



Ciberespaço e Religião: a Inserção da Igreja Católica nas Redes Sociais¹

Kaylle de Souza Vieira²

Maíra Fernandes Martins Nunes³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

Resumo

O presente trabalho se caracteriza como uma revisão bibliográfica sobre a inserção da Igreja Católica nas redes sociais. Para produção do artigo, buscou-se contextualizar a participação católica no ciberespaço como também destacar apelos do Vaticano para evangelização na web. Em seguida, foram traçados, historicamente, os pontos principais da relação entre a Igreja e a Comunicação, assim como as novas dimensões da comunicação no ciberespaço, as tentativas e os desafios da Igreja em se inserir neste novo mundo.

Palavras-chave: Cibercultura; comunicação; religião; redes sociais; igreja católica.

Introdução

A revisão de literatura por ora proposta está relacionada ao tema comunicação e religião. Trata-se de um tema que tem chamado atenção de pesquisadores e teóricos e, com o recorte do ciberespaço, tem se mostrado bastante relevante e instigante, já que o uso das novas tecnologias de comunicação tem provocado transformações na forma que os indivíduos, instituições e empresas se relacionam e se comunicam em todo o mundo.

Estudos e pesquisas na área de comunicação com o foco no ciberespaço, nas redes sociais digitais na web 2.0 são extensos. Pierre Lévy, André Lemos, John Thompson, Henry Jenkins, David Weinberger, Raquel Recuero e André Telles apresentam vasto e importante conteúdo.

No Brasil, o diálogo recente entre Comunicação e Religião no ciberespaço tem como percussores José Marques de Melo, Joana T. Puntel, Brenda Carranza, Alberto Klein, Karla Patriota, entre outros pesquisadores. Para compreender o processo de apropriação do espaço virtual pela Igreja Católica, usaremos pesquisas e bibliografias de alguns destes estudiosos.

¹ Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013

² Aluna especial do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPB, email: kaylleveira@yahoo.com.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação da UFCG, email: maira.nunes@yahoo.com.br



Como proposta de estudo, este trabalho espera identificar como ocorreu o processo de intensa migração e inserção da Igreja Católica e seus representantes nas redes sociais, identificando se as formas de relacionamentos no ciberespaço estão coerentes ao que exige as novas tecnologias de comunicação.

Cenário atual

A presença religiosa, especialmente católica, é identificada em muitos outros espaços na web. Alguns exemplos são os do padre Fábio de Melo (mais de 480 mil seguidores no Twitter e cerca de 540 mil fãs no Facebook – dados de dezembro de 2012), da comunidade Canção Nova (140 mil seguidores no Twitter e 663 mil fãs no Facebook – dados de dezembro de 2012), e padre Reginaldo Manzotti (113 mil seguidores Twitter e 439 mil fãs no Facebook).

Nas experiências citadas, os perfis dos religiosos são voltados para evangelização e a transmissão da palavra cristã. No caso do padre Fábio de Melo, algumas publicações no Twitter revelam reflexões pessoais e compartilhamento do seu dia-a-dia. Nos exemplos mencionados, fica claro o processo de interação dos evangelizadores com os seus fãs e seguidores.

Contrariando uma postura de distanciamento que sempre ostentou, o Vaticano também está construindo um estreito laço com o ciberespaço. Em comunicado para a Igreja Católica no Dia Mundial da Comunicação, em 2010, o então Papa Bento XVI (2010) deixou clara a importância dos padres estarem conectados às novas tecnologias de comunicação para abrir o diálogo, evangelizar e catequizar os fiéis e declarou: “Por Deus, tenham um blog!”⁴

Aos presbíteros é pedida a capacidade de estarem presentes no mundo digital em constante fidelidade à mensagem evangélica, para desempenharem o próprio papel de animadores de comunidades, que hoje se exprimem cada vez mais frequentemente através das muitas «vozes» que surgem do mundo digital, e anunciar o Evangelho recorrendo não só aos media tradicionais, mas também ao contributo da nova geração de audiovisuais (fotografia, vídeo, animações, blogues, páginas internet) que representam ocasiões inéditas de diálogo e meios úteis inclusive para a evangelização e a catequese. (BENTO XVI, 2010)

⁴ Apelo feito pelo Papa Bento XVI aos padres católicos durante o Dia Mundial da Comunicação, em 2010. Disponível em <http://br.reuters.com/article/internetNews/idBRSPE60M04720100123>



O apelo da maior autoridade católica do mundo revela o reconhecimento da religião para os potenciais da comunicação online e nos provoca o questionamento “Por que a Igreja Católica estimula a evangelização através das redes sociais?”

É notória e evidente a inserção do catolicismo no ciberespaço e nas redes sociais, fato que tem sido estimulado pelo próprio Vaticano nos últimos anos. Tanto o papa João Paulo II quanto o papa Bento XVI declararam o potencial da internet para proclamar a mensagem cristã e evangelizar, principalmente aos mais jovens.

Para a Igreja, o novo mundo do espaço cibernético é uma exortação à grande aventura do uso do seu potencial para proclamar a mensagem evangélica. Este desafio está no centro do que significa, no início do milênio, seguir o mandato do Senhor, de «fazer-se ao largo»: *Duc in altum!* (João Paulo II, 2002)

Recentemente, em 12 de dezembro de 2012, o Papa Bento XVI iniciou o diálogo com os fiéis através do Twitter com um perfil próprio. Em seis dias, a conta conquistou 1,2 milhão de seguidores, um número altamente expressivo para a plataforma. De acordo com comunicado à imprensa, escrito pela assessoria de imprensa da Santa Sé no início de dezembro de 2012, seus tuítes serão enviados como as perguntas - feitas pelo público em um dos sete idiomas - e respostas elaboradas por ele.

Entendo esta presença como uma presença normal: hoje é claro que a comunicação não coincide com a simples transmissão de uma mensagem, mas com a partilha desta em redes sociais. (Conselho das Comunicações Sociais do Vaticano, 2012)

Em abril de 2011, o Vaticano anunciou⁵ a transmissão da cerimônia de beatificação de João Paulo II através das redes sociais Twitter e Facebook, bem como num canal especial do YouTube dedicado ao Papa João Paulo II, que ocorreu no dia 1º de maio de 2011. O acontecimento inédito mostrou como mesmo as religiões ditas tradicionais estão acompanhando, reconhecendo e buscando estratégias nas mídias sociais para se aproximarem dos seus féis, seguidores ou mesmo simpatizantes. Atualmente, o Vaticano tem um canal do Youtube, o site oficial do papa Bento XVI, Twitter e fanpage no Facebook.

Na mensagem para o 45º Dia Mundial das Comunicações Sociais, em junho de 2011, Bento XVI declarou:

Segue-se daqui que existe um estilo cristão de presença também no mundo digital: traduz-se numa forma de comunicação honesta e aberta, responsável e respeitadora do outro. Comunicar o Evangelho através

⁵ Disponível em <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2011/04/vaticano-cria-sentinelas-digitais-para-beatificacao-de-joao-paulo-ii.html>



das novas mídias significa não só inserir conteúdos declaradamente religiosos nas plataformas dos diversos meios, mas também testemunhar com coerência, no próprio perfil digital e no modo de comunicar, escolhas, preferências, juízos que sejam profundamente coerentes com o Evangelho, mesmo quando não se fala explicitamente dele. (Bento XVI, 2011)

Estes fatos revelam a abertura da Igreja Católica para uma nova forma diálogo e evangelização e mostram que a instituição não está inerte às importantes mudanças que surgem na comunicação e nas relações humanas no ciberespaço.

Catolicismo e comunicação

Compreender a inserção da Igreja Católica nas redes sociais exige revisar o relacionamento entre a religião e a comunicação. MELO (2005) afirma que a trajetória do relacionamento entre Igreja e Comunicação pode ser dividida em quatro fases: 1. a abertura da Igreja, através de documentos oficiais, para o processo de comunicação; 2. em seguida a aceitação desconfiança dos meios de comunicação; 3. a necessidade da formação em comunicação do clero; e, por fim, 4. o processo de evangelização através dos novos dispositivos de comunicação. Este último ponto é no qual a pesquisa será focada.

De acordo com o Melo (2005), na primeira fase, a Igreja Católica apresentou uma conduta orientada para o exercício da censura e da repressão durante um período extenso e intenso projetado através da inquisição. Nesta fase, ela é a intermediária da produção do saber (não somente teológico) e a difusão na sociedade.

A segunda fase apresenta mudanças profundas, caracterizadas pela aceitação desconfiada dos novos meios de comunicação. MELO (2005) cita o controle sobre a imprensa, a vigilância sobre o cinema e o rádio na época. Neste momento, as transformações sociais já exigiam que a Igreja a compreendesse e utilizasse os meios de comunicação.

Na terceira fase, a aceleração das transformações sociais e tecnológicas provocou uma brusca mudança na orientação da Igreja, que passa a utilizar os meios para evangelizar. Para Melo (2005), a nova postura da igreja representou deslumbramento ingênuo. A quarta fase, segundo Melo (2005), revela um reencontro do povo pela Igreja, principalmente na América Latina, além da redescoberta da comunicação num sentido amplo. A Igreja passa a adotar uma postura crítica e repensar a comunicação.



Estas quatro fases representam a caminhada da Igreja no seu relacionamento com a sociedade, na sua interação com o povo de Deus, na sua familiarização com as novas tecnologias, mas, sobretudo, na sua profunda transformação pessoal. (MARQUES, 2005, p. 26)

Para Gomes (2002), atualmente, a Igreja volta-se mais uma vez à fase do deslumbramento em relação aos meios de Comunicação, como espaço para difusão do evangelho e transmissão dos atos litúrgicos. Ele assinala algumas mudanças que surgem a partir desta postura da Igreja:

A consequência mais imediata é o deslocamento do espaço tradicional, acanhado e restrito dos templos, para um campo aberto e multidimensional. Mais ainda, a lógica do templo, direta e dialogal, é substituída pela lógica da mídia moderna, que se dirige a um público disperso, anônimo e heterogêneo. Desse modo, as táticas dos pregadores, sua oratória e performance deixam-se impregnar pelas leis da comunicação de massa, principalmente, do rádio e da televisão”. (GOMES, 2002, p. 335-350)

Para o referido autor, este deslocamento pode ser explicado pelo “desencanto moderno com as formas tradicionais das Igrejas Históricas”. Com a perda de espaço dos cultos e ações das igrejas, são criadas novas formas de chegar ao homem: “Se as pessoas não vêm ao templo, o templo vai até elas”. Gomes (2002) ressalta que este novo posicionamento exige que se façam concessões aos padrões de comportamento ditados pelos meios de comunicação, tanto em relação à lógica de produção de mensagens, quanto ao consumo de bens culturais religiosos.

Uma nova Igreja é criada, universal e virtual. Os templos são os próprios lares; os púlpitos são os aparelhos de televisão; o sinal da pertença ao grupo se expressa no consumo. Somente é fiel dessa Igreja aquele que possui capacidade de consumir alguns dos produtos por ela vendidos. Repete-se, no campo religioso o que Canclini aponta para o campo social e político: consumidores e cidadãos. Aqui, consumidores e fiéis. (GOMES, 2002, p. 335-350)

A dimensão da cibercultura

O uso dos espaços midiáticos pelo campo religioso como instância de realização e atualização da questão da fé, como apontou Gomes, atualmente está sendo estreitado no ciberespaço, em particular, nas redes sociais. Para entender a apropriação e inserção da Igreja Católica neste contexto, é preciso compreender também a dimensão da cibercultura. De acordo com Lemos (2010), a cibercultura é uma nova relação entre a



técnica e vida social que associa a cultura contemporânea e as tecnologias digitais (ciberespaço, simulação, tempo real, processo de virtualização e etc).

A cibercultura vai se caracterizar pela formação de uma sociedade estruturada através de uma conectividade telemática generalizada, ampliando o potencial comunicativo, proporcionando a troca de informação sob as mais diversas formas, fomentando agregações sociais. O ciberespaço cria um mundo operante, interligado por ícones, portais, sítios e home pages, permitindo colocar o poder de emissão nas mãos de uma cultura jovem, tribal, gregária, que vai produzir informação, agregar ruídos e colagens, jogar o excesso ao sistema. (LEMOS, 2010, p. 87)

Lemos e Lévy (2010) destacam que a Cibercultura tem como primeiro princípio a liberação da palavra, que provoca consequências para constituição da opinião e da esfera pública, além de ampliar a esfera da conversação mundial através de redes sociais, blogs, wikis, podcasting, entre outros. Neste cenário, qualquer pessoa, e não apenas as empresas de comunicação, são capazes de produzir, consumir e distribuir informação.

Com a liberação da palavra, surge o princípio da conexão e da conversão mundial. Como resultado do primeiro e deste último, Lemos aponta o terceiro princípio: o da reconfiguração social, cultural e política. “A nova potência da emissão, da conexão e da reconfiguração está fazendo com que possamos pensar de maneira mais colaborativa, plural e aberta” (LEMOS; LÉVY, 2010, p. 27).

Dentro deste cenário, surge a Web 2.0⁶. Apesar das várias definições, em resumo, está associado a aplicações WEB que estimulem compartilhamento de informações de maneira interativa, comunicação transparente, foco no usuário e colaboração. Na Web 2.0, há interação com outros usuários e alteração de conteúdo, diferente do que acontecia na Web 1.0, que oferecia – e ainda oferece - conteúdo estático, em que o usuário apenas lê a informação. Podemos apontar uma série de experiências na Web 2.0, como as redes sociais, comunidades, wikis, blogs, sites que compartilham vídeos e fotos, além de tantos outros, com foco em colaboração e interatividade.

As redes sociais na internet são as plataformas para se estabelecer a comunicação através desse novo modelo participativo e colaborativo. Recuero (2009)

⁶ O termo Web 2.0 surgiu em 2004 pelas empresas produtoras de eventos O'Reilly Media e a MediaLive International em uma conferência de ideias.



explica que estes sistemas promovem a interação social quando conectam pessoas e contribuem para comunicação, estabelecendo, portanto, laços sociais.

Rede social é um grupo de pessoas, compreendido através de uma metáfora de estrutura, a estrutura em rede. Os nós da rede representam cada indivíduo e suas conexões, os laços sociais que compõem os grupos. Os laços são ampliados, complexificados e modificados a cada nova pessoa que conhecemos e interagimos” (RECUERO, 2009, p.29)

Igreja Católica e Ciberespaço

Puntel (2010) destaca que a Igreja Católica tem se esforçado para adentrar o universo complexo da internet, estabelecendo propostas práticas e orientando à comunidade eclesial a utilizar o espaço virtual. A pesquisadora destaca dois importantes documentos - Igreja e internet e *Ética na internet*⁷ - que apresentam as preocupações da Igreja com o ser humano inserido neste contexto do ciberespaço, como também oferece recomendações sobre o uso da web.

Decidida a entrar no Novo Milênio buscando desenvolver um diálogo com a nova cultura midiática que vive a sociedade contemporânea, a Igreja avança empreendendo novos caminhos para a evangelização, traçando diretrizes renovadas que orientam suas pastorais eclesiais. Iniciando pela escuta aos “sinais dos tempos”, pela valorização da continuidade da obra da criação através das invenções da inteligência humana e atenta à mudança de paradigmas, especialmente no que concerne o caráter relacional das novas tecnologias e do ser humano. (PUNTEL, 2010, p. 58).

Pesquisadora também da temática, Carranza (2011), ao analisar o documento *Internet: um novo foro para proclamação do Evangelho*⁸, observa que a Igreja solicita aos fiéis leigos a usarem a internet de maneira pedagógica e catequética, porém pede também a participação no mundo real da comunidade cristã. Segundo Carranza (2011), o documento expressa ainda os dilemas institucionais da Igreja Católica ao utilizar a mídia como instrumento de ação pastoral que emerge no ciberespaço.

Mas a Igreja “precisa” modernizar-se, fazer uso de recursos tecnológicos para evangelizar, e para isso ela terá que negociar com a cultura midiática. Com isso, a Igreja apela para argumentos plausíveis que a justifiquem perante esses dilemas interpostos, desenvolvendo alguns mecanismos que a coloquem acima, epistemologicamente falando, do meio que utiliza para difundir sua mensagem, o que lhe

⁷ Os documentos foram publicados em 2002, pelo Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais, durante a celebração anual do Dia Mundial das Comunicações.

⁸ Documento publicado em 2002, pelo Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais, durante a celebração anual do Dia Mundial das Comunicações.



permite exercer sua vocação de *Mater Magistra*. (CARRANZA, 2011, p. 238).

A pesquisadora também questiona a separação que o documento explicita entre a cultura virtual e o meio internet, quando o comunicado pede *instrução e catequese permanente numa cultura desprovida de fundamentos*⁹. “Como evangelizar por meio do ciberespaço sem se deixar ‘afetar’, ao mesmo tempo, pela cultura que o gera?” (CARRANZA; 2011, p. 239).

Para Carranza, a visão funcionalista e conservadora da Igreja quanto ao uso e apropriação do ciberespaço revela certa utopia em relação à internet, quando se focaliza o meio sem a cultura. A pesquisadora afirma que ao reconhecer o ciberespaço como um espaço neutro, desprovido de capacidade de intervir na alteração de percepção e sensibilidade de seus usuários, a Igreja proclama a bondade do uso da internet e dos meios de comunicação de massa.

“A partir do ‘batismo’ de seus conteúdos, está sacralizando o meio, através de verdade ostensivamente unívocas que isenta o veículo de sua cultura, de seus valores e potencialidades. Com isso assevera com a prática o que nega com o seu discurso, educa os fiéis nas novas sensibilidade incentivando-os manterem-se ‘plugados’ à Igreja, mas os exorta a serem fiéis à tradição, à autoridade” (CARRANZA; 2011, p. 240).

Considerações finais

Adequando-se a este novo modelo de comunicação, inserida dentro da cibercultura - liberação do polo de emissão; princípio de conexão em rede – conectividade; e reconfiguração de formatos midiáticos e práticas sociais (LEMOS; LÉVY, 2010, p. 25 e 26) – a Igreja Católica assume um novo desafio, que é comunicar a partir e entre os mundos sociais, seguindo um modelo de participação, colaboração, intercâmbio e diálogo, como percebemos no processo da internet e especificamente das redes sociais. (PUNTEL, 2011)

Embora, a princípio, percebamos que o grande esforço para acompanhar o processo de desenvolvimento da comunicação e se inserir neste novo mundo esteja relacionado à preocupação da Igreja Católica em formar seus sacerdotes e orientar seus fiéis para o uso do ciberespaço, podemos afirmar que a instituição o reconhece o

⁹ Carranza supõe que a cultura desprovida de fundamentos seja a cultura de consumo, que para ela alicerça a cultura midiática, sendo esta última a que produz a internet.



potencial das redes sociais como instrumento de propagação, compartilhamento de informações e para divulgar a conduta cristã.

Para estar próximo e manter um bom relacionamento na internet com o público-alvo (os fiéis e simpatizantes), a Igreja Católica e seus membros precisam atuar de maneira mais participativa (interação), ouvindo seus usuários, divulgando conteúdos relevantes (compartilhamento) e gerando relacionamento (engajamento), que são as bases de sustentação da comunicação nas redes sociais.

Nos últimos dois anos, muitos avanços foram identificados na postura da Igreja em relação aos meios de comunicação no ciberespaço. E, acompanhando as mudanças que continuam a surgir, novos desafios se apresentam, principalmente no que diz respeito à WEB 2.0, que envolvem o processo de participação e colaboração.

Referências Bibliográficas

BENTO XVI, Papa. **O Sacerdote e a Pastoral no Mundo Digital: os Novos Media ao Serviço da Palavra**. Mensagem para o 44º Dia Mundial das Comunicações Sociais, Cidade do Vaticano, Mai. 2010. Disponível em: http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20100124_44th-world-communications-day_po.html. Acessado em 10 Jan. 2012.

_____. **Verdade, Anúncio e Autenticidade de Vida na Era Digital**. Mensagem para o 45º Dia Mundial das Comunicações Sociais, Cidade do Vaticano, Jun. 2011. Disponível em: http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20110124_45th-world-ommunications-day_po.html. Acessado em 10 Dez. 2012.

CARRANZA, Brenda. **Catolicismo Midiático**. São Paulo: Ideias & Letras, 2011.

GOMES, Pedro Gilberto. **Decifra-me ou te devoro... sobre a evangelização e a mídia do ponto de vista da comunicação**. Perspectiva Teológica. Ano XXXIV, No 94. set/dez, Belo Horizonte, MG, 2002. p. 335-350

JOÃO PAULO II, Papa. **Internet: um novo foro para a proclamação do Evangelho**. Mensagem do Santo Padre para a Celebração do 36º Dia Mundial das Comunicações Sociais: Pontificium Consilium de Communicationibus Socialibus, Vaticano, 12 de maio de 2002

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O Futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia**. São Paulo: Paulus, 2010.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2010.



MELO, José Marque de. **Comunicação eclesial: utopia e realidade**. São Paulo: Paulinas, 2005.

PULELA, Philip. Por Deus, tenham um blog!. diz papa aos padres. **Reuters**, Nova Iorque, 12 jan. 2010. Disponível em <http://br.reuters.com/article/internetNews/idBRSPE60M04720100123>. Acesso em: 02 dez. 2012.

PUNTEL, Joana T. **Comunicação: diálogos dos saberes na cultura midiática**. São Paulo: Paulinas, 2010.

_____. **Cultura midiática e Igreja: uma nova ambivalência**. São Paulo: Paulinas, 2005.

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

PAPA no Twitter. **NEWS.VA**, Cidade do Vaticano, 11 nov. 2012. Disponível em: <http://www.news.va/pt/news/papa-no-twitter-incentiva-catolicos-a-estarem-pres> Acesso em: 16 dez. 2012.

SENTINELAS digitais. **G1**, Rio de Janeiro, 30 abr. 2011. Disponível em <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2011/04/vaticano-cria-sentinelas-digitais-para-beatificacao-de-joao-paulo-ii.html>. Acesso em: 20 nov. 2012.