

5 Conclusão

Ao concluir esta dissertação, vimos que para a Igreja continuar a cumprir a sua missão de comunicar o Evangelho e instaurar o Reino de Deus nos tempos atuais será preciso pensar a ação pastoral em chave de comunicação. O novo contexto social criado pelas tecnologias da comunicação e informação não deve ser avaliado com suspeita ou olhado com uma lente "apocalíptica". Pelo contrário, é necessário ler os sinais dos tempos e adotar uma nova prática comunicacional pastoral, de forma que se possibilite a comunicação da Boa Notícia da salvação ao homem contemporâneo. O mundo das comunicações necessita urgentemente dessa atitude da Igreja para humanização da revolução digital.

Analisamos no primeiro capítulo o que é a cultura midiática, como ela influencia o processo social hoje e como as novas tecnologias da comunicação afetam o ser humano a ponto de serem vistas como extensão da sua humanidade. Podemos constatar que essa nova realidade apresenta para a Igreja muitos desafios, alguns dos quais afetam diretamente a forma e a metodologia pastorais: a fragmentação, a desterritorização, a destemporalização, o descompromisso, o empoderamento do indivíduo, os relacionamentos fluídos, o individualismo, entre outros.

Vimos que o modelo de comunicação linear está sendo substituído pelo modelo circular. O primeiro é hoje considerado autoritário, porque o ponto de partida é sempre quem detém o poder da comunicação, que produz o que o receptor vai receber, não havendo espaço para a interação ou escolha por parte do destinatário da mensagem. É o modelo da transmissão, ainda muito adotado pela Igreja. Quem está no centro (quem detém o poder) é forte e determina a forma e o conteúdo do que será transmitido. Já o circular é o modelo do acesso, que provoca igualdade, participação, corresponsabilidade entre emissor e receptor, até porque o mesmo indivíduo simultaneamente pode ser emissor e receptor. Com isso, o próprio conceito de receptor desaparece, sendo substituído pelo de usuário.

Concluimos que essa nova realidade deve ser acolhida pela Igreja como uma oportunidade e não como uma ameaça, porque a Internet une em sua rede pessoas do mundo inteiro em tempo real. A reflexão que fizemos a partir da pesquisa bibliográfica sobre o tema nos leva a concluir que a opção mais negativa que a Igreja poderia tomar diante dessa realidade seria ficar fora da rede, porque quem está

fora da rede não existe no ambiente midiático digital e também não pode influenciá-lo. Em relação à Igreja, essa opção seria o mesmo que condenar o cristianismo a viver à margem da sociedade e privar a sociedade das riquezas da mensagem cristã.

Após estudar no segundo capítulo os novos contextos sociais criados pela cultura midiática digital, dedicamos o terceiro capítulo à Igreja e a reflexão feita pelo Magistério diante do surgimento das novas mídias. Constatamos que a primeira resposta foi de desconfiança e até um certo medo. Isto condicionou a maneira como a Igreja se relacionou com a comunicação social e de certa forma impediu que ela assumisse um protagonismo na nova cultura criada pelos modernos meios de comunicação. Houve um distanciamento entre a Igreja e a sociedade, pois passaram a se pautar por diferentes referenciais. Com isso a mensagem do Evangelho deixou de atingir milhares de pessoas em todo o mundo.

A mudança de percurso aconteceu na década de 60, com o Concílio Vaticano II, quando o Magistério, pela primeira vez na história, refletiu sobre a comunicação de forma pastoral. Porém, cinquenta anos após a promulgação do Decreto Conciliar *Inter Mirifica*, verificamos que ainda se faz necessário identificar pensamentos e atitudes (práticas) que impedem o efetivo anúncio do Evangelho na nova realidade marcada pela cultura midiática. É preciso uma ampla conversão pastoral, passando de uma “pastoral dos meios” para uma efetiva “pastoral da/na comunicação”. Isso possibilitará que a Igreja exerça a sua função educativa neste novo *bios* e, como anunciadora da Boa Notícia, se torne uma agente social ativa, construtora de valores e de cultura.

O mundo das comunicações necessita urgentemente dessa atitude da Igreja para a humanização da revolução digital. Deus precisa ser conhecido e reconhecido na cultura deste tempo que se chama "hoje". No novo ambiente criado pela cultura midiática digital o Reino de Deus deve ser anunciado e instaurado, para iluminar a sociedade com a mensagem do Evangelho, porque "também o mundo da mídia tem necessidade da redenção de Cristo"²⁵⁰. Em pouco mais de dois mil anos de história do Cristianismo a realidade mudou muito, mas uma coisa continua a mesma: "a necessidade de proclamar Cristo. O nosso dever de dar testemu-

²⁵⁰ RD, n. 4. Disponível em www.vatican.va.

nho da morte e ressurreição de Jesus e da sua presença salvífica na nossa vida é tão real e urgente como no tempo dos primeiros discípulos"²⁵¹.

Para que isso aconteça vimos que não basta reconhecer intelectualmente que o advento da sociedade da técnico-informação é uma revolução cultural, que constitui o que Sodr e chama de novo *bios* e novo *ethos*.   preciso habitar esse *bios*, como afirma Spadaro, porque   "um espaço do homem, um espaço humano já que   habitado pelo ser humano. Não   mais um contexto an nimo e asséptico mas um ambiente antropolgicamente qualificado"²⁵². Esta foi a questão que inspirou o estudo que fizemos no Capítulo 4.

A partir dessa pesquisa afirmamos que não adianta usar o computador, a Internet, para transmitir uma reflexão bíblica ou publicar cartazes, ora es e imagens de santos e anjinhos seguindo uma lógica da cultura analógica.   preciso verdadeiramente integrar essa mensagem ao meio digital em que ela está sendo veiculada, entendendo "integrar" como "inculturar" e "gerar cultura". Essa integra o precisa levar em conta o "novo" ser humano que surge a partir das m dias digitais, bem como a técnica e a linguagem da cultura midi tica²⁵³, que entre outras características apresenta uma realidade mais afetiva que racional, mais persuasiva do que disciplinar, onde não existe qualquer distin o radical entre razão e afeto, entre o inteligível e o sensível, em que o pensar e o sentir emergem de um mesmo ato²⁵⁴.

O Espírito Santo, que inspira a Igreja, já a preparou para esse contexto social através do Concílio Vaticano II. A Igreja que hoje está diante da cultura digital   uma Igreja no mundo, Sacramento Universal da Salva o, Corpo de Cristo, Povo de Deus. Como Igreja no mundo se preocupa com o homem imerso na realidade histórica, reconhecendo, acolhendo e respondendo aos desafios impostos por este tempo.

Como Sacramento Universal da Salva o   sinal e instrumento da ótima união do homem com Deus, anunciadora do Reino e partícipe do mistério de Cris-

²⁵¹ JOÃO PAULO II. **Proclamar Cristo nos meios de comunica o social no alvorecer do novo mil nio**. Mensagem para o 34  Dia Mundial das Comunica es Sociais, 2000. Disponível em www.vatican.va.

²⁵² D. POMPILI. **Il nuovo nell'antico. Comunicazione e testimonianza nell'era digitale**. San Paolo, Cinisello Balsamo (MI) 2011, p. 62. Apud SPADARO, Antonio. **Ciberteologia. Pensar o Cristianismo nos tempos da rede**. São Paulo: Paulinas, 2012, p. 17.

²⁵³ Cf. *Communio et Progressio*, nn. 128-131.

²⁵⁴ GASPARETTO, Paulo Roque. **Midiatiza o da religião**. São Paulo: Paulinas, 2001, p. 39.

to. Continuadora de Sua obra no mundo, manifesta, atualiza e comunica o amor de Deus pela humanidade, bem como ocupa-se do anúncio do Evangelho a todas as culturas, para que a Revelação possa ser conhecida e todos possam fazer a experiência da salvação.

Como Corpo de Cristo é sinal visível da unidade dos fiéis entre si e com Jesus, cabeça da Igreja. Manifesta a unidade na pluralidade e a interdependência dos crentes. Dizer que é corpo, cuja cabeça é Cristo, expressa também que é Ele quem conduz a Igreja, que faz a Sua vontade e segue os Seus ensinamentos.

Como Povo de Deus manifesta a igual dignidade e responsabilidade de todos os batizados. Os diferentes ministérios e vocações não fazem uma pessoa superior à outra, mas complementar. Todo o Povo de Deus é missionário e chamado a tornar-se instrumento de unidade dos homens entre si e dos homens com Deus (LG 17).

Esta mudança de perspectiva pastoral introduzida pelo Vaticano II é um caminho ainda em construção, que precisa ser assumido não só pela hierarquia e pela Igreja institucional, mas também por todos os batizados. Os cristãos são peças-chaves dessa engrenagem. A cultura midiática é uma cultura do relacionamento, muito embora sejam relacionamentos líquidos, fugazes e superficiais. E um relacionamento acontece entre pessoas. Ninguém se relaciona com uma doutrina. Por isso o testemunho de vida dos fiéis é extremamente importante para que o Evangelho fecunde a rede. Como ela é flexível e aberta, quanto mais a Igreja a utilizar (quanto mais o povo de Deus integrar a mensagem do Evangelho a ela), mais poderá influenciar o seu padrão sociotécnico, ao invés de ser influenciada por ele.

Após termos analisado as principais características da cultura midiática digital e sua influência sobre a sociedade, ter estudado a evolução da reflexão da Igreja sobre o tema e ter apontado os desafios e perspectivas da ação pastoral no mundo das comunicações, queremos ao final desta dissertação assinalar alguns temas que julgamos importantes serem aprofundados e que podem gerar novas linhas de pesquisa. Um deles diz respeito à nova eclesiologia que poderá emergir (se já não emergiu) da cultura midiática digital. Será preciso refletir sobre quais estruturas eclesiológicas podem ser atualizadas diante da nova realidade social e quais são de fato imutáveis para a Igreja Católica. Não encontramos muitos trabalhos de

referência que aprofundassem essa questão do ponto de vista da Teologia e por isso julgamos que o tema mereça um aprofundamento. Neste contexto, outra importante questão diz respeito à atual estrutura da paróquia: sua configuração, sua manutenção, sua relação (comunicação) com os fiéis e com a comunidade em geral. Que nova paróquia poderá surgir a partir do advento das redes digitais? Será possível uma paróquia sem território físico, com a adoção de um sistema de comunicação dialógico, onde o clero exerça um papel de gestor das ações pastorais e os leigos, como sujeitos eclesiais, assumam seu protagonismo na evangelização e, em comunhão de carismas e ministérios, exerçam sua autonomia e se tornem corresponsáveis pela missão?

Também a Teologia Sacramental e a Liturgia são áreas de estudo que inspiram a continuidade dessa pesquisa. Sentimos falta de estudos na Teologia que analisassem a possibilidade (ou demonstrassem real impossibilidade) de uma prática sacramental inculturada digitalmente. Também há carência de estudos sobre a espiritualidade que emerge do ambiente digital.

Por fim, dois temas que muito nos estimulam a continuar no doutorado o estudo da relação entre Igreja e cultura midiática diz respeito à formação dos fiéis para a comunicação, em vistas da conversão pastoral, e o papel da rede no processo de evolução da humanidade (o seu lugar na economia da salvação). Acreditamos que esses estudos sejam importantes instrumentais para as igrejas particulares, que precisam responder com agilidade, competência teológica e profissionalismo aos desafios desse tempo e assim possam utilizar todos os recursos disponíveis nesta época histórica para comunicar o Evangelho.