser o fermento da esperança nestes novos espaços de construção social que são as redes sociais e as redes digitais. Porque a questão já não é se vamos ou não interagir com a cultura digital, este é já um facto irreversível, mas a reflexão que nos é colocada é saber como fazê-lo».<sup>92</sup>

Igualmente o Papa Francisco perspetiva a inteligência artificial como um recurso positivo apontando que «a inteligência é expressão da dignidade que nos foi dada pelo Criador, que nos fez à sua imagem e semelhança e nos tornou capazes, através da liberdade e do conhecimento, de responder ao seu amor. Esta qualidade fundamentalmente relacional da

---

<sup>90</sup> Cf. Carmen Leccardi, *Sociologia del tempo* (Roma-Bari: Editori Laterza, 2009), 35. A relação dos indivíduos com o tempo está hoje em constante transformação, assim como através dele muda a forma específica de cada sujeito construir a sua própria experiência, muitas vezes de forma inconsciente. Desde as análises de Durkheim, o tempo pode ser considerado como uma verdadeira instituição social (além de religiosa e política), Carmen Leccardi nesta sua obra destaca como através de uma reflexão temporal, os indivíduos e a sociedade também aparecem de forma unitária, fora de qualquer dualismo. O tempo oferece, portanto, a possibilidade de pensar globalmente os indivíduos e as sociedades, permitindo-nos construir um mapa sociológico-analítico detalhado dos hábitos e costumes da nossa época. A perspetiva analítica que é abordada nesta sua obra é dupla: por um lado, a autora analisa as culturas temporais do novo milénio, marcadas por uma forte aceleração dos ritmos sociais capazes de corroer as possibilidades individuais de controlo. Dada a crescente centralidade do tempo de mercado na vida social e a fome de velocidade que a caracteriza, desenha-se também um novo mapa de desigualdades, baseado na capacidade de dominar por aqueles que são capazes de agir mais rapidamente, de ser mais rápidos e ao mesmo tempo mover-se com agilidade no espaço, deslocar-se, libertar-se das amarras e dos lugares.

<sup>91</sup> Cf. Zygmunt Bauman, *Dentro la globalizzazione, le conseguenze sulle persone* (Roma-Bari: Editori Laterza, 2008), 21. Bauman não considera o espaço e o tempo em função das suas qualidades mensuráveis e objetivas, ou como categorias a serem consideradas em relação ao ser; o seu ponto de vista não é, portanto, nem matemático-físico nem metafísico. No seu tratamento, os significados simbólicos do espaço e do tempo estão em fluxo, interligados e inseparáveis das modificações que atravessam as práticas sociais. Lemos na obra indicada do autor, a respeito da origem social de toda a classificação, que foi a partir do primeiro ato cultural que se inseriu no mundo natural divisões, distinções e classificações que se refletiram nas formas pelas quais as práticas e conceitos humanos se ligam a estas práticas e que, portanto, não são atributos da natureza, mas sim decorrentes da atividade e do pensamento do homem. Deduzimos desta inferência que a Igreja é chamada a olhar o tempo dentro desta globalização e não somente numa dimensão linear ou mesmo cronológica e talvez aqui a perspetiva kairológica nos auxilie a nos colocarmos diante do tempo que nos é oferecido.

<sup>92</sup> Tolentino de Mendonça, «Cardeal Tolentino a influenciadores: anunciem Cristo aos "próximos digitais"», acessado a 16 de agosto de 2024, <https://www.vaticannews.va/pt/vaticano/news/2023-08/jmj-lisboa-encontro-influencers-catolicos-universidade-portugal.html>

inteligência humana manifesta-se de modo particular na ciência e na tecnologia, que são produtos extraordinários do seu potencial criativo».<sup>93</sup>

A época hodierna leva-nos assim a contemplar uma nova função exercida pela comunicação, a qual está relacionada com o conhecimento do mundo e acaba por influir com a questão da aquisição de competências sobre a realidade, mesmo sem que haja experiência direta sobre ela própria e isto faz parte hoje da nossa vida humana e social. De tal forma que se assiste a que a comunicação represente o mundo ‘real’, quer através da informação quer através da produção científica, mas também através de uma perspectiva ficcional como nos romances, nos filmes ou nas séries televisivas. Este «modo de mediar o conhecimento da realidade é uma modalidade cognoscitiva que completa aquele que envolve a imediatez da experiência».<sup>94</sup>

Podemos conhecer mediante uma experiência direta com o mundo sempre que participamos num evento; experiência esta que se repete quotidianamente ao exercitarmos o conhecimento imediato das dimensões da vida diária, deixando que a nossa capacidade intelectual seja interrogada pelas atividades que desenvolvemos e pelos eventos que vivenciamos. No entanto também podemos conhecer mediante a observação e a imitação do comportamento de um terceiro, tal como acontece quando aprendemos a jogar futebol, ou a prender um quadro na parede ou a passar de nível num *videogame* através da observação de um bom jogador.

Por fim «podemos conhecer, aprender e transmitir o conhecimento por meio dos símbolos»,<sup>95</sup> seja por uma descrição, um recontar, uma narrativa da realidade que se serve de qualquer forma de linguagem, verbal, gestual, escrita ou por imagens. Esta é «uma forma de comunicação referencial pois se orienta para o contexto ao qual se refere mediante uma realidade extralinguística para veicular um conteúdo da experiência, seja algo de concreto, como no caso da informação ‘hoje chove’, ou puramente imaginário, quando afirmo que ‘Frodo é um jovem Hobbit’».<sup>96</sup>

Pela comunicação podemos construir mundos quer sejam baseados em acontecimentos reais, quer sejam ficcionais. Todavia a função referencial pede que estes mundos, sobretudo os imaginários, por mais estranhos que pareçam e distantes da vida real, mantenham uma certa

---

<sup>93</sup> Papa Francisco, «Mensagem para o Dia Mundial da Paz 2024», acedido a 16 de agosto de 2024, <https://www.vatican.va/content/francesco/pt/messages/peace/documents/20231208-messaggio-57giornatamondiale-pace2024.html>.

<sup>94</sup> Giovanni Boccia Artieri, Fausto Colombo e Guido Gili, *Comunicare: persone, relazioni, media* (Roma-Bari: Editori Laterza, 2022), 127.

<sup>95</sup> Norbert Elias, *Teoria dei simboli* (Bologna: Edizioni del Mulino, 1998), 69.

<sup>96</sup> Artieri, Colombo e Gili, *Comunicare: persone, relazioni, media*, 127.

verossimilhança que permita ao público reconhecer algo da sua própria experiência e do próprio mundo. Igualmente à Igreja no seu papel comunicacional se solicita que na comunicação informativa ou formativa, seja ela verbal ou não verbal, escrita ou plástica, permita sempre aos cristãos e à humanidade em geral rever a sua própria experiência vital, mesmo que seja explanada de forma transfigurada.

### 3. Uma Igreja que se diz

No contexto atual, a Igreja enfrenta uma série de questões que se interligam com a era comunicacional em que vivemos. A evolução tecnológica e o advento dos meios de comunicação social alteraram profundamente as dinâmicas sociais, culturais e religiosas, colocando novos desafios à missão e à evangelização. No entanto, estes desafios também oferecem à Igreja uma oportunidade única de renovar a sua linguagem e aprofundar o seu diálogo com o mundo. O que é, então, ser uma Igreja que se diz comunicativa num cenário onde a informação circula a uma velocidade e intensidade nunca vistas?

#### 3.1. *Questões levantadas à Igreja numa era comunicacional*

A constatação de um período que é marcado pela comunicação e a tecnologia digital não pode deixar de lado os que ainda são excluídos deste areópago e que por isso ainda se mantêm desligados de uma Igreja universal virtual.

Embora, também, seja uma verdade bastante evidente que houve uma rápida difusão do acesso à internet que a seu jeito contribuiu para um, autêntico, processo remodelador de um desequilíbrio do poder dentro daquilo que era o domínio teológico e eclesiástico da igreja ocidental, todavia há ainda algumas coisas que merecem considerável atenção. Disto é exemplo a necessidade de analisar as pessoas com as quais nos encontramos neste mundo digital e qual o contexto comunicacional apresentado para que haja uma hermenêutica plausível.<sup>97</sup> Não significa isto que se estabeleçam grupos herméticos mas que se potenciem niveladores comunicacionais para não se correr o risco de se opinar sobre algo que não se conhece ou do qual não se está dentro do seu contexto.<sup>98</sup> Claro que a Igreja não deve ter medo de dialogar

---

<sup>97</sup> Cf. Mensajes de los obispos, «La necesidad de una comunidad de personas», acedido em 21 setembro 2024, <https://comunicaciones.conferenciaepiscopal.es/la-necesidad-de-una-comunidad-de-personas/>: A Conferência Episcopal Espanhola afirmou que as relações digitais podem tornar-se uma «manipulação egoísta das opções sociais e, em última análise, do bem comum». A investigação sociológica demonstra a capacidade dos ambientes digitais para modificar percepções e decisões livres naqueles contextos em que são os cidadãos que têm a capacidade de tomar decisões de longo prazo. Os interesses particulares e ocultos de alguns podem mobilizar recursos digitais suficientes para transformar as percepções daqueles que têm de escolher e modificar as suas decisões. Aqui a Igreja é chamada a redobrar a formação social dos cidadãos, consciencializando-os da responsabilidade que têm, não só com as suas opções e decisões, mas também com as suas ações positivas em favor dos outros. É muito fácil deixar-se levar pela manipulação que os meios de comunicação, as instituições e as pessoas realizam no ambiente digital.

<sup>98</sup> A instrução pastoral *Communio et Progressio* deixou patente no seu número 115 que as verdades de fé não podem ser deixadas à interpretação arbitrária, todavia reconhece-se a importância dos meios digitais como um vasto campo em que se pode fomentar o diálogo, no interior da própria Igreja.

com todos e de estar disponível para perscrutar a voz do Espírito que sopra por onde quer, com efeito deve reconhecer que há temas que exigem uma maior clarificação, de forma a que os intervenientes possam estar a par dos conteúdos elencados ou que se pretendem discutir. Ao cristão enquanto embaixador de Cristo é pedido que saiba fazer pontes, o que implica que se cultive hábitos de escuta, inclusive para com aqueles de quem discordamos, isto quer na comunicação *online*, quer na comunicação *offline* (cf. 2Cor 5,18).

Sabemos que a comunicação digital é delimitadora e cria possibilidades comunicacionais, mas igualmente ela está na génese de uma alteração do modo dinâmico em que vivem as nossas comunidades e acabam por confrontar os atuais modelos institucionais e tradicionais da Igreja. A comunicação digital levou a que o diálogo fosse facilitado a nível eclesial «modificando a tradicional comunicação unidirecional para a bidirecional, que na atualidade é a mais procurada».<sup>99</sup>

A não existência de um vínculo geográfico permitiu a criação de estruturas interconectadas, as quais surgem como consequência da globalização e da urbanização bem como da Internet. Num passado, que podemos dizer recente, a comunhão acontecia, sobretudo, com base nas igrejas locais, contudo hoje os cristãos fazem parte de diversos grupos e comunidades que lhes oferecem alimento espiritual. Talvez isto possa redundar num certo consumismo individualista pois é aquilo que normalmente sucede quando se vive num mundo interconectado na medida em que as pessoas tendem a tornar-se consumistas daquilo que precisam ou sentem necessidade ou mesmo de acordo com as suas preferências, não estabelecendo compromissos. O perigo que se avista é o desenvolvimento de uma espiritualidade egoísta que se opõe à visão do discipulado que Jesus apresentava e que tinha o seu olhar fixado no outro, isto é, no amor a Deus e ao próximo. O ideal é que nunca se crie uma comunidade cristã digital em paralelo com uma comunidade cristã física, mas que se caminhe para que as comunidades cristãs tenham várias formas de expressão e de comunhão nos diferentes espaços, nunca privilegiando mais o lugar de conexão que o lugar de comunhão.<sup>100</sup>

Mormente os dados negativos que atrás foram referidos, destacamos a positividade de a comunicação digital poder auxiliar no encontro de comunidades espirituais que nos alimentem e deste modo contribuam para dar sustentabilidade à nossa fé em ambientes difíceis do nosso caminhar. Numa sociedade interconectada, na qual há um envolvimento a nível

---

<sup>99</sup> Mercedes Cancelo Sanmartín, María Antonieta Rebeil Corella, María Auxiliadora Gabino Campos, «La comunicación institucional de la Iglesia Católica a través de las redes sociales», *Revista Internacional de Relaciones Públicas* 5, n.º 9 (2015): 111.

<sup>100</sup> Cf. Miguel Neto, *Igreja e encontro na estrada digital*, 203.

mundial, urge que os pastores da Igreja reanalise o seu papel enquanto pastores, mas concomitantemente o papel do discipulado e do como este se vive na cultura digital.

Quem melhor do que um homem de Deus pode desenvolver e pôr em prática, através da sua própria competência no campo dos novos meios digitais, um ministério pastoral que torne Deus vivo e atual na realidade de hoje? Quem melhor do que ele para apresentar a sabedoria religiosa do passado como uma riqueza que pode ser usada para viver hoje com dignidade e construir adequadamente o futuro? Quem trabalha como consagrado nos meios de comunicação tem a tarefa de trilhar o caminho rumo a novos encontros, garantindo sempre a qualidade do contato humano e a atenção às pessoas e às suas autênticas necessidades espirituais.

Cabe a nós que vivemos no nosso tempo “digital” oferecer os sinais necessários para reconhecer o Senhor; dar-lhes a oportunidade de se educarem para a espera e a esperança, e de se aproximarem da Palavra de Deus que salva e promove o desenvolvimento humano integral. O Verbo pode assim navegar rumo ao mar com as inúmeras encruzilhadas que criam a densa rede de estradas do ciberespaço, e afirmar o direito de cidadania de Deus em cada época, para que possa avançar pelas novas formas de comunicação pelas ruas das cidades e pare nas soleiras das casas e dos corações e diga novamente: «Estou à porta chamando. Se alguém ouvir e me abrir a porta, entrarei e cearemos juntos» (Ap 3, 20).<sup>101</sup>

Quer no presente, quer num futuro próximo há questões incontornáveis que não podem ser negligenciadas e que estão intimamente vinculadas ao fenómeno da comunicação, veja-se a este propósito a noção de ser-humano e o que se entende como conceito de humanidade num período em que a inteligência artificial caminha a passos largos e que nos impõe uma séria reflexão ética. O Papa Francisco na mensagem que enviou ao *XVII Simpósio Intercrestão* que teve lugar em Itália na cidade de Trani entre 28 e 30 de Agosto de 2024 sublinhou a premência de hoje ter clara a defesa da dignidade humana, perante a evolução da inteligência artificial pois «as mudanças provocadas pela revolução informática, como, por exemplo, o desenvolvimento da inteligência artificial, e os incríveis desenvolvimentos das ciências, obrigam os homens e as mulheres de hoje a repensar a sua identidade, o seu papel no mundo e na sociedade, e a sua vocação para a transcendência».<sup>102</sup> O Pontífice frisa que num tempo em que tudo é questionado se torna imprescindível refletir sobre a especificidade do ser humano

---

<sup>101</sup> Benedictus XVI PP., «Recurrente XLIV Internationali Die Communicationum Socialium», in *Acta Apostolicae Sedis* 102, no. 2 (2010), 114-17.

<sup>102</sup> Franciscus PP., «Messaggio del Santo Padre Francesco al Partecipanti al XVII Simposio Intercrestiano», acedido em 21 de setembro de 2024, <https://www.vatican.va/content/francesco/it/messages/pont-messages/2024/documents/20240717-messaggio-simposio-intercrestiano.html>.

no conjunto da criação bem como a sua singularidade em relação às demais criaturas e às próprias máquinas, na medida que esta reflexão poderá conduzir-nos a «reafirmar que cada ser humano tem uma dignidade, devida ao simples facto de existir, como entidade espiritual, criada por Deus».<sup>103</sup> Correlacionado a este tema brota a mensagem evangélica (boa notícia) e de como esta nos ajuda a compreender o que é o ser humano, tal como nos transmite a necessidade da ação soberana de Deus, ou seja, da sua salvação. No entanto num mundo em que se pode “editar” simplesmente os defeitos que se encontram em nós mesmos e no ambiente, corre-se o risco de imaginar que somos a salvação de nós próprios. Como Igreja, somos levados com perseverança, a transmitir que temos uma identidade com Cristo, a qual está para além da identidade que cada um pode construir, seja ela de cariz sociológico ou biológico. Assim coloca-se o desafio de não prescindirmos de comunicar o carácter singular do Deus cristão face a um amontoado de novos deuses pseudo-tecnológicos fabricados à nossa própria imagem.<sup>104</sup>

A comunicação hodierna volta a sublinhar uma questão de sempre: qual a relação entre o humano e Deus, entre a criatura e o Criador? Esta interrogação de saber quem e o que somos está e estará no coração da proclamação contextual do Evangelho e inclusive na formação dos novos discípulos.

Emerge no panorama atual, embora já nos últimos decénios houvesse eclodido esta pergunta no ambiente eclesial: o que se entende por comunidade num tempo em que se constata que esta não tem a sua chave de leitura numa dimensão geográfica? Todavia ela acaba também contemporaneamente por afetar as comunidades enraizadas num mesmo espaço geográfico. A comunhão cristã e a evangelização desenvolvem-se numa esfera na qual a comunidade é cada vez mais culturalmente deslocada, não estando limitada pela geografia, mas sendo facilitada pela técnica, a qual se constitui num novo contexto para o envio missionário.<sup>105</sup>

A partilha equitativa de bens e de influências conhece um desequilíbrio crescente entre as diferentes regiões do mundo como até no interior de um mesmo país. Se o acesso desproporcional aos recursos e aos sistemas não são um fenómeno histórico novo, esta partilha

---

<sup>103</sup> Franciscus PP., «Messaggio del Santo Padre Francesco al Partecipanti al XVII Simposio Inter Cristiano».

<sup>104</sup> Um dos ex-engenheiros da Google, Anthony Levandowski, criou uma organização religiosa sem fins lucrativos chamada *Way of the Future*. Segundo Levandowski a missão da empresa visa desenvolver e promover a realização de uma divindade baseada na inteligência artificial e através da compreensão e adoração da divindade contribuir para a melhoria da sociedade. Veja-se a este propósito no que incorremos se descurarmos o anúncio do Deus cristão e de como podem proliferar os pseudo-deuses derivantes das novas tecnologias (cf. Ryan Browne, «Elon Musk slaps down talk of A.I. ‘gods’: Some people ‘should absolutely not’ make superintelligence», acedido em 21 setembro 2024, <https://www.cnn.com/2017/10/24/elon-musk-slaps-down-talk-of-ai-gods.html>).

<sup>105</sup> As comunidades e redes virtuais como salienta Miguel Neto «são constituídas por pessoas bem reais e que têm fome de Deus, de um Deus próximo e permanentemente acessível, que estabelece uma relação pessoal conosco através da Igreja» (Neto, *Igreja e Encontro na Estrada Digital*, 176).

desigual das riquezas e de influências exacerba as tensões no nosso mundo. A história ensina-nos que o desequilíbrio sistémico permite um agravamento na relação entre os grupos e tem uma duração de vida limitada. De tal forma que a Igreja é chamada a refletir sobre o que é uma partilha justa e equitativa, enquanto defensora dos mais pequenos, e porque lhe compete estar no centro das discussões, interrogando-se em que medida a mensagem evangélica é acessível àqueles que não a têm ainda e criando estratégias de sensibilização ativas para ambos os grupos. Paralelamente à Igreja urge defender os mais pequenos, mas de um modo que não provoque a animosidade com a cultura e os *influencers* culturais.<sup>106</sup>

Num futuro próximo as nações e as regiões não serão talvez as mesmas. De acordo com os dados demográficos presentes assistir-se-á a uma diminuição da população nalgumas partes do planeta como por exemplo o Japão, mas noutras zonas, como a Índia, a população continuará a crescer. Por outro lado, nalguns países, a pirâmide etária evoluirá para uma percentagem mais elevada de jovens ou de idosos, o que merece a atenção eclesial de formas distintas, visto que uma coisa é evangelizar uma população juvenil crescente, outra é evangelizar pessoas idosas ou classes migrantes, havendo ainda que estar a Igreja atenta às populações urbanas e às de maior concentração numérica.

Associada à Igreja está a questão da sustentabilidade e de como a atingir. A Igreja tem a incumbência de auxiliar a humanidade a viver de maneira equilibrada interligando os numerosos grupos. Os defensores da proteção da natureza pedem à Igreja e à sociedade viver de modo temperado a fim de que a humanidade não explore a criação de Deus até fins desconhecidos. Os próprios economistas moderados, seguidores da economia de Francisco, soam o alarme no tocante ao aumento do *ratio* de endividamento das famílias e das nações, apelando a uma via mais sustentável.<sup>107</sup> Inclusive a Igreja é convidada a repensar o seu

---

<sup>106</sup> Os pobres continuam a lutar no meio da sua impotência. De acordo com Christopher Ryan Baquero Maboloc, o Papa Francisco reconhece os desafios e perigos da missão de proteger os impotentes. Perante os conflitos, a Igreja Católica acredita que a sua missão evangelizadora envolve uma tarefa moral e também uma difícil tarefa política (Cf. Christopher Ryan Baquero Maboloc «The Church of the Poor in our Times», *Pamisulu: Journal of Theology and Philosophy* 6, no. 1 (2018), 1).

A Igreja contribui para a realização da justiça social. Mas décadas depois do Vaticano II, o secularismo ameaça a importante posição da Igreja na sociedade humana. Uma Igreja que silencia sobre a violência e a opressão é moralmente preocupante. De certa forma, proteger a dignidade das pessoas é um tipo de compromisso que exige um envolvimento radical. A questão é: como pode a Igreja permanecer significativa na luta do povo contra a injustiça? A Igreja universal e por meio dos meios digitais e tecnológicos deve prosseguir a sua missão evangelizadora de emancipar os oprimidos das forças institucionais que ameaçam a dignidade das pessoas através do poder radical da mensagem de amor de Cristo.

<sup>107</sup> A sustentabilidade social adverte o Papa Francisco começa a ser reconhecida e cada vez mais nos damos conta de que o grito dos pobres e o grito da Terra são o mesmo como está patente na Carta Encíclica *Laudato Si'*, de forma de que nada adianta tratar as questões ambientais sem ter em conta a sua projeção nos indivíduos mais carenciados. Sinal desse reconhecimento é hoje instituições, como é exemplo o FMI se debruçarem a analisar a correlação entre o crescimento económico e a desigualdade, demonstrando uma descida do crescimento e da estabilidade macroeconómica, a longo prazo, sendo a desigualdade maior. Na verdade, uma sociedade em que se

funcionamento tendo como critério a procura de uma via mais sustentável seja no plano financeiro seja no programático.

Numa grande parte do mundo os progressos digitais e tecnológicos modificaram quase todos os aspetos da vida. Das relações sociais às trocas económicas, do trabalho desmaterializado ao acesso à informação, a nossa vida é muito diferente daquela de há apenas uma geração. Meditamos cada vez mais nestas mudanças e surge a pergunta: o que é uma via digital? Logicamente que esta pergunta deve trazer associada uma outra, de ordem eclesial: quais os esforços que se fazem numa via digital para dar cumprimento ao mandato missionário de Jesus Cristo?

Não se trata de uma questão meramente circular, contudo as duas questões anteriormente elencadas potenciam outras interrogações: como anunciar o Evangelho nas comunidades digitais?; como é que as salas de partilha ou conversação das redes sociais criadas a partir de túneis algoritmos impedem a mensagem do Evangelho?; como poderemos cruzar estes túneis para anunciar o Evangelho?; como é que o trabalho desmaterializado à distância altera a ideia de vocação e de ministério num lugar de trabalho?; como ser Igreja na era digital?; o que são a interação com a Bíblia e o discipulado na era digital?; como é que a Igreja chamará as pessoas a tornar a sua existência, uma existência incarnada e de que modo?

A esperança é uma necessidade central para todos os seres humanos. No ambiente contemporâneo há candidatos políticos e a outras esferas que ancoram a esperança fora da religião, nomeadamente alguns líderes políticos radicais, ou então ancoram-na na autorrealização ou no aumento da autoridade das massas, na teoria crítica, e tantas outras. No entanto, o que é único nos nossos tempos é que as opções de esperança incluem não apenas a esperança utilitária que emana das ideias profanas, mas também cada vez mais a esperança no progresso tecnológico como meio pseudotranscendental de cura e de vida eterna. Sobre o que repousa a esperança? Este é um tema nevrálgico para o mundo e para a plausibilidade da mensagem evangélica, daí que a Igreja se deva aprontar para comunicar a esperança do Evangelho como uma opção persuasiva à de outras possibilidades de esperança. Recorrendo à imagem da âncora o Papa Francisco diz que esta

é sugestiva para compreender a estabilidade e a segurança que possuímos no meio das águas agitadas da vida, se nos confiarmos ao Senhor Jesus. As tempestades nunca poderão prevalecer, porque estamos ancorados na esperança da graça, capaz de nos fazer viver em Cristo, superando o pecado, o medo e a morte. Esta esperança, muito maior do que as satisfações

---

acentua a desigualdade acaba por perder a coesão e isto tenderá a refletir-se no seu futuro. Fazer face às desigualdades e aos pobres e ao ambiente é particularmente relevante para o bem-estar da sociedade e da economia.

quotidianas e as melhorias nas condições de vida, transporta-nos para além das provações e exorta-nos a caminhar sem perder de vista a grandeza da meta a que somos chamados: o Céu<sup>108</sup>

Por último e consequência do caminho percorrido brota naturalmente a pergunta: Que forma de Igreja? Não nos resta dúvidas que o fim da Igreja continua a ser o mesmo mormente as mudanças que se dão em torno dela, no entanto há que apostar num *aggiornamento* e numa arte comunicacional que crie verdadeira comunhão, valorizando a beleza da comunicação e que nos mostre o que significa comunicar bem.

### 3.2. *Comunicação: Uma arte que salvará o mundo*

Lançado o repto de que é essencial comunicar bem,<sup>109</sup> põe-se agora a Igreja diante do que significa comunicar bem. Partindo do tripé (atitude, ação e atividade), verificamos que a resposta à questão levantada muda segundo o significado que dermos ao termo “comunicar”. Se perspetivarmos a comunicação como atividade, a qual aponta para uma transformação do mundo, o que irá sobressair será a eficácia dos resultados; se nos debruçarmos na comunicação como ação, a qual serve para criar e manter relações, salvaguardar-se-á a compreensão das mensagens e a partilha dos conteúdos; se por outro lado nos focarmos na comunicação enquanto atitude, a qual manifesta a verdadeira abertura de nós ao outro, destaca-se então o sentimento de unidade com os demais e a aceitação do distinto de nós como uma oportunidade. Esta comunicação enquanto atitude ressalva também o carácter comunitário da comunicação enquanto experiência do encontro que nasce, cresce e renova-se em comunidade.<sup>110</sup>

Aqui não pretendemos dar tanta ênfase à questão da comunicação como atividade, no sentido que não é o objetivo desta reflexão e por isso a eficácia extracomunicativa pode ser um tema a desenvolver *a posteriori* com o auxílio de fontes mais de ordem técnica, como aquelas que incidem na comunicação publicitária ou política. A incisão deste trabalho visa sublinhar o específico do agir propriamente comunicativo em sentido geral.

Para concretizar este apartado salientamos duas dimensões cruciais para uma boa comunicação: em primeiro lugar a abordagem do ruído enquanto obstáculo principal de

---

<sup>108</sup> Papa Francisco, *A Esperança não engana: Bula da Proclamação do Grande Jubileu Ordinário do Ano 2025* (Prior Velho: Paulinas Editora, 2024), 25.

<sup>109</sup> Entendemos aqui por comunicar bem uma comunicação assertiva, isto é, em que há capacidade de expressão dos pensamentos, ideias, opiniões e emoções de maneira direta e de fácil compreensão, e que igualmente estabelece e alimenta a relação.

<sup>110</sup> Cf. Pedro Guimarães, *A comunicação da Igreja é um Encontro*, 43.

qualquer forma comunicativa, significando «qualquer sinal recebido que não foi transmitido pela fonte, ou qualquer coisa que torna o sinal pretendido mais difícil de decodificar com exatidão»;<sup>111</sup> em segundo lugar desenvolvendo a ideia de que é possível escolher entre uma comunicação boa e uma cativa, colocando no centro da nossa atenção os conceitos de competência - esta correspondendo à habilidade que é desenvolvida na comunicação interpessoal em situações sociais, quer sejam encontros face a face, quer encontros através dos media digitais - e de responsabilidade comunicativa – a qual consiste em tomar consciência da influência que exercemos nos outros e em nós mesmos através dos processos de comunicação que podemos controlar.

### 3.2.1. Enfrentar o ruído

Na comunicação o ruído jamais pode prevalecer. Mas o que se entende por ruído? Resumidamente dir-se-á que ruído é tudo aquilo que pode obstaculizar o encerramento do ato comunicativo, tal como o ruído físico que surge de interferências ambientais ou do mau funcionamento dos canais ou das interfaces comunicativas, ou o ruído semântico que se relaciona com os significados produzidos e recebidos pelos sujeitos atuantes.<sup>112</sup> Este segundo tipo de ruído tem a ver com a intencionalidade dos sujeitos e com as atitudes com que estabelecem relações comunicativas, com o interesse ou desinteresse que têm pelo conteúdo da comunicação ou pelo interlocutor, com os códigos através dos quais os pensamentos, ideias, emoções assumem a forma de sinais e gestos perceptíveis pelo interlocutor; com a compreensão e partilha de objetivos e a observância de normas sociais e de comunicação; com o contexto sociocultural que constitui o horizonte mais global da comunicação.

O ruído é, portanto, um obstáculo e, por esta razão, é muitas vezes vivido com desilusão e frustração. No entanto, também pode ser produzido e nutrido conscientemente. É praticamente impossível eliminar totalmente o ruído, e há que encará-lo como fazendo parte da realidade. A qualidade da comunicação nem sempre pode remover o problema do ruído mas esta deve persistir combatendo a degradação da comunicação à qual a própria comunicação está inevitavelmente exposta devido à sua improbabilidade, na medida da sua natureza como aposta e como risco.<sup>113</sup> Ele (o ruído) fará pausas, estimulará perguntas, usará esquemas, aceitará

---

<sup>111</sup> John Fiske, *Introdução ao estudo da Comunicação*, trad. Maria Gabriela Rocha Alves (Rio Tinto: Edições Asa, 2001), 22.

<sup>112</sup> Cf. Fiske, *Introdução ao estudo da Comunicação*, 22.

<sup>113</sup> Cf. Fiske, *Introdução ao estudo da Comunicação*, 22.

e até mesmo promoverá objeções, atribuirá tarefas para a autoavaliação da compreensão, e assim por diante: para combater o ruído, precisamos de o encarar de frente.

### 3.2.2. A arte da comunicação e as suas ferramentas

Não oferece dúvidas que para que haja uma ação comunicativa correta torna-se necessário o conhecimento da própria língua em que se expressa, ou mais precisamente, o significado dos vocábulos e das regras gramaticais que permitem compreender e criar um número ilimitado de frases. Trata-se de ter competência linguística, a qual permite avaliar se as frases estão construídas de forma correta ou se pelo contrário violam o sistema das regras gramaticais dando origem a frases sem sentido. Além disto importa saber quando se deve falar e quando se deve fazer silêncio, bem como, o que dizer, a quem, quando, onde e de que maneira.

A competência linguística é apenas um aspeto de uma mais ampla competência comunicativa.<sup>114</sup> Para entrarmos em relação com outros indivíduos não é suficiente o simples conhecimento das palavras e das regras de uma língua, mas urge considerar os interlocutores e as situações nas quais se interage com eles.

Uma das primeiras competências comunicativas é a dimensão do conteúdo, ou seja, daquilo que se fala. É comum escutarmos que alguém “sabe o que diz” ou “fala com conhecimento de causa”, ou seja, domina o conteúdo do que expressa. Mesmo quando temos simples conversações com os nossos amigos, seja de futebol, dos Jogos Olímpicos, de um filme, para se poder intervir é exigido um certo grau de conhecimento direto ou indireto do objeto ou do tema em discussão. A um mais profundo conhecimento corresponderão igualmente referências mais amplas.

Corremos o risco de na Igreja colocarmos esta questão da competência sobre os conteúdos ou sobre algumas temáticas num segundo plano e assim nalguns contextos de implosão como são alguns meios de comunicação social em que qualquer um se sente habilitado a falar ou é inclusivamente convidado a falar, denotando, tantas e tantas vezes, desconhecimento e alheamento.

Outra dimensão fundamental das competências comunicativas tem a ver com o conhecimento e com as habilidades que envolvem a produção e a compreensão dos sinais e dos códigos, isto é, as formas expressivas com as quais se dá forma às mensagens e aos

---

<sup>114</sup> Cf. Teresa Cristina Prochet e Maria Júlia Paes da Silva, «Competência Comunicacional: o que é isso?», *Revista Técnico Científica de Enfermagem* 6, no.25 (2010), 122.

significados. Isto compreende quer as competências linguísticas, quer aquelas relativas à comunicação não verbal.<sup>115</sup>

A competência linguística pode ser entendida geralmente como a capacidade de significar e comunicar através da linguagem verbal e articula-se em várias habilidades, como a capacidade de produzir e reconhecer sons; o conhecimento do significado das palavras de uma língua; a capacidade de construir palavras e de as combinar formando frases e de igualmente entender o significado destas últimas.

Porém a linguagem verbal não é o único sistema comunicativo do qual dispomos, pois todos reconhecemos a linguagem corporal como uma forma comunicativa não verbal. Esta compreende por um lado as competências paralinguísticas (por exemplo modelar o volume da voz, o tom, os ênfases, o ritmo, a cadência), as competências cinésicas (ou seja, a capacidade de comunicar por meio de gestos e movimentos corporais como a expressão facial, os movimentos de cabeça, de mãos, as posturas), as competências espaciais (capacidade de compreender os significados dos contatos corpóreos, das orientações e das distâncias interpessoais na função comunicativa). Concluindo: é competente quem sabe utilizar os códigos linguísticos nas suas diversas variedades, e os vários sinais e códigos não verbais articulando sabiamente todo o arco das modalidades expressivas necessárias para compreender e fazer-se compreender.

Além das competências supramencionadas convém acrescentar as competências pragmáticas e situacionais, as quais integram as capacidades e as habilidades necessárias para ter em conta adequadamente os interlocutores, os objetivos, os papéis que caracterizam as situações específicas interativas nas quais os sujeitos estão envolvidos. Dentro da competência situacional podemos identificar dois aspetos particulares. O primeiro que se pode definir como competência performativa, isto é, a capacidade de individuar os modos e as formas comunicativas mais condizentes aos próprios fins comunicativos numa determinada situação de interação. Se por exemplo durante uma reunião do Conselho Pastoral Paroquial o pároco propõe uma campanha de recolha de bens em favor do “projeto missionário Salama” deverá primeiramente preparar o discurso mediante alguns argumentos para os quais os restantes elementos do Conselho Pastoral Paroquial sejam sensíveis, adotando estratégias persuasivas

---

<sup>115</sup> O estudo realizado por Carla Fernandes Monteiro mostra que a nível das competências comunicacionais, ela revela que o conhecimento do contexto é crucial para que os comunicadores se tornem mais competentes ao nível da comunicação, para que tenham a oportunidade de desenvolver as suas habilidades comunicativas verbais (conhecimento do tema, diversidade vocabular, argumentação, coerência discursiva), paraverbais (clareza discursiva, expressividade, tom de voz, ritmo) e não-verbais (gestos, olhar, postura). Cf. Carla Fernandes Monteiro, «A didática da competência comunicativa oral. Pensar, falar e participar em situações de interação oral», Anais do Congresso Nacional de Educação, no. 15 (2021), 1048-1057.

que possam resultar eficazes com aquele grupo de pessoas. Com isto quer-se dizer que não se pode ignorar as características, as motivações e as expectativas dos interlocutores, tal como os diversos condicionamentos que possam existir. A competência performativa implica consequentemente uma competência situacional que consiste na capacidade de prosseguir o fim que se tem em vista considerando os interlocutores e as características da situação na qual se interage, no caso que ilustrava anteriormente, seria o local onde se desenrolaria a reunião do Conselho Pastoral Paroquial.

Parece pertinente a consideração de competências de ordem sociocultural, para que a comunicação seja orientada de um modo oportuno face às situações com que se interage. A competência social é a capacidade de reconhecer as diversas condições, *status* e papéis sociais, isto é, as diferentes idades, géneros, posições sociais, condições profissionais e de as ter em conta na comunicação. Relacionada com esta competência social está a competência simbólico-cultural, referente aos atos comunicativos situados num horizonte de significado que compreende conhecimentos do senso comum e noções científicas, atitudes, crenças e valores. Correlacionado com isto surgem as classes ou tipos, que podem ter uma função positiva ou negativa. Será positiva quando orientam os comportamentos típicos num determinado contexto social e será negativa se transformam os tipos ou classes em estereótipos que estabelecem uma barreira ao verdadeiro conhecimento. Veja-se como exemplo de função positiva do conhecimento mediante a designação/tipo ‘cristãos vietnamitas’ e ‘cristãos portugueses’ que nos auxilia a estabelecer uma linguagem e comportamento distinto quando nos dirigimos a cada um deles; a função negativa tende a uma afirmação pejorativa do tipo ‘cristãos conservadores’ que leva a supor hipoteticamente que todos os conservadores são lefebrianos.

Não se pode esquecer que as competências socioculturais são dinâmicas e devem ser constantemente atualizadas em relação com a evolução da sociedade e com as novas sensibilidades emergentes. Durante muitos anos quando se referia um interlocutor coletivo utilizava-se normalmente o género masculino, hoje é de boa educação usar a generalização com prudência e talvez fosse melhor referir o género masculino e o feminino ou então utilizar formas e sinais que incluam ambos.

Falta ainda salientar as competências mediáticas porque como ficou explanado os seres humanos não comunicam só através de sistemas de sinais e códigos verbais e não verbais, mas também através de códigos artificiais e de tecnologias comunicativas específicas, desde a escritura aos meios elétricos, eletrónicos e digitais.

Para se comunicar bem exige-se igualmente responsabilidade, construindo relações comunicativas positivas e reconhecendo que somos responsáveis pela nossa comunicação.

Aqui não se pretende coincidir, apenas, responsabilidade com empenho moral, mas torna-se necessário ver que esta questão da responsabilidade ética nos coloca diante de dois pólos: o da responsabilidade subjetiva que enfatiza as qualidades morais do comunicador e o da responsabilidade objetiva que incide nas circunstâncias e situações nas quais uma pessoa ou instituição deve agir, denotando que há sempre escolhas que condicionam as próprias ações. Seja como for, «a responsabilidade é sempre uma dimensão constitutiva da comunicação e do agir comunicativo».<sup>116</sup>

Ressalvamos nesta abordagem a responsabilidade comunicativa enquanto condizente com o nível de discurso, o qual diz respeito à essência, isto é, à própria natureza da comunicação. Embora na comunicação haja sempre um que ‘fala’ (animador); alguém que constrói e idealiza uma mensagem (autor) e alguém que assume a responsabilidade do que é dito (mandante), todavia em termos gerais a responsabilidade é uma implicação fundamental da intenção do comunicador e nesse sentido é assumida por todos os intervenientes na comunicação,<sup>117</sup> e não exclusivamente por um deles. Nas comunicações *inter ecclesia, ad extra* e *ad intra* precisa-se caminhar neste sentido de corresponsabilidade envolvendo todos os intervenientes comunicacionais em vez de se efetuar uma espécie de ‘caça às bruxas’ quando o ato comunicacional não funciona bem. Investir em animadores é imprescindível, não obstante, jamais se pode descurar a construção da mensagem (o seu autor) e o que representa esta mensagem. Sem se cair no excessivo controle é de todo conveniente, quando possível, a revisão do ato comunicacional antes de se proceder à comunicação.

A responsabilidade comunicacional obriga-nos a respondermos sobre nós mesmos, ou seja, assumindo a nossa identidade, os nossos propósitos e os nossos atos comunicativos; tal como a responder ao outro, a quem se está vinculado ou de quem se recebeu um mandato, ou ao outro que está diante de nós, ao nosso interlocutor, seja ele um indivíduo, um grupo ou um público; e ainda a sermos responsáveis pelas consequências das nossas ações comunicativas, mormente os destinatários dessas ações ou mesmo outros.<sup>118</sup>

### **3.3. Comunicação: palavra, verdade e beleza**

Entre os vários aspetos que tornam uma comunicação mais ou menos influente e persuasiva podemos considerar três elementos: a credibilidade, a atratividade e a autoridade.

---

<sup>116</sup> Erving Goffman, *Forme del parlare* (Bologna: Edizioni del Mulino, 1987), 199.

<sup>117</sup> Cf. Goffman, *Forme del parlare*, 199

<sup>118</sup> Cf. Jacques Derrida, *Politiche dell'amicizia* (Milano: Raffaello Cortina Editore, 1995), 294.

A importância da credibilidade como requisito é inegável numa fonte comunicativa. Ela revela-se como um ingrediente fundamental. Normalmente os destinatários da comunicação quando percebem a fonte comunicacional como competente, interiorizam mais facilmente a sua mensagem, gravando-a na sua memória.

A atratividade joga igualmente um papel determinante na comunicação, visto que ela provoca uma influência que faz com que os destinatários se sintam próximos, se identifiquem, e sintam motivados pela fonte comunicacional.

Num tempo em que há uma crescente difusão de imagens, fotos e vídeos, pois vivemos na denominada ‘sociedade da imagem’, verifica-se que o interesse pela influência das características físicas de um agente de comunicação numa comunicação tem crescido enormemente. Quer a comunicação ocorra de forma direta ou mediada, a beleza de uma fonte é percebida de forma clara e destacada pelo interlocutor. Mas a beleza não é apenas uma questão de características somáticas, mas algo mais complexo que também diz respeito ao que poderemos definir como ‘fascínio’, ou a forma como as pessoas se comunicam com e para os outros. A beleza é igualmente «o conceito (a palavra) que se manifesta no sensível, ou a ideia enquanto realidade configurada de acordo com o seu conceito».<sup>119</sup>

Uma fonte considerada atrativa leva, na verdade, a expressar maior concordância com a posição defendida.

Pessoas atraentes desenvolvem melhores habilidades de comunicação durante a socialização, graças ao *feedback* positivo acumulado ao longo da experiência.

Nesta matéria há um longo caminho a realizar a nível comunicacional por parte da Igreja, pois não basta a utilização dos meios tecnológicos e digitais para passar a mensagem, havendo necessidade de tornar o anúncio, isto é, aquilo que se procura transmitir, algo de credível (conteúdo e comunicador), algo de atrativo (que toque a realidade e seduza o recetor) e algo válido e eficiente. Claro está que tudo isto supõe um grande cuidado para que a comunicação se torne uma *via pulchritudinis*, uma via de verdadeira beleza, que não depende só do aspeto, mas que deverá ter associado o conteúdo.

A *via pulchritudinis* é também «pôr-se à escuta das verdadeiras interrogações do coração humano apreendendo toda a nostalgia da beleza, onde quer que ela esteja presente, a fim de caminhar ao lado de todos na busca da Beleza que salva».<sup>120</sup>

---

<sup>119</sup> Byung-Chul Han, *A salvação do Belo* (Lisboa: Relógio D'Água, 2016), 65.

<sup>120</sup> Carlo Maria Martini, *Que beleza salvará o mundo?* (Lisboa: Paulinas, 1999), 43.

Esta beleza comunicacional encontra na imagem do crucificado, como o demonstra Fiódor Dostoievski, na sua obra, o *Idiota*, o paradigma de um anúncio belo pelo que se comunica, que nem sempre é de ordem verbal. Face à pergunta do jovem Ippolit: Que beleza salvará o mundo?; o príncipe Myskin não responde diretamente mas apenas mostra que a beleza que salva o mundo é o amor que partilha a dor, tendo esta beleza, no quadro do crucificado que ostenta em sua casa a melhor imagem. Aqui se faz a experiência de uma beleza que vai além do bonito, de uma verdade que fere, mas que não se pode ignorar e de uma imagem que fala mais que mil palavras. Na verdade, no ‘crucificado’, se une palavra e imagem. Ele é simultaneamente palavra e imagem, Ele é o comunicador perfeito, sinal de credibilidade, atratividade e autoridade. Ele «faz resplandecer a Beleza que salva (...) a que aspira o coração humano. Se fizermos nosso, na fé, o acontecimento da Páscoa, também nós seremos arrastados nesse vórtice que nos convida a sair e a esquecer-nos de nós próprios, e a saborear a beleza do dom gratuito de si».<sup>121</sup>

### 3.3.1. A Beleza salvará o Mundo

Na Carta aos Artistas de 1999, o Papa João Paulo II expressava a ideia de que “a beleza salvará o mundo”. Esta frase refletia a profunda crença do Papa na capacidade da beleza, especialmente através da arte, de tocar o coração humano e de elevar a alma. Ele argumentava que a beleza é uma epifania do divino, um apelo ao transcendente que pode transformar a vida das pessoas e, por extensão, a sociedade.<sup>122</sup> A beleza, segundo o Papa polaco, não é apenas estética, mas uma força espiritual que pode inspirar e promover a esperança e a alegria, mesmo em tempos de sofrimento e crise.<sup>123</sup>

### 3.3.2. A Comunicação salvará o Mundo

No início desta dissertação colocámos como subtítulo, “a comunicação salvará o mundo”, podendo ser visto como uma extensão ou uma aplicação contemporânea da ideia de beleza proposta por João Paulo II. A comunicação, nas suas diversas formas — seja através da

---

<sup>121</sup> Martini, *Que beleza salvará o mundo?*, 32-33.

<sup>122</sup> Cf. Ioannes Paulus II. «Lettre du Pape Jean-Paul II aux artistes», *Acta Apostolicae Sedis* 91 (1999), 16.

<sup>123</sup> Cf. Ioannes Paulus PP. II., «Lettre du Pape Jean-Paul II aux artistes», 11.

arte, da literatura, da música ou dos novos *media* — tem o poder de conectar as pessoas, de transmitir mensagens de esperança e de promover a compreensão mútua. Assim como a beleza, a comunicação pode ser uma força transformadora, capaz de construir pontes entre culturas e de fomentar a paz.

Ambas as expressões, “a beleza salvará o mundo” e “a comunicação salvará o mundo”, compartilham um fundamento comum: a crença na capacidade humana de criar e se conectar através de maneiras que transcendem as dificuldades e as divisões. Enquanto a beleza apela ao espírito e à estética, a comunicação é o meio pelo qual essas ideias e sentimentos são compartilhados e disseminados. Juntas, elas podem contribuir para um mundo mais harmonioso e compreensivo, onde a arte e a expressão se tornam veículos de transformação social e espiritual.

#### **3.4. *Comunicação e Soteriologia***

Ao chegar ao final deste trabalho gostaríamos de sublinhar de modo particular a comunicação enquanto instrumento de salvação, a qual exige atitude de escuta, na medida que somente quem a escuta, a crê e acolhe dentro de si pode usufruir de salvação, e isto não apenas a nível eterno, mas a nível quotidiano. Quem não escuta, não entende, não dialoga e jamais poderá gozar de uma salvação plena.

Um dos verbos mais presentes na Bíblia é o verbo “escutar”; e de longe o seu objeto mais frequente é Deus. A frase mais frequente que aparece nas Sagradas Escrituras é “Assim diz o Senhor”. E se Deus fala, ele o faz para ser ouvido. Logo no livro do Génesis, no episódio do Jardim do Éden, o ser humano é chamado a entrar em relação com Deus e a permanecer em comunhão com Ele através da escuta; e se esta relação se deteriora deve-se ao facto de o ser humano ter preferido ouvir outra pessoa. Por meio da escuta de Deus feita por Abraão a história da salvação e da Revelação são colocadas em movimento. É depois esta história da salvação escrita para ser lida e ouvida nas celebrações comunitárias. Um princípio é claro: «A Palavra de Deus dura para sempre» (cf. Is 40,8; 1Ped 1,25). A Palavra de Deus é sempre válida, para todas as pessoas, em todos os lugares e tempos. Com ela, Israel soube que estava continuamente em contacto com o seu Criador e Salvador e que poderia permanecer no caminho da vida. Por outro lado, Israel aprendeu, embora da maneira mais difícil, que quando isso não acontecia, quando esta escuta não era realizada, caía à mercê dos seus inimigos. Assim, vemos que depois

da trágica experiência do exílio, a comunidade coloca a leitura e a escuta celebrativa da Palavra de Deus no centro da sua nova existência na terra dos seus antepassados (cf. Ne 8,1-12).

Escutar e acolher a palavra das Escrituras significa tornar-se parte da história da salvação nelas narrada, significa receber a própria salvação. Recorde-se que após a pregação de Pedro a uma multidão em Jerusalém no dia de Pentecostes, aqueles que «receberam a sua palavra» (At 2,41) «foram salvos» (At 2,47). A palavra de Deus realiza a salvação em quem a escuta, crê e acolhe dentro de si. E isto acontece, antes de tudo, num contexto comunitário.

A Constituição *Sacrosanctum Concilium* declara explicitamente que a palavra de Deus tem uma eficácia particular, especialmente no contexto comunitário-celebrativo: «Cristo está sempre presente na sua Igreja, e de modo especial nas ações litúrgicas [...] Ele está presente na sua palavra, pois é Ele quem fala quando a Sagrada Escritura é lida na Igreja» (SC 7). Mas isto não tem um efeito automático ou mágico. Para dar fruto, a semente da Palavra necessita de um solo que a acolha (cf. Mt 13,8.23). Ouvir contém um aspeto objetivo e um aspeto subjetivo. Por um lado, precisamos ouvir objetivamente a Palavra. Por outro lado, subjetivamente precisamos de nos colocarmos verdadeiramente em atitude de escuta, sem pensar em outras coisas, sem colocar filtros, sem assumir que são coisas que já sabemos e que não há nada de novo que possamos adquirir. Deixar entrar em si a Palavra semeada.

O Concílio Vaticano II fala da Sagrada Escritura como um alimento equivalente ao eucarístico: «A Igreja sempre venerou as divinas Escrituras como o fez com o próprio Corpo de Cristo, nunca falhando, especialmente na sagrada liturgia, alimentar-se do pão da vida, da mesa da Palavra de Deus e do Corpo de Cristo, e oferecê-lo aos fiéis» (DV 21).

Não existe apenas a mesa do altar onde a Igreja oferece aos seus filhos o alimento eucarístico; há também a mesa do ambão onde se entrega o pão da Palavra. «A Palavra proclamada, viva e eficaz, prepara a receção do sacramento e, no sacramento, essa Palavra alcança a sua máxima eficácia» (EG 174).

A qualidade ‘nutritiva’ da Palavra também se manifesta quando a lemos, pessoalmente. Mas no contexto eclesial-litúrgico tem um carácter especial. A Palavra é, de alguma forma, Cristo, porque Cristo é o *Logos* (cf. Jo 1,1), a eterna palavra divina. Aquele *Logos* que saiu da boca de Deus e que não volta para Ele sem frutos, sem ter produzido o que Deus deseja, ou seja, a nossa salvação.

Não devemos pensar apenas na ‘salvação eterna’. Há uma salvação que precisamos aqui e agora. É a salvação do tédio, da falta de sentido da vida que muitas vezes nos domina. É a salvação daquele mal chamado pecado e que se manifesta em muitas das nossas situações

quotidianas de desamor. Desta situação Cristo tem o poder de nos salvar, aqui e agora; e fá-lo através da sua Palavra – presente na Igreja, na comunidade cristã – ouvida, crida e acolhida.

A Palavra das Sagradas Escrituras, refere o Concílio, ensina-nos a verdadeira pedagogia de Deus (DV 15), ou seja, a forma como Ele educou o seu povo e que é, de alguma forma, a mesma pedagogia que Ele usa com cada um de nós.

Falando da Palavra por excelência que é Jesus Cristo, não podemos deixar de notar que, não raramente, o conhecimento acerca d'Ele que muitos cristãos praticantes têm não vem das Escrituras, mas de algum filme, algum romance, alguma leitura espiritual ou de ouvir algum personagem de televisão, autodenominado especialista no assunto. Na realidade, esse Jesus geralmente tem pouco ou nada a ver com o Jesus dos Evangelhos.

Falar do conhecimento das Sagradas Escrituras e de Cristo, pode ser ilustrado no episódio do encontro entre os discípulos de Emaús e Jesus ressuscitado (cf. Lc 24,13-35). Lembrando: os dois discípulos afastam-se tristemente de Jerusalém, onde tinham testemunhado a morte atroz daquele que esperavam que fosse o redentor de Israel. Jesus fala-lhes, interpretando o que viram sob uma luz diferente – a luz das Escrituras –, pára e come com eles, e depois desaparece da vista deles. A partir deste momento, os discípulos não são mais os mesmos de antes. Eles testemunham que quando Jesus lhes falou sobre o que havia acontecido, explicando-lhes as Escrituras, os seus corações ardiam. Podemos pensar que devido a factos dolorosos e desagradáveis presentes nas nossas vidas, não podemos deixar de ficar tristes. Mas talvez não reflitamos o suficiente que, não são os factos em si que causam tristeza, mas a sua interpretação.

Na verdade, os mesmos eventos podem ser interpretados de maneiras diferentes. Geralmente interpretamos – quer tenhamos consciência disso ou não – os factos desagradáveis da nossa vida como negativos. E talvez possamos acreditar, especialmente se somos crentes, que Deus é de alguma forma responsável por esses factos e, portanto, pela nossa tristeza. Mas talvez a nossa interpretação dos factos esteja errada. Talvez a nossa maneira de ler certas situações não corresponda à maneira de Deus. As Sagradas Escrituras ajudam-nos a esclarecer os factos e a compreendê-los de acordo com os pensamentos e planos de Deus. Porque «os caminhos e pensamentos de Deus estão tão distantes dos nossos quanto o céu da terra» (Is 55,9).

Analogicamente, na atualidade, a palavra veiculada pela Igreja, que não se restringe à palavra de Deus, deve possuir as características de uma palavra viva e eficaz e de uma palavra que salva, capaz de ir ao encontro da humanidade nas suas alegrias e tristezas e de ser portadora

de uma mensagem de esperança, auxiliando esta humanidade a distinguir claramente entre a dimensão tecnológica e a antropológica. Não obstante, ao recetor compete saber escutar, individual e comunitariamente, esta palavra, de forma a interpretá-la de modo conveniente. Também se recorda que a palavra proferida pela Igreja, a qual se distingue da Palavra de Deus, merece ser pensada comunitariamente e nunca ser imposta como palavra divina.

Quando a palavra eclesial não resulta ou não é fruto da *koinonia*, gera a comunicação como um monólogo ou um ato ditatorial, desvirtuando aquilo que é realmente a comunicação, isto é, verdadeira comunhão e sinodalidade.

A teologia não pode ficar indiferente a uma realidade humana tão central como é a comunicação e compete-lhe a salvação da própria comunicação a fim de potenciar «a busca da relação e do compartilhamento com o outro».<sup>124</sup>

Na medida em que se aprofundar a teologia da comunicação melhorará certamente o papel da Igreja na comunicação e «na base de uma teologia da comunicação (...) poderemos igualmente partir para a consideração do eventual significado teológico dos *media*, pois só assim se encontra garantida a espessura de pensamento devido a uma parte essencial da cultura contemporânea».<sup>125</sup>

A comunicação na Igreja deverá ser um caminho para a salvação. Podemos mesmo, afirmar que se nós, não comunicarmos bem, não nos salvamos e isto ressoa profundamente no contexto da comunicação da Igreja. A comunicação efetiva é essencial para que a Igreja cumpra a sua missão de evangelização e construção da comunidade.

Na sociedade de hoje saturada pelos *media*, a comunicação serve como uma ferramenta vital para a Igreja. Ela permite que a Igreja esteja presente na vida dos seus membros, tanto durante os atos litúrgicos quanto em situações do dia a dia. A capacidade da Igreja transmitir as suas mensagens de forma clara e eficaz pode impactar significativamente o seu alcance e relação com os fiéis.

A Igreja tem cada vez mais adotado diferentes formas dos *media* para fortalecer a comunidade. Plataformas dos *media* sociais, por exemplo, tornaram-se essenciais para promover um sentido de pertença entre os crentes, especialmente nos tempos desafiadores de um passado recente como foi o da pandemia. Essa mudança ilustra como a comunicação pode criar um espaço teológico onde os indivíduos se sentem conectados à Igreja e uns aos outros.

---

<sup>124</sup> Dominique Wolton, *É preciso salvar a comunicação*, trad. Vanise Pereira Dresch (São Paulo, Paulus, 2006), 13.

<sup>125</sup> Nuno Brás da Silva Martins, «O estatuto teológico de uma Teologia da Comunicação». *Didaskalia*, vol. XXXIII, no. 1 e 2 (2003), 364.

Além disso, a comunicação não é apenas uma necessidade prática; também é vista como um esforço espiritual. A Igreja considera o ato de comunicar como uma forma de compartilhar o Evangelho e os ensinamentos de Cristo, que são centrais para a fé. Essa perspectiva enfatiza que a comunicação eficaz pode levar ao crescimento e à transformação espiritual, tanto para indivíduos como para a comunidade como um todo. Em síntese, o compromisso da Igreja com uma comunicação eficaz é crucial para a sua missão.<sup>126</sup> Ao comunicar-se bem, a Igreja não apenas compartilha a sua mensagem, mas também promove uma comunhão mais profunda entre os seus membros, contribuindo, em última análise, para a salvação dos indivíduos e da comunidade.

---

<sup>126</sup> Gabriel Insausti, «Alianza fecunda entre evangelio y arte», em *La belleza que salva. Comentarios a la Carta a los artistas de Juan Pablo II*, ed. María Antonia Labrada (Madrid: Ediciones Rialp, 2006), 90.

## Conclusão

Às vezes o ser humano engana-se, porque pensa que ao emitir mensagens já se comunicou. Mas o simples ato de enviar mensagens ou falar não significa automaticamente ter comunicado. A comunicação não é um evento automático de transmissão de dados, gestos e sons. Pelo contrário, exige uma sintonia própria no processo de comunicação. Se o comunicador e o destinatário não tiverem um código comum para codificar e decodificar uma mensagem, a comunicação será difícil. A comunicação também pode ser complicada se os métodos utilizados para transmitir a mensagem não forem conhecidos pelos utilizadores. Estes são alguns exemplos próprios do processo de comunicação. É evidente que este processo é muito extenso, e por sua vez está circunscrito às diversas culturas, e por vezes é subvalorizado, complicando assim as relações entre as pessoas e os povos.

A dificuldade de comunicação acarreta problemas que afetam também o coração da Igreja. É causada por vários fatores, em primeiro lugar, a banalização das mensagens. No geral, a melhoria e difusão que os meios de comunicação alcançaram nos últimos anos – por exemplo, a Internet e os sistemas digitais – não foram acompanhadas pelos conteúdos a transmitir. Além disso, muitas vezes um bombardeio de informações e dados de que as pessoas são alvo diminuiu a sua disponibilidade e capacidade de receção. Daí decorre a constatação de que, do ponto de vista das realidades eclesiais, é cada vez maior a necessidade de adquirir competências nestes instrumentos para poder voltar a propor a mensagem evangélica com toda a sua força.

É fundamental que esta mensagem seja realmente sentida e que quem a comunica a compreenda e adira integralmente a ela. Em certos âmbitos da Igreja os programas de comunicação pastoral reduzem-se ao simples uso dos meios de comunicação. Utilizar mais meios não significa maior comunicação, porque a comunicação é muito mais do que isso.

É importante recordar que hoje possuir um programa pastoral de comunicação, é um apoio essencial para todos. Uma diocese, paróquia ou comunidade sem um programa pastoral de comunicação encontrará grandes dificuldades para realizar o seu plano estrutural de evangelização. Este conhecimento da comunicação só é possível através de estudos específicos: a sua utilidade reside em ser uma estratégia eficaz para descobrir e ajudar os outros a descobrir cada vez mais a presença de Deus, comunicando os dons que d'Ele recebemos, na vivência da nossa vida cristã. Portanto, os programas de comunicação pastoral são um apoio, uma ajuda para aceder à Palavra, à vida e à salvação.

A Igreja Católica enfrenta uma crise na sua comunicação em muitas partes do mundo e esta crise de comunicação deve-se, em grau significativo, a uma teologia da comunicação

deficiente. O Cristianismo é um sistema religioso construído em torno da comunicação, e se a sua teologia da comunicação estiver fora de foco, as coisas podem correr mal.

A nossa linguagem e símbolos dão nomes aos objetos e experiências que nos rodeiam e definem os significados específicos dos objetos numa massa de fenómenos que de outra forma seria informe. A nossa ‘linguagem de fé’ religiosa aponta para o que consideramos significar a presença e a ação de Deus. Os símbolos religiosos revelam a presença de Deus. Uma teologia reúne todos os símbolos da presença e ação de Deus num sistema coerente e explicável de ‘significados de Deus’.

Uma boa teologia permite-nos ver a presença de Deus com muita precisão e entrar em união com a ação de Deus, com maior acuidade humana e social, mas sobretudo com maior capacidade de louvar a Deus. Um santo é a evidência mais tangível de uma boa teologia. Uma boa teologia permite-nos encontrar alegria, esperança, redenção e outros frutos da união com Deus.

O Cristianismo é especialmente uma religião de comunicação. O Cristianismo baseia-se num conceito da divindade como auto-reveladora e auto-comunicante, uma divindade que existe como uma trindade comunicante, com uma comunidade amorosa comunicante, como evidência da presença visível da divindade nas suas ações; não é uma religião cultural, mas uma religião com o mandato de comunicar-se a todas as culturas e de ser aceite livremente com base na sua comunicação - uma religião que procura inculturar-se, através da comunicação em todas as culturas e períodos históricos.

Como religião de comunicação, a dimensão comunicacional de uma cultura torna-se extremamente importante para o Cristianismo. O discurso comunicativo de Jesus, como a parábola, a forma de criação de símbolos, como a crucificação de Jesus, e o modo de comunicação da comunidade apostólica no discernimento discursivo e nas cartas, tornaram-se constitutivos do cristianismo. Em todos os períodos históricos seguintes, como vimos ao longo da nossa exposição, a assunção do modo de comunicação do contexto foi central no desenvolvimento do Cristianismo. Com a introdução da imprensa, a leitura das Escrituras pessoalmente e em pequenos grupos tornou-se central para a experiência cristã de Deus.

Porque o Cristianismo está tão intimamente relacionado com a cultura comunicativa, deve continuamente abandonar símbolos que deixaram de ter um significado sagrado, especialmente quando estes são cooptados por ideologias de poder; deve encontrar novas maneiras de se expressar. O Cristianismo e concretamente a Igreja Católica deve descartar continuamente símbolos antigos que assumiram um significado antitético e descobrir novos símbolos em novos contextos culturais. Uma teologia da comunicação ajuda-nos a discernir

que linguagem e símbolos revelam verdadeiramente a presença e a ação de Deus num contexto cultural específico.

Assistimos à evidência de uma teologia da comunicação inadequada patente no número reduzido de frequência aos atos religiosos porque muitos são realizados rotineiramente e não constituem uma experiência de Deus para as pessoas. As homilias não respondem na sua maioria às preocupações das pessoas e não fornecem uma linguagem para descobrir a presença de Deus. Os próprios símbolos religiosos que se apresentam não se relacionam com a forma como as pessoas da cultura hodierna descobrem e experimentam Deus. As pessoas sentem que podem encontrar Deus em experiências não relacionadas com a Igreja – na Natureza, em grupos de amigos, em novos movimentos de espiritualidade, etc. Não existe uma relação clara entre religião, vida familiar, atividades económicas, políticas ou atividades recreativas. Por outro lado, parece haver pouca motivação para se comunicar com pessoas *extra ecclesia* ou para dar testemunho na esfera pública.

Por outro lado, sublinhamos que a comunicação é sempre mais complicada do que a tecnologia, e por isso a Igreja é a primeira que pode denunciar uma ideologia da comunicação onde por vezes se confunde ou mistura o desempenho das ferramentas com as dificuldades da comunicação humana e social.

Estamos diante de um cenário que não pode esquecer a relação intrínseca existente entre a comunicação e a Igreja, o qual nos remete conseqüentemente para os dois significados da palavra comunicação ligados à sua etimologia e que se referem às duas questões da comunicação da e na Igreja: a de partilha e de comunhão; mas igualmente nos remete para o seu caráter identitário enquanto *ens communicans*. Comunicar visa dialogar com todos sem ter atitudes condenatórias nem afastamento de qualquer par.

A força da comunicação exige uma maior comunhão e escuta das partes. «Se deixarmos de comunicar, deixamos de ser Igreja, porque a Igreja é isso mesmo, é comunicação».<sup>127</sup>

---

<sup>127</sup> João Aguiar, «Se deixarmos de comunicar, deixamos de ser Igreja», acedido a 24 de setembro de 2024, <https://diocese-braga.pt/noticia/2013-05-14-se-deixarmos-de-comunicar-deixamos-de-ser-igreja-4755>.

## Bibliografia

### *Magistério*

Benedictus PP. XVI. «Adhortatio Apostolica Postsynodalis Verbum Domini». *Acta Apostolicae Sedis* 102 (2010): 681-686.

Benedictus PP. XVI. «Deus Caritas Est». *Acta Apostolicae Sedis*, 98 (2006): 217 -252.

Benedictus PP. XVI. «Occasione XLVII Mundialis Diei Communicationis Socialis». *Acta Apostolicae Sedis* 105 (2013): 181-185.

Benedictus PP. XVI. «Recurrente XLIV Internationali Die Communicationum Socialium». *Acta Apostolicae Sedis* 102 (2010): 114-117.

Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais. *A Igreja e a Internet, A Ética na Internet*. Lisboa: Paulinas, 2002.

Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais. *Ética da Publicidade*. Lisboa: Paulinas, 1997.

Dicastério para a Evangelização. *O Vaticano II Hoje, A Palavra de Deus, Redescobrir a Dei Verbum*. Prior Velho: Paulinas, 2024.

Franciscus PP. «Ad XLVIII Diem Mundialem Communicationum Socialium». *Acta Apostolicae Sedis* 106 (2014): 113-116.

Franciscus PP. «Evangelii Gaudium». *Acta Apostolicae Sedis* 105 (2013): 1019-1137.

Franciscus PP. «Messaggio del Santo Padre Francesco al Partecipanti al XVII Simposio Intercristiano», 2024.

<https://www.vatican.va/content/francesco/it/messages/pont-messages/2024/documents/20240717-messaggio-simposio-intercristiano.html>.

Ioannes Paulus PP. II. «Ob diem ad communicationes sociales fovendas.» *Acta Apostolicae Sedis* 84 (1992): 990-993.

Ioannes Paulus PP. II. «Redemptoris Missio». *Acta Apostolicae Sedis* 83 (1991): 249-340.

Ioannes Paulus PP. II. «Lettre du Pape Jean-Paul II aux artistes». *Acta Apostolicae Sedis* 91 (1999): 1155-1172.

Papa Francisco. *A Esperança não engana: Bula da Proclamação do Grande Jubileu Ordinário do Ano 2025*. Prior Velho: Paulinas Editora, 2024.

Papa Francisco. «Mensagem para o Dia Mundial da Paz 2024». *Santa Sé*, 2024. <https://www.vatican.va/content/francesco/pt/messages/peace/documents/20231208-messaggio-57giornatamondiale-pace2024.html>.

Paulus PP. VI. «Evangelii Nuntiandi». *Acta Apostolicae Sedis*, 68 (1976): 5-76.

Pontificium Consilium Communicationum Socialium. «Aetatis Novae». *Acta Apostolicae Sedis* 84 (1992): 447-468.

Pontificium Consilium Instrumentis Communications Socialis Praepositum. «Instructio Pastoralis - Communio et Progressio». *Acta Apostolicae Sedis* 63 (1971): 593-656.

Sacrosanctum Concilium Oecumenicum Vaticanum II. «Dei Verbum». *Acta Apostolicae Sedis* 58 (1966): 817-830.

Sacrosanctum Concilium Oecumenicum Vaticanum II. «Gaudium e Spes». *Acta Apostolicae Sedis* 58 (1966): 1025-1115.

Sacrosanctum Concilium Oecumenicum Vaticanum II. «Inter mirifica». *Acta Apostolicae Sedis* 54 (1964): 145-153.

Sacrosanctum Concilium Oecumenicum Vaticanum II. «Sacrosanctum Concilium». *Acta Apostolicae Sedis* 56 (1964): 97-134.

### *Publicações Periódicas*

Barragán, Javier Emiliano. «La técnica comunicacional de Jesús: ejemplo a seguir para la Iglesia de hoy». *Dios y el hombre* 4, n.º 1 (2020): 1–7.

Espluges, Vicente. «El desafío de la revolución digital a la Iglesia». *SINITE - Revista de Pedagogia Religiosa* 189 (2022): 117–35.

Joudrier, Aurélien. «Les cloches au monastère, origine et usage en Occident». *Actes du 129ème Congrès Nationaux des Sociétés historiques et Scientifiques* (2023): 151–62.

Maboloc, Christopher Ryan Baquero. «The Church of the Poor in our Times». *Pamisulu: Journal of Theology and Philosophy* 6, n.º 1 (2018): 1–16.

Martins, Nuno Brás da Silva. «O estatuto teológico de uma Teologia da Comunicação». *Didaskalia* 33, n.º 1 e 2 (2003): 349–64.

Marto, António Santos. «Progresso Humano e Reino de Deus». *Humanística e Teologia* Tomo IV, n.º 1 (1982): 5–58.

Medeiros, Fernanda Faria, Alzirinha Rocha De Souza, Aline Amaro Da Silva, Moisés Sbardelotto, e Vinicius Borges Gomes. «Influenciadores digitais da fé: celebridades ou evangelizadores?» *RuMoRes* 16, n.º 31 (2022): 230–52.

Mercedes Cancelo Sanmartín, María Antonieta Rebeil Corella, e María Auxiliadora Campos Gabino. «La comunicación institucional de la Iglesia Católica a través de las redes sociales». *Revista Internacional de Relaciones Públicas* 5, n.º 9 (2015): 111–30.

Monteiro, Carla. «A didática da competência comunicativa oral. Pensar, falar e participar em situações de interação oral». *Anais do Congresso Nacional de Educação*, n.º 15 (2021): 1048–57.

Moraes, Abimar Oliveira de, e Andreia Durval Gripp Souza. «O Decreto Inter mirifica e sua importância na evolução da relação entre Igreja e comunicação». *Atualidade Teológica* 27, n.º 72 (dezembro de 2023): 299–311.

Munera, Alberto. «Comunicación en la Iglesia». *Theologica Xaveriana*, n.º 74 (fevereiro de 1985): 85–103.

Pasqualetti, Fabio, e Juan Picca. «Comunicazione e Parola di Dio. Dalla vita all’ascolto della Parola per ritornare alla vita». *Quaderni di Spiritualità Salesiana*, 6 (2007): 88–107.

Prochet, Teresa Cristina, e Maria Júlia Paes da Silva. «Competência Comunicacional: o que é isso?» *Revista Técnico Científica de Enfermagem* 6, n.º 25 (2010): 118–24.

Rodrigues, Luís M. Figueiredo «Retórica em ambientes digitais». *Rétor* 13, n.º 1 (agosto de 2023). <https://doi.org/10.61146/retor.v13.n1.190>.

Shen, Mi. «The Church and Communication». *Hong Kong Journal of Catholic Studies* 14 (2023): 159–68.

### *Monografias*

Artieri, Giovanni Boccia, Fausto Colombo, e Guido Gili. *Comunicare Persone, relazioni, media*. Roma: Editori Laterza, 2022.

Balthasar, Hans Urs von. *Ensayos Teológicos. Verbum Caro*. Madrid: Ediciones Cristiandad, 1974.

Balthasar, Hans Urs Von. *The Glory of the Lord, A Theological Aesthetics, I: Seeing the form*. Edinburgh: Ignatius-Crossroad, 1982.

Bastante, Jesús. *Dímelo en cristiano la Comunicación en la Iglesia*. Madrid: Ediciones Khaf, 2015.

Bauman, Zygmunt. *Dentro la globalizzazione, le conseguenze sulle persone*. Roma-Bari: Editori Laterza, 2008.

Burggraf, Jutta. *Teologia Fundamental*. Lisboa: Edições Diel, 2025.

Castro, Nuno Jorge Monteiro de. «Comunicação social e evangelização: leitura das mensagens do Papa João Paulo II e do Papa Bento XVI para o Dia Mundial das Comunicações Sociais». Mestrado Integrado em Teologia, Universidade Católica Portuguesa, 2012. <http://hdl.handle.net/10400.14/13683>.

Conferência Nacional dos Bispos do Brasil. *Diretório de comunicação da Igreja no Brasil*. Brasília: Edições CNBB, 2023.

Coreth, Emerich. *O que é o Homem? Elementos para uma Antropologia Filosófica*. Lisboa: Editorial Verbo, 1988.

Dale, Romeu. *Igreja e Comunicação*. São Paulo: Edições Paulinas, 1973.

Dall'Asta, Andrea. *Dio storia dell'uomo: Dalla parola all'immagine*. Padova: Edizioni Messaggero Padova, 2013.

Derrida, Jacques. *Politiche dell'amicizia*. Milano: Raffaello Cortina Editore, 1995.

Dostoiévski, Fiódor. *O Idiota*. Lisboa: Editorial Presença, 2021.

Elias, Norbert. *Teoria dei simboli*. Bologna: Edizioni del Mulino, 1998.

Esteves, José Fernando Caldas, e José Manuel Garcia Cordeiro. *Liturgia da Igreja*. Lisboa: Universidade Católica Editora, 2008.

Fisichella, Rino. «A Revelação como Palavra de Deus». Em *O Vaticano II hoje, a Palavra de Deus, Redescobrir a Dei Verbum*, Dicastério para a Evangelização. Prior Velho: Paulinas Editora, 2024.

Fiske, John. *Introdução ao estudo da Comunicação*. Rio Tinto: Edições Asa, 2001.

Goffman, Erving. *Forme del parlare*. Bologna: Edizioni del Mulino, 1987.

Guimarães, Pedro. *A Comunicação da Igreja é um Encontro - A redescoberta da comunidade cristã como lugar de encontro na sociedade da informação*. Apelação: Paulus, 2021.

Gusdorf, Georges. *A Palavra, função, comunicação, expressão*. Lisboa: Edições 70, 2010.

Han, Byung-Chul. *A Salvação do Belo*. Lisboa: Relógio D'Água, 2016.

Imperio, Atilio. *Jesús como comunicador social*. Salvador: Universidad del Salvador, 2012.

Insausti, Gabriel. «Alianza fecunda entre evangelio y arte». Em *La belleza que salva. Comentarios a la Carta a los artistas de Juan Pablo II*, editado por María Antonia Labrada. Madrid: Ediciones Rialp, 2006.

Izquierdo, César. *Teología Fundamental*. Pamplona: EUNSA, 2015.

Latourelle, René. *Teología de la Revelación*. Salamanca: Ediciones Sígueme, 2016.

Le Breton, David. *Des visages. Essai d'anthropologie*. Paris: Métailié, 2003.

Leccardi, Carmen. *Sociologia del tempo*. Roma-Bari: Laterza, 2009.

Mannucci, Valerio. *Bíblia. Palavra de Deus*. São Paulo: Edições Paulinas, 1986.

Marguerat, Daniel, André Wénin, e Bernadette Escaffre. *Cuaderno Bíblico 127: En torno a los relatos bíblicos*. Estella: Editorial Verbo Divino, 2005.

Martini, Carlo Maria. *Que Beleza Salvará o Mundo?* Lisboa: Paulinas, 1999.

Martins, Nuno Brás da Silva. *Cristo o Comunicador Perfeito*. Lisboa: Edições Didaskalia, 2000.

McLuhan, Marshall. *A Galáxia de Gutenberg*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.

McQuail, Denis, e Sven Windahl. *Modelos de Comunicação para o estudo da comunicação de massas*. Notícias Editorial. Lisboa, 2003.

Monasterio, Rafael, e Antonio Carmona. *Evangelios sinópticos y Hechos de los Apostoles*. Estella: Editorial Verbo Divino, 2000.

Mondin, Battista. *O Homem, quem é ele?* São Paulo: Paulus Editora, 2008.

Montes, Adolfo González. «Teología de la Revelación». Em *Teología Fundamental Temas y propuestas para el nuevo milenio*, editado por César Izquierdo. Bilbao: Desclée de Brouwer, 1999.

Neto, Miguel. *Igreja e Encontro na Estrada Digital - Perspetivas teológicas a partir do estudo de Manuel Castells*. Cascais: Lucerna, 2017.

Núñez, Martín Carbajo. *Ser Franciscano na Era Digital*. Braga: Editorial Franciscana, 2021.

Otto, Rudolf. *O Sagrado*. Coimbra: Edições 70, 2024.

Panikkar, Raimon. *Paz e interculturalidad. Una reflexión filosófica*. Barcelona: Herder Editorial, 2006.

Pié-Ninot, Salvador. *La Teología Fundamental*. Salamanca: Secretariado Trinitário, 2017.

Pié-Ninot, Salvador. *Teología Fundamental*. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos, 2016.

Rahner, Karl. *Curso fundamental da fé – Introdução ao conceito de cristianismo* (S. Paulo: Paulus Brasil, 2019), 366-67. São Paulo: Paulus Brasil, 2019.

Renaud, Michel. «O olhar metafísico de Teilhard de Chardin». Em *Teilhard de Chardin, evolução e esperança, antropologia e filosofia – Colóquio no 50º aniversário da morte de Teilhard de Chardin*, editado por Cassiano Reimão, 55–65. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 2005.

Ricoeur, Paul. *O conflito das interpretações*. Porto: Rés, 1989.

Rodrigues, Miguel. *Reconstruir o rumor de Deus - Para uma teologia estética da revelação*. Fátima: Secretariado Nacional de Liturgia, 2022.

Rojo, Tirso Vaquero. *La Palabra que salva. Anunciar el Misterio Pascual*. Barcelona: Centre de Pastoral Litúrgica, 2022.

Santo Agostinho. *De Doctrina Christiana*, Vol. 2, 1, 1. CCL 32. Turnhout: Brepols Publishers, 1962.

Santo Agostinho. *La ciudad de Dios*. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos, 1958.

Sbardelotto, Moisés. «E o Verbo se fez bit? Uma análise de sites católicos brasileiros como ambiente para a experiência religiosa». Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2011.

Silva, Aline Amaro Da. «Igreja e Cultura Digital: A nova evangelização dos nativos virtuais». Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - Faculdade de Comunicação Social, 2011.

Silva, Emanuel Matos. *Solidão, Silêncio e Presença em S. Bruno*. Coimbra: Gráfica de Coimbra, 2000.

Silvestre, José. «Ação e Sentido em Teilhard de Chardin». Em *Teilhard de Chardin, evolução e esperança, antropologia e filosofia – Colóquio no 50º aniversário da morte de Teilhard de Chardin*, editado por Cassiano Reimão, 105–35. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 2005.

Smedt, Marc de. *Elogio del Silenzio*. Milano: Paoline Editoriale Libri, 1996.

Ventura, Andrea, ed. *Pensiero Umano e Intelligenza Artificiale, Rischi, opportunità e trasformazioni sociali*. Roma: L'Asino d'oro edizioni, 2023.

Wolton, Dominique. *É preciso salvar a comunicação*. São Paulo: Paulus, 2006.

Wolton, Dominique. *Pensar a Comunicação*. Algés: Editorial Difel, 1999.

Zanon, Darlei. *Comunicar o Evangelho*. São Paulo: Paulus Editora, 2021.

Zanon, Darlei. «O impacto da sociedade em rede sobre a Igreja Católica, a partir de Manuel Castells». ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, 2011.

### *Internet*

Aguiar, João. Se deixarmos de comunicar, deixamos de ser Igreja. Arquidiocese de Braga. Acedido 24 de setembro de 2024. <https://diocese-braga.pt/noticia/2013-05-14-se-deixarmos-de-comunicar-deixamos-de-ser-igreja-4755>.

Alvarenga, Ricardo Costa. «Igreja Católica e os Meios de Comunicação Social: apontamentos sobre as fases da Relação Igreja-Comunicação a partir de Documentos Pontifícios», 2020. <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-2222-1.pdf>.

Bissoli, Cesare. «Cristo comunicatore». Acedido 16 de setembro de 2024. <https://www.lacomunicazione.it/voce/cristo-comunicatore/>.

Browne, Ryan. «Elon Musk slaps down talk of A.I. ‘gods’: Some people ‘should absolutely not’ make superintelligence». Acedido 21 de setembro de 2024. <https://www.cnn.com/2017/10/24/elon-musk-slaps-down-talk-of-ai-gods.html>.

Correia, Mário. «Toques de Sinos na Terra de Miranda». Acedido 23 de setembro de 2024. <https://www.apagina.pt/?aba=7&cat=560&doc=14560&mid=2>.

Grosfils, Madeleine. «L’histoire du livre avant l’invention de l’imprimerie (deuxième partie)». Acedido 23 de setembro de 2024. <https://temoignageetpatrimoine.wordpress.com/2024/01/03/lhistoire-du-livre-avant-linvention-de-limprimerie-deuxieme-partie/>.

Kurlberg, Jonas. «The ‘Authenticity’ of Online Community». Acedido 16 de agosto de 2024. <https://lausanne.org/about/blog/church-in-a-digital-age>.

Mendonça, Tolentino. «Cardeal Tolentino a influenciadores: anunciem Cristo aos “próximos digitais”». Acedido 16 de agosto de 2024. <https://www.vaticannews.va/pt/vaticano/news/2023-08/jmj-lisboa-encontro-influencers-catolicos-universidade-portugal.html>.

Mensajes de los obispos. «La necesidad de una comunidad de personas». Acedido 21 de setembro de 2024. <https://comunicaciones.conferenciaepiscopal.es/la-necesidad-de-una-comunidad-de-personas/>:

Padilla, Carlos. «Jesús el maestro de la comunicación». Acedido 23 de setembro de 2024. <https://www.jesucristo.net/jesus-el-maestro-de-la-comunicacion>.

Paz, Santiago Cid. «Los tres estilos de comunicación y sus efectos». Acedido 23 de setembro de 2024. <https://santiagocidpsicologia.com/blog/psicologia/estilos-de-comunicacion>.

Pérez sj, Gabriel Jaime. «Babel y Pentecostés: de la confusión a la comunicación». Acedido 18 de junho de 2024. <https://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/babel-y-pentecostes-de-la-confusion-a-la-comunicacion-AJ1975893>.

Ramírez, María Verónica Figueroa. «Comunicación, comunidad, comunión: eslabones de una misma cadena». Acedido 23 de setembro de 2024.

<https://sites.google.com/site/congresomaulino/ponencias/comunicaci%C3%B3n-comunidad-comuni%C3%B3n-eslabones-de-una-misma-cadena>.

Ribeiro, Hilda. «O papel do líder de comunicação na Igreja». Acedido 19 de junho de 2024. <https://blog.enuves.com/2023/03/06/desvendando-o-papel-do-lider-de-comunicacao-na-igreja/>.

We Are Social. «Digital 2024: 5 Billion Social Media Users». Acedido 16 de agosto de 2024. <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>.