

Faculdade Canção Nova

Ester de Souza Vieira

Comunicação e Igreja:

a importância da evangelização nas mídias sociais para os jovens

Cachoeira Paulista - São Paulo

2023

Faculdade Canção Nova

Ester de Souza Vieira

Comunicação e Igreja:

a importância da evangelização nas mídias sociais para os jovens

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como exigência parcial para
obtenção do grau de bacharel em Jornalismo
na Faculdade Canção Nova sob a orientação
do Prof. Me. Luiz Gustavo Uchoa da Silva.

Cachoeira Paulista – São Paulo

2023

Ester de Souza Vieira

Comunicação e Igreja:

a importância da evangelização nas mídias sociais para os jovens

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção do grau de bacharel em Jornalismo na Faculdade Canção Nova sob a orientação do Prof. Me. Luiz Gustavo Uchoa da Silva.

_____ em: ____ de dezembro de 2023.

Grau: _____

Banca Examinadora:

Prof. Me. Luiz Gustavo Uchoa da Silva – Orientador Faculdade Canção Nova

Prof^a. Pós Doutora Karla Alves Magalhães de Oliveira - Faculdade Canção Nova

Prof^a. Esp. Denise Lobato Vilelela Claro- Faculdade Canção Nova

Cachoeira Paulista – São Paulo

2023

Ofereço este trabalho a Deus, que em sua infinita misericórdia e bondade, tem me conduzido para os Seus desígnios de amor.

AGRADECIMENTO

É necessário começar por Aquele que tudo fez e tudo faz na minha história, por isso, gostaria de agradecer primeiramente ao Amor, ao Amado e ao Amante, que se fizeram presente durante toda a minha vida e no qual, sem Seus cuidados, este trabalho não seria possível. Juntamente à Trindade Santa, não poderia deixar de expressar a minha gratidão à Santíssima Virgem Maria e a todos os anjos e santos do Céu que intercederam por mim durante toda a minha vida, mas em especial, neste tempo de graduação. Muito obrigada!

Agradeço aos meus pais e ao meu irmão por serem sinal da presença de Deus na minha vida. O apoio de vocês deu-me coragem para enfrentar o novo, mudar de cidade e seguir firme neste sonho. Obrigada por sonharem comigo e ajudarem-me a superar os diversos obstáculos durante estes quatro anos. Amo muito vocês.

À toda a minha família, na pessoa das minhas tias Tana, Maria e Luana, dos meus tios Paulo, Lelo, Valdir e Ney, e dos meus primos Vinícius, Victória e Amanda por constantemente animarem-me e rezarem por mim. Sem o apoio, incentivo e principalmente o suporte que me deram neste tempo, esta jornada, com certeza seria mais dura. Também agradeço a minha avó, que com a sua alegria em me ver estudar e com o seu exemplo de fé, motivou-me a buscar sempre o melhor. Espero ainda ser motivo de muito regozijo para a senhora.

A minha gratidão ao Padre Fernando Valadares pela amizade e intercessão. A sua presença na minha vida é um sinal vivo do amor e cuidado paterno de Deus comigo e com os meus. Deus o abençoe e o faça feliz!

Aos meus amigos, Luiz Henrique Gomes, Bianca Duarte, Larissa Silva e Julianne Ferreira por todo o apoio, incentivo e compreensão em todos estes anos. A vida e a vossa amizade é preciosa ao meu coração.

Não poderia deixar de mencionar aqui os meus amigos de Cachoeira Paulista, a minha família universitária, que tanto me socorreu e alegrou. Muito obrigada Bruna Marinho, Ana Caroline e Franciele Bachião. As minhas queridas Dani e Terezinha, só tenho a louvar a Deus pela vida e amizade de vocês. Obrigada por cada correção, incentivo, risada e principalmente por partilharem a vida comigo. Nunca me esquecerei dos dias na nossa casa, quase comunitária.

Por fim, mas não menos importante, toda a minha gratidão ao Padre Jonas Abib (in memoriam), que com a sua vida semeou o carisma Canção Nova, que nas suas ramificações, tem transformado a minha história. Também agradeço ao Padre Edmilson Lopes, membro da Comunidade Canção Nova, que sendo fiel ao chamado do Senhor, fundou a Obra Jovens Sarados no qual dedico o meu servir a Deus e a Igreja. Obrigada a todos os meus irmãos Sarados por ajudarem-me a buscar a santidade e ser cada vez mais loucamente apaixonada por Deus, pela Igreja e pelas almas jovens. E àqueles que de forma direta ou indireta me ajudaram nessa caminhada, muito obrigada e que Deus os abençoe.

“Aquele que atesta estas coisas diz: “Sim! Eu venho depressa!”. Amém. Vem, Senhor Jesus!”.
(Ap 22, 20)

RESUMO

Como resultado das inúmeras guerras, da modernização dos processos de trabalho e também avanços significativos no que tange a tecnologia, a contemporaneidade trouxe consigo uma série de transformações de grande relevância e impacto social. Com todos estes avanços, a forma de se comunicar e de fazer comunicação precisou se adaptar e com ela também a maneira de evangelizar. Assim sendo, o presente trabalho traz uma análise sobre a compreensão da Igreja Católica acerca da utilização da internet e das redes sociais no processo de evangelização da juventude como contraponto à cibercultura. Deste modo, ficou evidente os esforços da Igreja Católica em não se manter alheia às questões presentes na sociedade atual de modo a orientar seus fiéis, com especial atenção aos jovens, quanto aos bom e reto uso dos meios de comunicação digitais.

Palavras- chave: Cibercultura; Civilização Virtual; Comunicação Cristã; *Inter Mirifica*; Secularismo Moderno; Sociedade Conectada.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
1. A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO NA HISTÓRIA DA IGREJA.....	11
1.1 O ser humano deseja se comunicar.....	11
1.2 Deus quis se comunicar com a humanidade.....	13
1.3 Jesus, o grande comunicador.....	14
1.4 A Igreja e a comunicação.....	16
2. O IMPACTO DAS TECNOLOGIAS NA SOCIEDADE DO SÉCULO XXI.....	19
2.1 Precedentes históricos da comunicação.....	19
2.1.1 A linguagem oral.....	19
2.1.2 A Escrita.....	21
2.1.3 O Rádio.....	24
2.1.4 A Televisão.....	26
2.2 A era da internet.....	28
2.3 Sociedade conectada: cibercultura.....	36
2.4 A geração das redes.....	41
3. A COMUNICAÇÃO CRISTÃ NO MEIO SECULAR NO SÉCULO XX.....	44
3.1 A questão da comunicação no Concílio Vaticano II.....	44
3.2 Inter Mirifica: nova compreensão da Igreja acerca da comunicação.....	47
3.3 Possibilidades frente aos tempos atuais.....	51
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	55
REFERÊNCIAS.....	56

INTRODUÇÃO

Desde os primórdios o ser humano busca se comunicar e este ato é próprio da humanidade, uma vez que o homem, emite constantemente, elementos comunicativos, verbais ou não, fazendo da comunicação parte da sua existência. Este anseio é decorrente de um desejo natural de se relacionar e assim estar em comunhão. O princípio desta comunhão se dá no desejo de Deus em se comunicar com homem, de revelar-Se e dar-Se a conhecer.

É a partir deste desejo de se comunicar uns com os outros que o homem, ao longo de milhares de anos, inventou e reinventou tecnologias e diferentes maneiras para fazer com que a sua mensagem ultrapassasse tanto as barreiras físicas quanto as temporais. Depois da fala, houve o surgimento da escrita, trazendo grandes revoluções como a prensa de Gutenberg e a imprensa. Por seguinte nasceu o rádio e posteriormente as histórias ganharam vida com a televisão. Não muito depois, houve a invenção da internet e a mesma tem mudado a sociedade desde então.

O número de pessoas com acesso à internet no Brasil tem crescido exponencialmente nos últimos anos. Conforme apontam os dados da pesquisa sobre o Novo Consumo de Mídia realizada pela Comscore, em 2023 o número de pessoas conectadas no país chegou a 132,5 milhões, sendo a maioria dos acessos à rede, realizados por meio de aparelhos mobile como celular e tablet, no qual, 93% da navegação é realizada por meio de aplicativos. Com isso, conseqüentemente há um aumento no uso das mídias sociais, sendo o WhatsApp o mais acessado, seguido do Instagram, YouTube e Facebook, respectivamente. (SCATAMBURLO, 2023, p. 5).

Devido a maior presença da população nacional nas redes, uma série de transformações sociais e comunicacionais surgem na sociedade e com isso, um ciberespaço que propicia a emergência de uma cultura própria das redes, que recebe o nome de Cibercultura. Segundo os estudos de Pierre Lévy, o surgimento de um ciberespaço é consequência natural de um movimento social e não um choque da sociedade com as novas realidades provenientes da informatização.

Diante do exposto, emergem na sociedade diversos debates que tentam compreender ou ao menos esclarecer este processo de produção de novos hábitos criados a partir das redes sociais e também acerca do potencial de sociabilidade das mesmas. Entretanto, segundo Castells (1999, p.443), ainda não são estudos claros e com grandes conclusões.

Deste modo, o advento da internet e das redes sociais como meio de comunicação em massa, e a presença cada vez mais intensa dos jovens nesses ambientes, trazem consigo um desafio para a Igreja Católica: pensar e compreender o processo de evangelização dentro deste contexto tecnológico para os jovens considerados nativos digitais e orientar como os fiéis podem ocupar os espaços virtuais de modo a não perderem a centralidade da mensagem evangélica.

A partir disso, o presente trabalho tem como objetivo estudar a importância do uso das mídias sociais no processo da evangelização para os jovens católicos de modo a compreender a importância da comunicação na história da Igreja para a propagação do Evangelho de Jesus Cristo; analisar o impacto das tecnologias na sociedade do século XXI, considerando a cultura de massas no contexto da cibercultura e, assim, evidenciar o uso da comunicação cristã no meio secular no século XX, em contraponto ao secularismo moderno.

Para tanto, o presente estudo contribui para uma maior propagação da compreensão da Igreja Católica acerca desta temática e com isso evidenciar a urgência e a importância do papel do leigo neste processo de evangelização pelos meios de comunicação, não apenas como resposta às ideias contrárias à fé, mas também, compreendendo estes veículos como meios eficazes para a propagação da Boa Nova de Jesus Cristo.

Ao longo deste trabalho foram utilizados diferentes referenciais teóricos. Neste sentido, o primeiro capítulo pautou-se em grande parte na pesquisa de Lúcia Zolin (2010) em “a comunicação na perspectiva da Igreja Católica”. Em seguida, o segundo capítulo buscou aprofundar diferentes aspectos da comunicação em

momentos distintos da história. Para tanto, grande contribuição foi dada por Silvana Gontijo (2004) em sua obra “livro de ouro da comunicação”. Deve-se ainda fazer menção do autor Pierre Levy (1999) quanto às questões da cibercultura. Por fim, no terceiro capítulo enfatiza-se os desafios atuais à comunicação na perspectiva católica, tendo como principais referências os próprios documentos da Igreja como o Inter Mirifica, decreto publicado no Concílio do Vaticano II e a reflexão apostólica “Rumo a presença plena” publicada neste ano de 2023 pelo Dicastério para as Comunicações, trazendo uma visão clara quanto a presença cristã nas redes sociais.

1. A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO NA HISTÓRIA DA IGREJA

Desde os primórdios, nota-se a presença da comunicação na história da humanidade e por conseguinte, no surgimento da fé monoteística. A partir do momento em que Deus se comunica com Abraão para se apresentar a ele e assim iniciar seu laço com a humanidade, seguido por Cristo (o próprio Verbo encarnado), passando pela ordem de anúncio do Evangelho feita aos primeiros discípulos, até chegar nos dias atuais, é possível enxergar a presença de elementos comunicativos.

Este primeiro momento da pesquisa busca evidenciar a presença e a relevância da comunicação no decorrer da história da Igreja e também no relacionamento do homem com o Criador.

1.1 O ser humano deseja se comunicar

Para compreender de maneira mais clara a atuação comunicadora da Igreja, é necessário primeiramente trazer à luz alguns conceitos acerca da comunicação centrada na perspectiva cristã, sendo a luz sob a qual guiará este projeto.

Segundo Zolin (2010, p.17) comunicar-se é constitutivo do ser humano, faz parte de sua essência, de tal forma que é possível dizer que o homem não apenas comunica-se, mas ele próprio é comunicação.

Esta ideia traz a compreensão de que a existência humana por si só gera elementos comunicativos e com isso o ser humano, de forma natural e espontânea, gera comunicação, pois deseja comunicar-se.

Para melhor compreender este conceito é necessário esclarecer que a comunicação abrange tanto a forma verbal como também a esfera não-verbal. Sendo assim, estamos constantemente comunicando o que pensamos, vemos ou sentimos de maneira intencional, ou não.

Isso faz com que a comunicação, seja ela escrita, desenhada ou falada, passe por inúmeras transformações no decorrer da história da humanidade. A

comunicação escrita tem seu início no período primitivo, onde o homem se utilizava dos mais diversos meios como desenhos de coisas ou fatos cotidianos nas paredes das cavernas para ilustrar a mensagem desejada.

Desde o uso de objetos naturais e artificiais como suporte material de transmissão de dados ou mensagens com intenção de memória (fase mnemônica), passando pela fase pictórica ou de representação de objetos e de situações cotidianas através da pintura rupestre com finalidade mágico-religiosa, e pela fase ideográfica ou de associação de símbolos pictográficos com objetos, ações e idéias (linguagem "hieroglífica"), até a fase fonética ou de representação de sons articulados da linguagem oral a partir da invenção do alfabeto (na Fenícia, cerca de 3000 a. C.), o homem da pré-história manifestou a necessidade de desenvolver suas possibilidades de comunicação inerentes à sua essência social. (Montalban, 1980 apud Departamento de Comunicação Social do CELAM, 1988, p.15).

Entendendo assim a existência de duas formas principais de comunicar, conforme apontado anteriormente, entende-se que o ser humano está constantemente emitindo elementos comunicativos simplesmente por meio da sua existência. Quando se fala da linguagem não verbal, este fato se torna mais evidente.

Muitas vezes encontramos alguém e, mesmo que ele nada diga, somos capazes de deduzir: se está alegre ou triste, feliz ou chateado, tranquilo ou nervoso etc. São sinais que o nosso corpo transmite que, às vezes, nem percebemos. (FILHO, 2003, p.46).

É importante ressaltar que, quando se trata do ato de comunicar, não nos restringimos a apenas uma maneira (verbal ou não verbal), mas fazemos o uso de ambas ao mesmo tempo. Por exemplo, quando um professor está lecionando uma matéria, além de fazer o uso da lousa para ilustrar algo, ele utiliza da linguagem verbal para explicar e com os gestos enfatizar a mensagem desejada.

Com isso, recebendo estes constantes estímulos comunicativos uns dos outros, o ser humano busca constantemente corresponder da maneira mais adequada possível a ideia transmitida, gerando diálogo com o próximo.

Quanto à temática da história da comunicação e da sua transformação no decorrer dos anos, será abordado com mais profundidade no capítulo seguinte desta monografia. Para este primeiro momento, o que é necessário ser esclarecido é o

fato que, desde os primórdios, o ser humano, traz em seu interior, o desejo de comunicar e por isso, busca evoluir constantemente quanto a forma de produzir e enviar comunicação.

Desta forma, nota-se o desejo de transmitir algo aos outros e ao mundo. Esta comunicação nasce porque há na humanidade uma profunda necessidade de comunhão. Sendo assim, é necessário compreender de onde vem este anseio.

1.2 Deus quis se comunicar com a humanidade

O desejo e o ato de comunicar tem seu início no próprio Deus que não se cansa de atrair a atenção do homem para si desde a criação para estar em comunhão com a humanidade e assim se revelar a nós. “Mas, para que o homem possa entrar na sua intimidade, Deus quis revelar-Se ao homem e dar-lhe a graça de poder receber com fé esta revelação.” (CIC, n.35).

Pode-se notar o desejo da parte de Deus de estar e se relacionar com o homem, logo no início das Sagradas Escrituras no livro do Gênesis, quando no terceiro capítulo, Iahweh Deus passeia no Jardim do Éden e ali dialoga com o homem e a mulher.

Neste momento, Deus se dirige ao homem para questionar a sua ausência e ali percebe que ambos caíram na desobediência e, a partir disso, o pecado adentra a humanidade. Então o Senhor passa a se relacionar com a humanidade apenas através de alguns poucos escolhidos, os profetas. “Disse Deus a Moisés: ‘Eu sou aquele que é.’ Disse mais: ‘Assim dirás aos filhos de Israel: ‘EU SOU me enviou até vós.’ ” (Ex 3, 14).

Assim perdura durante todo o Antigo Testamento. Deus desejando se revelar a humanidade para estar em comunhão conosco:

Deus revelou-Se ao seu povo Israel, dando-lhe a conhecer o seu nome. O nome exprime a essência, a identidade da pessoa e o sentido da sua vida. Deus tem um nome. Não é uma força anônima. Dizer o seu nome é dar-Se a conhecer aos outros; é, de certo modo, entregar-Se a Si próprio,

tornando-Se acessível, capaz de ser conhecido mais intimamente e de ser invocado pessoalmente. (CIC, n.203).

Porém, para haver uma verdadeira comunhão, esta comunicação não pode se reter apenas na ação de Deus para com a humanidade, mas precisa também haver uma correspondência e partir também do desejo do homem de se relacionar com seu Criador.

Deste modo, neste diálogo com Deus, a humanidade não se limita apenas ao papel de receptora, mas passa a ser também emissora da mensagem, o que a leva a estar em união com o Divino:

A razão mais sublime da dignidade humana consiste na sua vocação à comunhão com Deus. Desde o começo da sua existência, o homem é convidado a dialogar com Deus: pois se existe, é só porque, criado por Deus por amor, é por Ele, e por amor, constantemente conservado: nem pode viver plenamente segundo a verdade, se não reconhecer livremente esse amor e não se entregar ao seu Criador. (*Gaudium et Spes*, n. 19).

Este processo comunicativo entre o homem e Deus encontra na pessoa de Jesus Cristo, o Verbo Encarnado descido do Céu para habitar em meio a humanidade, o seu ponto mais elevado. “E o Verbo se fez carne, e habitou entre nós [...]” (Jo 1, 14).

1.3 Jesus, o grande comunicador

Deste modo, a mensagem que outrora era comunicada para a humanidade por meio dos profetas passou então a ser transmitida a nós através da pessoa de Jesus Cristo, tal qual aponta o primeiro capítulo da carta aos Hebreus.

Muitas vezes e de modos diversos falou Deus, outrora, aos Pais pelos profetas; agora, nestes dias que são os últimos, falou-nos por meio do Filho, a quem constituiu herdeiro de todas as coisas, e pelo qual fez os séculos. (Hebreus 1, 1-2).

Com isso, Deus enviou seu Filho Unigênito para que a sua revelação fosse definitiva e plena. “Deus revelou-Se plenamente enviando o seu próprio Filho, no qual estabeleceu a sua aliança para sempre. O Filho é a Palavra definitiva do Pai, de modo que, depois d'Ele, não haverá outra Revelação”. (CIC, n.73).

Esta revelação, porém, tornou-se mais latente a humanidade a partir da vida pública de Jesus, isto é, entre os seus 30 a 33 anos. Durante este período, Cristo caminhou por diversos vilarejos e cidades, não apenas realizando milagres, mas também comunicando o mistério do Reino dos Céus.

A transmissão das realidades místicas se deu, em sua maioria, através das parábolas. Estas eram utilizadas como linguagem figurada partindo da realidade de seus ouvintes. Algumas imagens eram bastante conhecidas entre seus interlocutores. Porém, para grupos como os doutores da lei e fariseus, podiam não fazer sentido algum. Com isso, Cristo buscava transmitir de forma clara e compreensível, para as pessoas ao qual se dirigia, os princípios que regem o Céu que, até então, eram desconhecidos pelo homem. A rejeição da parte de alguns grupos ocorria pela incapacidade de compreensão e de acolhimento da proposta de Jesus Cristo.

Essa ideia fica clara quando, no Evangelho segundo São Mateus, Jesus, após contar a parábola do semeador, é questionado pelos próprios discípulos do porquê falar tantas coisas em parábolas. Assim segue Jesus dizendo: "Porque a vós foi dado conhecer os mistérios do Reino dos Céus, mas a eles não." (Mateus 13, 11). Com isso, fica evidente que se não lhes fosse anunciado em parábolas, muitas pessoas não conseguiriam compreender a sua mensagem e assim a Palavra não conseguiria atingi-los.

Desta maneira, Jesus se preocupava em atingir uma comunicação que se desenvolvesse tanto de modo eficiente como também eficaz. Para Filho (2003), a eficiência e a eficácia são elementos que se complementam no processo comunicacional pastoral. Isso porque, a primeira, se refere à qualidade e a competência empregadas no ato de comunicar, sendo assim, não apenas um recurso comunicativo como também consequências de um zelo pastoral. A eficácia, como a própria palavra já diz, se refere a uma comunicação que atinge o seu objetivo, é chegar aonde se pretende com aquela determinada comunicação.

Com isso, Cristo é a mensagem definitiva do Pai, no qual depois Dele, nada mais precisa ser dito; emissor da Boa Nova, revelando as realidades celestiais e receptor, uma vez que ouvia aquilo que as pessoas queriam lhe comunicar e desta forma se relacionava com elas, gerando comunhão.

Sendo assim, Jesus se fez mensagem, emissor e receptor. Comunicou de forma verbal e não verbal através das suas palavras e atitudes aquilo que o Pai lhe confiou. E assim, após ressuscitar, deixou a missão de continuar comunicando o Reino aos seus 11 discípulos. “Ide por todo o mundo, proclamai o Evangelho a toda criatura.” (Marcos 16, 15).

1.4 A Igreja e a comunicação

É a partir desta ordem que os apóstolos seguiram a evangelização iniciada em Jesus. Repletos de desejo de comunicar a ressurreição, após o dia de Pentecostes, Pedro, sucessor escolhido por Cristo, converteu aproximadamente três mil pessoas em sua primeira pregação. Foi dentro desta urgência na evangelização que nasceu a igreja primitiva com as primeiras comunidades cristãs.

Com a finalidade de auxiliar as comunidades a se manterem fiéis ao anúncio da Boa Nova de Jesus Cristo e a viverem com retidão os princípios evangélicos, como se nota nas Sagradas Escrituras, alguns discípulos e principalmente o Apóstolo São Paulo, utilizaram-se das cartas para atingirem seus objetivos. A partir disso, as comunidades foram crescendo e ganhando forma até se tornarem a Igreja Católica da maneira que vê-se atualmente.

No decorrer da história, com as transformações vividas pela humanidade, a Igreja precisou analisar as demandas sociais para compreender qual seria a sua postura quanto aos fatos e as necessidades, principalmente no que diz respeito à comunicação.

A princípio, os meios de reprodução de uma determinada mensagem eram bem limitados. Para isso, era necessário que uma pessoa soubesse ler e escrever

para conseguir copiar o texto de um determinado pergaminho ou livro para outro. Segundo Gontijo (2004, p.124), este trabalho era realizado pelos monges copistas da Alta Idade Média, quando alguns eram especializados na leitura e na escrita, enquanto outros em realizar as ilustrações.

Alguns séculos depois, em meados de 1430, houve a invenção da prensa de Gutenberg, evento este que facilitou o processo de reprodução de escritos e permitiu a intensificação da comunicação na Igreja e no mundo, isso porque a Bíblia foi o primeiro livro impresso nesta revolucionária invenção. “A Bíblia, de 42 linhas (e 1.465 páginas) foi o primeiro livro impresso e o início de uma revolução na disseminação de informações.” (GONTIJO, 2004, p.182).

Isso demonstra a interação entre a Igreja e os meios de comunicação em geral, afinal, a Igreja sempre se mostrou atenta a estas realidades, não se opondo aos meios de comunicação, mas a algumas ideias propagadas através dos mesmos. Deste modo, ela busca orientar seus fiéis para o seu bom uso, pois, da mesma maneira que podem ser empregados para uma melhor e mais efetiva propagação do Evangelho, também podem ser empregados para a propagação de ideias totalmente opostas. (ZOLIN, 2010, p. 59).

A partir desta ótica, diversos Papas em seus pontificados escreveram documentos que abordam esta temática. Mas não somente isso, tiveram atitudes que buscavam reforçar a compreensão quanto aos riscos que os meios de comunicação e as ideias propagadas por meio deles significavam para a Igreja e para a fé dos católicos.

Em seu pontificado, na busca por responder a todos os ideais socialistas que eram propagados, o Papa Pio IX não apenas lançou sua Encíclica *Nobis et Nobiscum*, que fala à imprensa sobre a publicação de documentos de cunho anti-cristãos, como também se mostrou animado com a revista *Civiltà Cattolica*, criada pelos jesuítas e também com a criação do jornal *L'Osservatore Romano*, na época criado por dois leigos e é atualmente o jornal da Santa Sé (não utilizado para publicações oficiais). (ZOLIN, 2010, p. 71 - 73).

Foi no Pontificado de Pio XI que a Igreja deu mais alguns passos de grande importância na comunicação. “Este Papa esteve atento às novidades. A evolução do cinema no início do século XX impressionou o Sumo Pontífice, que se tornou pessoalmente interessado na recente invenção.” (ZOLIN, 2010, p. 82).

Tamanho foi a sua empolgação que o Santo Padre decidiu criar a OCIC, Organização Católica Internacional para o Cinema. Mas não só isso, foi em seu pontificado que nasceu a Rádio Vaticana.

Seu sucessor, Papa Pio XII, seguiu compreendendo a importância dos meios de comunicação e escreveu a Encíclica *Miranda Prorsus*, que, em suma, trata diretamente sobre o Cinema, a Televisão e o Rádio.

Os documentos mais significativos, porém, surgiram após o Concílio Vaticano II. Segundo Zolin (2010, p.104) “a Igreja queria comunicar-se com o mundo. Ela queria falar e queria ouvir. Ensinar e aprender. Queria dialogar”.

A partir desta abertura da Igreja para a melhor compreensão das realidades que cercavam a sociedade da época, muitos documentos foram escritos não apenas no período conciliar como também pós-conciliar. Mas antes disso, precisa-se entender os impactos das tecnologias no mundo atual, para, então, trazermos à luz da Igreja esta temática.

2. O IMPACTO DAS TECNOLOGIAS NA SOCIEDADE DO SÉCULO XXI

2.1 Precedentes históricos da comunicação

Conforme apontado no capítulo anterior deste trabalho, o ser humano traz dentro de si um desejo nato de se relacionar e de se comunicar uns com os outros, gerando comunhão.

A partir deste desejo de comunicação, no decorrer da história da humanidade, ocorreram diversas evoluções tecnológicas que, cada uma ao seu tempo, modificou e até mesmo acelerou os processos comunicacionais, levando assim a importantes transformações sociais.

A história das comunicações evolui no mesmo trilho da história da humanidade. [...] Os meios de comunicação são extensões de nosso corpo, e suas mensagens de nosso sentir. (GONTIJO, 2004, p.11).

2.1.1 A linguagem oral

Com isso, é necessário que se faça um retrospecto na história da humanidade para compreender a importância dos principais meios de comunicação utilizados desde o período pré-histórico até os dias atuais, a começar pela linguagem oral.

Partindo de uma perspectiva cristã católica, pode-se notar através das Sagradas Escrituras que foi a partir do falar de Deus que todas as coisas foram criadas, a luz, o firmamento, os animais e os rios. “Deus disse: “Faça-se a luz!”. E a luz foi feita.” (Gênesis 1, 3). E com isso, criou também o homem, já dotado da capacidade de falar e assim, se relacionar com seu Criador.

Analisando, porém sob a ótica da ciência, a compreensão da evolução acerca da fala se torna mais complexa, haja vista que a falta de evidências do surgimento deste fenômeno possibilita a criação de diversas teorias no meio acadêmico.

Uma destas teorias é chamada de onomatopaica, pois afirma que, no período da pré-história, o homem poderia ter se utilizado das onomatopeias para se referir aos sons produzidos pelos animais e assim transmitir a ideia desejada. Como, por exemplo, o quá-quá para falar dos patos ou au-au para cachorros. Porém, conforme apontam Franchetto e Leite (2004, p.12) uma questão que esta tese não consegue responder é como a linguagem passou dos sons usados para as palavras, ou seja, do quá-quá para o nome do animal, pato.

Outra possibilidade é que as palavras possam ter sido derivadas dos sons produzidos para identificar sentimentos e sensações como alegria, dor, tristeza e assim por diante. Porém, nenhuma teoria ainda foi aceita pelo meio acadêmico quanto a esta temática:

Esse quadro cientificamente desanimador, em que a imaginação não tinha limites, fez com que a Société de Linguistique de Paris aprovasse uma moção proibindo, em 1866, toda e qualquer menção à origem da linguagem nos estudos científicos. (FRANCHETTO e LEITE, 2004, p.13).

Após um período, porém, a suspensão foi revogada e diversas áreas do conhecimento humano passaram a retomar os estudos relacionados ao surgimento da fala. Contudo, é importante ressaltar que só são analisadas nas Conferências Internacionais sobre a Origem da Linguagem, teorias de caráter científico, que correspondam aos padrões usuais acadêmicos e não mais teses de caráter meramente especulativo.

O que se tem certeza, porém, é da relevância que a oralidade traz para a evolução da espécie humana. É por meio dela que o homem passou a expressar seus sentimentos e pensamentos com melhor qualidade, contribuindo com o crescimento das relações, melhorias nas táticas de caça e assim por diante.

A evolução da habilidade de pensar analiticamente alavancou a oralidade. Além da nomeação de objetos concretos, foram surgindo expressões mais abstratas para definir os sentimentos e as emoções. É impossível dissociar o desenvolvimento social e cultural do desenvolvimento da linguagem. Em nenhum lugar do mundo há povos sem uma cultura ou sem uma linguagem (GONTIJO, 2004, p. 17).

Deste modo, se amplia a capacidade humana de produzir o saber, sobreviver e assim evoluir tanto em conhecimento técnico quanto científico. As evoluções relacionadas à linguagem falada, juntamente com as pinturas rupestres e as necessidades cotidianas, levaram o homem desenvolver também a linguagem escrita.

2.1.2 A Escrita

Muito se imagina que o início da escrita se deu com os desenhos nas paredes das cavernas, porém, apesar de exercerem um papel fundamental para a evolução, ainda assim não podem ser considerados escritos de fato, uma vez que não possuem uma representação padronizada. Com isso, o máximo que os historiadores conseguem saber deste período pré-histórico são frutos de vagas deduções daquilo que era pintado no interior das cavernas.

Poucos especialistas ousam fazer assertivas, e a maior parte das interpretações é tão genérica e cautelosa que quase nada revela sobre a vida na pré-história. É por isso que a história começa com a escrita. (GONTIJO, 2004, p. 48).

O processo de criação da escrita aconteceu por volta do ano 3000 a.C. e foi algo tão revolucionário na história da humanidade que marcou a migração de um período histórico para o outro. Da Pré-história para o que chamamos de História.(GOMES, p. 3)

Os primeiros escritos, chamados de cuneiforme, surgiram justamente para registrar informações importantes como os patrimônios que os povos detinham e também os conhecimentos adquiridos com o passar do tempo de forma que pudesse ser transmitido com maior eficiência de geração em geração.

Contadores registravam o patrimônio com uma espécie de estilete pontiagudo, usando sinais e números sobre placas de argila mais ou menos do tamanho de um cartão de crédito. (REIS, 2019, p. 12).

Com o passar do tempo, porém, este modelo de escrita e estas ferramentas foram sendo transformados e adaptados conforme as necessidades humanas de cada tempo. Após a escrita cuneiforme, houve o surgimento dos Hieróglifos, da escrita chinesa e depois de muitas evoluções o silabário, que deu origem ao que se tem hoje como alfabeto.

O homem buscou constante aprimorar os processos de modo que a escrita se tornasse uma função mais simples e assim pudesse passar o conhecimento e os registros necessários adiante com maior praticidade e eficiência. Ou seja, buscando sempre uma melhor e mais eficaz comunicação com o outro.

Um ponto importante neste processo histórico da comunicação a ser ressaltado, que está diretamente ligado à fé católica é o surgimento dos mosteiros já no período da Alta Idade Média. Segundo Gontijo (2004, p.121) os mosteiros poderiam facilmente serem considerados oásis culturais em meio aos desertos culturais que a Europa vivia.

Isso porque, uma vez que adentravam a vida monástica, os jovens monges precisavam aprender a ler e a escrever para então se dedicarem a algum tipo de ofício. Isso fez com que os mosteiros se tornassem grandes centros de produção e transmissão de conhecimento e cultura. Os monges copistas eram responsáveis por transcreverem, ou como o próprio nome já diz, copiarem os textos de um papiro para um códice ou de um códice para o outro, mais rapidamente.

Do ponto de vista da comunicação, um dos papéis mais relevantes da Igreja foi a conservação e relativa transmissão dos conhecimentos antigos e a consolidação do conceito de unidade cultural da Europa, principalmente com a expansão da ordem beneditina. A reforma realizada por essa ordem religiosa favoreceu a independência da Igreja em relação aos poderes feudais e estendeu por toda a Europa ocidental a estética católica. (GONTIJO, 2004, p. 143).

Contudo, foi no início da Baixa Idade Média, ou seja, no século XII, que o papel chegou ao território europeu como um artefato de luxo levado pelos árabes. E foi somente no século seguinte que alguns países do continente começaram o processo de fabricação deste novo item que aceleraria a comunicação mundial.

Conforme aponta Gontijo (2004, p. 181), esta descoberta pode ter contribuído com a volta da xilografia, um tipo de impressão realizada a partir de uma matriz escavada numa base de madeira. Com isso, no mesmo período em que os primeiros livros foram impressos surgiu o uso da metalografia, que consiste no mesmo processo da xilografia, porém utilizando uma base de metal.

Foi então, no final do período da Baixa Idade Média, em meados do século XV, que o alemão Johannes Gutenberg, criou a prensa que leva o seu sobrenome e que revolucionou a comunicação mundialmente. Esta prensa consistia em tipos reutilizáveis e móveis, feitos de modo que pudessem ser reaproveitados diversas vezes, que eram ordenados manualmente formando as mensagens desejadas. Esta invenção permitia que fossem geradas impressões nos dois lados da folha e de melhor qualidade que os processos anteriores. Não muito tempo depois, a invenção da prensa já havia se espalhado pela Europa, levando ao surgimento de diversos centros de impressão.

A impressão, em conjunto com a linguagem falada, com a escrita e os meios eletrônicos, é considerada um dos marcos de mudanças fulcrais na história da comunicação e que viriam por sua vez a influenciar as mudanças sociais e intelectuais subsequentes. (BACELAR, 1999, p. 4).

Este acontecimento contribuiu para uma maior consolidação da cultura da leitura, que por sua vez levou a um maior interesse das pessoas pelo conhecimento e por registrar os acontecimentos, possibilitando o surgimento de um novo mercado. Ou seja, uma grande transformação para toda a sociedade.

Com isso, as ferramentas de impressão foram sendo transformadas ao longo dos séculos, ganhando atualizações e melhorias para que o processo se tornasse mais barato e prático, até chegar nos produtos dos dias atuais, onde o acesso à impressão tornou-se mais fácil e até mesmo comum a rotina de grande parte da população.

2.1.3 O Rádio

Assim como qualquer outra invenção, o rádio não surgiu do nada, mas foi fruto de outras descobertas, que, ao seu modo, também contribuíram para transformar as formas de comunicar de seus tempos.

Segundo aponta Gontijo (2004, p. 351), tudo começou quando o físico e químico britânico, Michael Faraday, por volta de 1830 iniciou as suas pesquisas para entender sobre os campos magnéticos. As pesquisas chamaram a atenção para esta área e possibilitaram que 30 anos depois, Henry Maxwell, comprovasse por meio de modelos matemáticos a possibilidade de propagar a energia eletromagnética na velocidade da luz. Então, no ano de 1880, o físico alemão, Heinrich Hertz, expôs sua teoria que tratava da possibilidade de transmissão dos sinais telegráficos pelo ar.

Apenas 10 anos depois desta descoberta de Hertz, em 1890, que o italiano Guglielmo Marconi realizou a primeira transmissão de sinais sonoros pelo ar, há uma distância de 9 metros que posteriormente se tornaram 275 metros, em seguida três quilômetros e por fim, no ano de 1901, chegou a distância de 3.200 quilômetros.

Naquele momento, o rádio era apenas uma extensão do telégrafo, usado para se comunicar com navios em alto-mar. Em 1906, operadores de rádio, também chamados de radiotelegrafistas, começaram a ouvir, em seus receptores, óperas, leituras da Bíblia e de poemas. (GONTIJO, 2004, p. 351).

Paralelo aos avanços que aconteciam na Europa, no Brasil, surgia o Padre Roberto Landell de Moura com descobertas muito semelhantes. No ano de 1899, após desenvolver um equipamento que fazia transmissões de voz a distância e sem fio, o Padre realizou um teste em público para mostrar a sua descoberta à sociedade da época. Por esse motivo ele até chega a ser apontado como o inventor do rádio, porém, seu nome não é tão reconhecido atualmente devido à falta de apoio e de patentes na época dos fatos.

Os indícios existentes apontam, portanto, para o sucesso de Landell de Moura na transmissão e recepção de voz mesmo que a qualidade não

permitisse a imediata aplicação prática dos aparelhos criados pelo brasileiro. O aprimoramento destes em território nacional dependeria de aporte significativo de recursos a partir de uma consciência a respeito da importância estratégica de tal tecnologia. Consciência inexistente no Brasil de então. (FERRARETTO, 2012, p. 47).

Apesar da relevância do brasileiro neste processo, a invenção do rádio ainda é atribuída ao italiano. Porém, o mais importante de se ater neste momento, é que as descobertas radiofônicas passaram a ter maior notoriedade e usabilidade na sociedade a partir da Primeira Guerra Mundial. Isso se deu porque, nos primórdios da invenção, o seu uso era restrito apenas para fins militares e governamentais.

A radiodifusão, que havia sido utilizada e desenvolvida para fins militares, passou a ser vista sob uma ótica civil. O rádio alastrou-se pelo mundo, e também no Brasil, com grande velocidade. As notícias, que chegavam à população com atraso, através dos jornais impressos, ganhavam a instantaneidade. (PRATA, 2012, p. 16).

Com isso, a invenção foi se espalhando rapidamente pelo mundo afora, chegando oficialmente no Brasil para o discurso de Epitácio Pessoa, então presidente do país, na comemoração dos 100 anos da Independência, em 1922. (GONTIJO, 2004, p. 357).

A instantaneidade da radiodifusão se popularizou depressa e cada vez mais pessoas queriam possuir um equipamento dentro de sua casa. A partir dos anos 30, as programações das rádios foram ganhando forma e a relevância e o poder desta invenção se tornaram claras de uma tal maneira que Getúlio Vargas, na época presidente da República, criou um programa chamado Hora do Brasil, atualmente “A Voz do Brasil”, para propagar seus ideais políticos. (PRATA, 2012, p.18).

Com isso, em meados da década de 40, o rádio atingiu seu apogeu no Brasil e as emissoras iniciaram uma verdadeira luta pela audiência, e assim nasceram diversos programas humorísticos e principalmente as rádios novelas, que logo se tornaram as atrações do momento. O principal foco até então era levar entretenimento aos ouvintes.

Neste mesmo ano, na frente jornalística, nasce o Repórter Esso, programa que ficou mais de 20 anos no ar e conquistou diversos ouvintes fiéis e é considerado o pioneiro quando se trata de radiojornalismo e de grande influência para telejornalismo também.

Os programas jornalísticos nas rádios repercutiam as matérias das redações dos meios impressos com a vantagem de informar em tempo real e a desvantagem de não poder aprofundar as questões. Portanto, se complementam e potencializam mutuamente seu poder de comunicação. (GONTIJO, 2004, p. 368).

2.1.4 A Televisão

Simultaneamente, enquanto o rádio se propagava, estruturava e ganhava cada vez mais ouvintes, a televisão já era testada no Brasil pela primeira vez e ainda em 1930, mesmo com suas limitações na transmissão, chamava a atenção de possíveis investidores neste setor.

Apesar da televisão já estar presente em diversos lares, esta tecnologia, porém, só chegou oficialmente ao país no início dos anos 50, com a inauguração da primeira emissora de televisão, a TV Tupi, fundada por Assis Chateaubriand.

A inauguração da televisão no Brasil pelas mãos de Assis Chateaubriand, em 1950, trouxe o acalentado sonho da imagem. Já na década de 60, os aparelhos de TV estavam em muitos lares e as famílias se reuniam com vizinhos e amigos para passar horas a fio acompanhando uma programação que repetia as antigas transmissões radiofônicas. (PRATA, 2012, p. 20).

A partir disso, o consumo de televisão só crescia. O mercado publicitário, assim como com o rádio, viu ali uma grande oportunidade de crescimento e lucro, o que contribuiu com o surgimento de mais emissoras e programas nos mais diversos formatos. Na sua primeira década no país, já tinha cerca de 15 emissoras em funcionamento. (MATTO, 2002, p. 26)

Os valores para se adquirir um televisor, porém, não eram acessíveis a grande parte da população. Conforme aponta Mattos (2002, p.172) o valor a ser

desembolsado para a compra de um aparelho televisivo equivalia a três vezes o preço da vitrola mais sofisticada da época, chegando ao valor de nove mil cruzeiros.

Segundo Gontijo (2004, p.417) a década de 60 foi crucial para a maior consolidação da TV, isso porque, trouxe consigo a regulamentação do setor por meio da criação do Código Brasileiro de Telecomunicações, a elaboração de diversos programas musicais que revelaram grandes ídolos nacionais, a inauguração da Rede Globo, considerada até hoje a maior emissora do país, a criação da Embratel e a fundação do Ministério das Comunicações, o que permitiu um maior investimento nas tecnologias próprias do setor.

Com isso, o mercado televisivo dá um novo passo e chega ao Brasil a televisão em cores, que na época custava aproximadamente 20 salários mínimos. A primeira transmissão foi realizada em março de 1972, registrando a Festa da Uva, na cidade de Caxias do Sul.

O Brasil inteiro, via Embratel, ria, sofria e sonhava com os personagens das novelas da TV Globo. Algumas foram emblemáticas, lançando moda e definindo uma prosódia para o Brasil inteiro.[...] O sucesso massificado produzia uma homogeneização do sentir e da forma de expressão estética e oral. Um verdadeiro processo de aculturação, que influía no simbólico e no concreto, e prestava o desserviço de pasteurizar uma de nossas maiores riquezas: a pluralidade cultural brasileira. (GONTIJO, 2004, p. 421).

A partir de então, as emissoras foram crescendo cada vez mais em número de retransmissoras pelo país, aumentando suas audiências, construindo características próprias, se consolidando no setor e influenciando cada vez mais o mercado nacional nas mais diversas áreas. A televisão mostrou que chegou para ficar.

Desde o seu surgimento, a televisão precisou passar por diversas adaptações; as emissoras tiveram que se reinventar quanto a produção de conteúdo de modo a acompanhar as mudanças na forma de consumo por parte do público, além de se adaptarem ao surgimento de novas tecnologias como a internet.

2.2 A era da internet

Cada meio de comunicação traz consigo uma experiência e uma forma de influência e transformação social. E isso nota-se ao analisar primeiramente os veículos impressos que facilitaram a reprodução dos mais diversos conteúdos e assim contribuíram para uma maior propagação de todo tipo de ideias, como se nota a partir da prensa de Gutenberg.

Em seguida, houve o surgimento do rádio, que trazia consigo a tecnologia de transmitir, através das ondas, variados conteúdos que em sua maioria eram de entretenimento. Isso mostrou a possibilidade de conectar mais pessoas ao mesmo tempo, em uma só transmissão.

E, por fim, a invenção da televisão e do cinema, que trouxe vida e posteriormente cores para as histórias que antes só se imaginavam no rádio, possibilitando ao público uma experiência audiovisual. Uma rede de comunicação foi suporte para o surgimento da outra e, desta maneira, as experiências de cada indivíduo se tornavam mais completas.

Ou, em outras palavras, a formação de um hipertexto e uma metalinguagem que, pela primeira vez na história, integra no mesmo sistema as modalidades escrita, oral e audiovisual da comunicação humana. (CASTELLS, 1999, p. 414).

Com isso vemos que a internet consegue unir, proporcionando uma experiência mais completa e variada, as possibilidades comunicacionais trazidas pelas mídias anteriores. Em uma simples página *online*, atualmente, se consegue adicionar os mais diversos tipos de mídias como textos, fotos, áudios e vídeos para que o internauta navegue e consuma o conteúdo conforme seu interesse pessoal.

A cada avanço tecnológico corresponde uma série de mudanças sociais e nas estruturas das instituições. Tanto quanto as fábricas, na Revolução Industrial, os meios de comunicação foram incorporando as novas máquinas e transformando seus sistemas produtivos. (GONTIJO, 2004, p.367).

Antes, porém, de tratar sobre as transformações sociais geradas a partir da popularização da Internet, é necessário ter uma melhor compreensão acerca do seu surgimento e das suas transformações ao longo dos anos.

Ainda conforme aponta Gontijo (2004, p. 437) a internet nasceu a partir de uma estratégia militar do governo americano. Durante o período da Guerra Fria, a Agência de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa dos Estados Unidos estudava a possibilidade de criar uma rede de comunicação que não dependesse dos centros de comando e controle, para que, caso sofressem algum ataque, sua comunicação não fosse prejudicada.

Então, conforme evidencia Gontijo (2002, p. 437), em meados de 1960, nasce a *Arpanet*, um modelo que possibilitava que as unidades de mensagens chegassem ao seu destino mesmo que parte do sistema estivesse destruído. Neste momento, esta rede era utilizada apenas pelo governo americano e algumas universidades que contribuíam de alguma maneira com o Departamento de Defesa do país.

Com o passar do tempo, os próprios pesquisadores passaram a utilizar este meio de comunicação com o objetivo de trocarem informações e conhecimento científico entre si. Conforme surgiam novas demandas, outras redes, ligadas ao sistema da *Arpanet* eram criadas. A partir disso, foram surgindo novos protocolos de funcionamento da rede para melhorar a segurança e a navegação.

Em 1983 o Departamento de Defesa, preocupado com possíveis brechas de segurança, resolveu criar a MILNET, uma rede independente para usos militares específicos. A Arpanet tornou-se ARPA-INTERNET, e foi dedicada à pesquisa. Em 1984, a National Science Foundation (NSF) montou sua própria rede de comunicações entre computadores, a NSFNET, e em 1988 começou a usar a ARPA-INTERNET como seu *backbone*. (CASTELLS, 2003, p.17).

Neste mesmo período, conforme aponta Castells (2003, p.18) o Departamento de Defesa optou por comercializar a tecnologia da internet, financiando para que as fabricantes de computadores dos Estados Unidos já incluíssem em seus modelos os códigos TCP/IP, que é um protocolo de controle de transmissão combinado com um

protocolo intra rede que visa padronizar os códigos de comunicação entre os computadores. O TCP/IP está presente nos computadores até os dias atuais.

O sistema de comunicação em rede nasceu em ampla escala na forma de redes de área local e redes regionais ligadas umas às outras, e começou a espalhar-se por toda parte onde houvesse linhas telefônicas e os computadores estivessem equipados com *modems*, equipamento de preço bastante baixo. (CASTELLS, 1999, p.85).

Com isso, já no início da década de 90, a maioria dos computadores do país já tinha a capacidade de acessar a rede e diversos provedores de internet criaram redes próprias e assim consolidaram uma nova base comercial para a comunicação. Desta forma, a *Arpanet* precisou ser extinta, pois a sua tecnologia já era considerada ultrapassada para as realidades que surgiam.

Esse fato contribuiu para a popularização e crescimento da internet como uma rede global de computadores. Castells (2003, p.18) ainda afirma que a *Arpanet* não foi a única fonte que contribuiu para o surgimento da Internet tal como a conhecemos hoje. Uma vez que o seu formato atual é também o resultado de uma tradição de base de formação de redes de computadores.

Deste modo, Gontijo (2004, p. 439) aponta que os avanços na internet aconteceram com rapidez e logo em 1991, Tim Berners-Lee, um programador inglês, em suas pesquisas no laboratório europeu de Estudos de Partículas Físicas, criou a *World Wide Web*, um *software* de navegação e edição com protocolos de organização e endereçamento de conteúdos em *home pages*. Um novo modo de utilizar as alternativas de endereçamento e transporte da Internet que possibilitou adicionar informações através e para qualquer aparelho de computador conectado à internet.

Este trabalho desenvolvido por Berners-Lee dava sequência a uma série de ideias e projetos técnicos quanto à possibilidade de unir diversas fontes de informação por meio da computação interativa, pensados quase meio século antes. Logo em seguida, em 1993, Marc Andreessen cria o primeiro *browser*, que levou o nome de *Mosaic* e assim contribui para uma popularização ainda maior da internet.

Ao aderir a um conjunto de padrões chamados de protocolos, as *home pages*, os *browsers* e outros tipos de software possibilitam o sistema familiar de clique-o-mouse- siga-o-link que tornou a Web tão famosa. Os acordos principais são: *universal resource locator* (URL), que estabelece um único endereço para qualquer informação disponível na Internet - texto, imagem, som ou trecho de vídeo; *hypertext markup language* (HTML), um modo uniforme de representar informações como títulos, parágrafos, imagens e sons em qualquer sistema de computação, e um conjunto de convenções chamado *hypertext transport protocol* (*http), para ligar e transportar essa informação localmente, ou através de grandes distâncias, com a mesma facilidade. (DERTOUZOS, 1997, p.404 apud GONTIJO, 2004, p.439).

Assim se abriu a possibilidade de interconexão entre todas as redes de computadores ao redor do mundo. A *www* passou a funcionar com *softwares* que se adequavam a ela e com isso, muitos navegadores de fácil utilização encontravam-se ao alcance do público. A Internet ganhava ainda mais força como um veículo de comunicação.

Enquanto este desenvolvimento acontecia nos Estados Unidos, no Brasil, em 1980, era implantado pela Embratel, o primeiro serviço de comunicação de dados, chamado de Transdata, que interligava o Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília. Já no ano seguinte foi criado o Projeto Ciranda, cujo objetivo era conectar cerca de dois mil computadores pessoais da empresa. Este foi o primeiro sistema de rede brasileiro. (GONTIJO, 2004, p. 442)

Foi apenas quatro anos depois que o serviço foi ampliado, pelo projeto Cirandão, no qual os usuários de microcomputadores passaram a ter acesso ao primeiro serviço público de correios eletrônicos do país. Simultaneamente a Embratel ativava a Rede Nacional de Comunicação de Dados por Comutação de Pacotes (Renpac), permitindo a realização de ligações comutadas compatíveis com diferentes equipamentos, velocidades e protocolos.

Em 1995, a Internet brasileira foi aberta a provedores privados, o que exigiu uma infraestrutura mais segura e veloz, conseguida mais adiante, com a RNP2, versão brasileira da rede americana de alto desempenho. (GONTIJO, 2004, p.442).

Foi a partir destes fatos que a internet cresceu gradativamente, ganhando cada vez mais usuários. Castells (1999, p.433) aponta em seu livro "A Sociedade em

Rede”, duas pesquisas realizadas em agosto e em novembro de 1995 que estimavam que os números de usuários conectados nos Estados Unidos eram de 9,5 milhões e 24 milhões. O que mostra um grande crescimento desde o surgimento do *www* na América do Norte.

Tal qual a história do mundo é separada por eras conforme as suas transformações mais significativas, a história do universo online também foi assim classificada. Neste primeiro momento, onde a comunicação era realizada como numa via de mão única e o usuário era apenas um leitor daquilo que estava postado nos sites, foi nomeado posteriormente de *Web 1.0*. Com a maior capacitação de profissionais para a área, melhores servidores e o aumento na velocidade de navegação, a internet estava pronta para dar o seu próximo passo. Havia um grande avanço à vista, contudo, deve-se considerar os limites da época, a saber:

O que a *Web 1.0* tinha de trunfo era a quantidade de informações disponibilizadas e a existência de alguns *hiperlinks*. O que deixava a desejar era este formato ser apenas um espaço de leitura, onde o máximo de interação era a troca de e-mails entre os usuários. (SANTOS e NICOLAU, 2012, p.5).

As pessoas buscavam se conectar umas com as outras e a web era a maneira mais prática para isso. A primeira rede social foi criada em 1995, por Randy Conrade, levava o nome de *Classmates* justamente porque era pensada para os unir os estudantes de várias escolas americanas. Porém, conforme apontam Correia e Moreira (2015, p. 104) o primeiro site a, de fato, receber o nome de *social network*, foi o *Six Degrees*, fundado dois anos depois por Andrew Weinreich, isso porque trazia recursos considerados inovadores para a época, como um perfil com lista de amigos e informações de escolaridade.

Neste primeiro momento, mesmo com alguns avanços, as possibilidades de interações eram menores devido à internet discada e também a quantidade de usuários, porque mesmo havendo o crescimento no número de internautas, a *web*, ainda que aberta, se restringia a pessoas com maior acesso aos estudos e a classes sociais mais elevadas.

O surgimento dessas mídias sociais marcam o início do período que ficou conhecido como *Web 2.0* - termo criado em 2004 pela empresa estadunidense O'Reilly Media na "*Web 2.0 Conference*". As características mais marcantes deste período do mundo online é que o público parou de ser apenas um receptor de conteúdo e passou a participar também do seu processo de produção. A comunicação na *web* passa então a ser uma via de mão dupla.

Consumidores, produtores, editores e gestores podem desempenhar qualquer papel, acabando com as distinções entre os utilizadores da internet. A essência da Web 2.0 é permitir que os usuários fossem mais que espectadores, tornem-se parte do espetáculo, possibilitando a construção coletiva de conhecimento. (SANTOS e NICOLAU, 2012, p.6).

A partir disso, com a virada do milênio e um maior conhecimento desta tecnologia, começaram a despontar outras redes sociais no universo digital. Logo em 2002 houve o lançamento do *Friendster*, que tinha lista de amigos, abas de interesse e álbuns de fotos. No ano seguinte, inspirada pelo lançamento e sucesso do *Friendster*, surgiu o *MySpace* que possibilitava que seus usuários customizassem suas páginas além de atualizações de músicas, fotos e ainda um blog que poderia ser alterado pelos usuários, atingindo grande relevância nos EUA. (RECUERO, 2009, p.172).

Fugindo de tudo que vinha sendo criado até então, em 2003, nasceu o *LinkedIn*, que como hoje, busca conectar profissionais e a partir disso se deu início também aos sites e redes sociais voltados para segmentos específicos dentro do mercado. A plataforma continua ativa atualmente.

No ano seguinte foi criado o *Orkut*, rede social que marcou gerações no Brasil. Mesmo sendo seu principal foco o mercado americano, a plataforma expandiu e se popularizou nos países emergentes.

Já nos 5 primeiros meses o site contava com 2 milhões de usuários cadastrados. Em março de 2007, já contava com cerca de 40 milhões. Sendo 60% dos usuários cadastrados de nacionalidade brasileira. É difícil compreender os motivos de tamanho sucesso, principalmente no Brasil, onde o uso da Internet pela população em geral, é algo ainda muito recente. (COSCARELLI, 2007, online apud MOCELLIM, 2007, p.4- 5).

Com esse sucesso imediato, a rede foi comprada pelo Google que realizou alguns *upgrades* na rede, adicionando mais possibilidades à plataforma que só foi desativada em 2014.

Marcando de vez este novo tempo das redes sociais na internet, nasceu o *thefacebook.com* em 2004. A princípio, sua ideia era ser uma plataforma de comunicação para os estudantes de Harvard - universidade que Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz e Chris Hughes estudavam. Porém, logo a plataforma foi se expandindo para outras instituições de ensino. Não muito depois, a empresa abandonou o “*the*” de seu nome, ficando da maneira pela qual é conhecida atualmente. (RECUERO, 2009, p.171).

As redes sociais representam uma nova tendência de partilhar contactos, informações e conhecimentos. O Facebook é uma das redes sociais mais utilizadas em todo o mundo para interagir socialmente. Esta interação surge essencialmente pelos comentários a perfis, pela participação em grupos de discussão ou pelo uso de aplicações e jogos. (PATRÍCIO e GONÇALVES, 2010, p. 02).

Com apenas quatro anos da sua criação, o *Facebook* passou a ser considerada a rede social mais popular do mundo, ultrapassando o *MySpace* nos EUA. Atualmente, segundo um levantamento divulgada pela Meta em 2022 - atual empresa do Zuckerberg que administra o *Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp* - a rede social possui cerca de 2,9 bilhões de usuários em todo o mundo. Estes fatos fizeram com que esta rede social representasse um marco da *Web 2.0*.

O êxito desta rede social digital prende-se com o facto de potenciar e de estimular a partilha de dados e de informações, mas podemos afirmar que são as relações sócio afetivas aquelas que mais ressaltam. (GIL, 2014, p.1).

Em seguida, conforme aponta Recuero (2009, p. 173) no ano de 2006, surge no mundo digital mais uma rede social, porém com um foco diferente das anteriores. O *Twitter* tem como seu principal foco funcionar como um microblog, onde, por meio de mensagens antes limitadas a 140 caracteres - atualmente 280 - seus adeptos podem escrever sobre qualquer assunto, atraindo os mais diversos públicos e nichos da sociedade.

Após essa explosão do *Facebook* e a popularização do *Twitter* em 2008, surgiu no ano seguinte um aplicativo de comunicação instantânea que ganhou forças justamente por entrar em conflito com as mensagens em SMS. O *WhatsApp* está presente em diversos países e foi adquirido pelo *Facebook* - atual Meta- em 2014 e a partir disso, recebeu algumas melhorias para agradar ao seu extenso público.

Seguindo o ritmo acelerado de inovações na internet, já no ano de 2010 é lançado o *Instagram*, uma rede social em que os usuários podem postar fotos, seguir, curtir e comentar com diversos outros perfis e assim trazendo outra proposta diferente das existentes até então no universo online. Tal qual aconteceu com o *WhatsApp*, esta rede foi comprada pelo *Facebook* no ano de 2012 por 1 bilhão de dólares. (VEJA, 2012, online)

A mídia social mais recente a despontar na internet foi o *TikTok*, criado e lançado inicialmente com o nome de *Musical.ly* - antigo aplicativo de dublagem de música- que se reestruturou para ganhar mais adeptos, teve um maior crescimento no número de usuário em 2019 e viralizou ainda mais a partir da pandemia da Covid-19. (SANTIAGO, 2020, online). Esta rede social se tornou a principal concorrente do Instagram no mercado digital atual, de tal modo que, o Zuckerberg precisou realizar algumas atualizações e mudanças em sua rede para conseguir se manter competitivo nos negócios.

Esta disputa pela hegemonia das redes sociais e até mesmo a própria mudança do nome do grupo *Facebook* para Meta - representando uma fase de maiores investimentos no metaverso - são indicativos importantes sobre o crescimento e principalmente sobre o poder da Internet nos dias atuais, ou melhor dizendo, na sua terceira onda.

A terceira onda da internet foi anunciada pela primeira vez em 2001, num artigo de Tim Berners Lee, James Hendler e Ora Lassila, intitulado de: "Web Semântica: um novo formato de conteúdo para a Web que tem significado para computadores e vai iniciar uma revolução de novas possibilidades" , que apresentou à importância que a Web terá na vida dos seres humanos, demonstrando as facilidades que trará às várias práticas cotidianas. (SANTOS e NICOLAU, 2012, p.8).

A *Web 3.0*, mais do que uma evolução da *Web 2.0*, marca uma transformação na maneira como a humanidade se relaciona com a internet e com os ambientes online. Isso porque a sua principal característica é a utilização das máquinas para a realização de atividades que antes dependiam de trabalho manual. Um exemplo disso é a utilização de algoritmos para a indicação de conteúdos e produtos para os usuários de acordo com seus perfis.

A ideia é não só apresentar dados ou informações, mas sim contextos através de sistemas mais inteligentes, dotados de algoritmos de inteligência artificial (IA). Os próprios recursos computacionais da rede podem vasculhar a web, lidando com um grande volume de documentos e de dados, e tratá-los de acordo com o contexto de navegação do seu usuário. Com a evolução tecnológica, as informações são organizadas de maneira que as máquinas podem decifrar conteúdos e apontar soluções sem intervenção humana. (GUIMARÃES e ROCHA, 2021, p. 05).

Com isso, nota-se que, devido às inúmeras mudanças tecnológicas presentes na humanidade, a sociedade atual se faz presente não somente do universo real como também no virtual. E com isso surgem novas questões sobre este novo ambiente e esta nova cultura, ou seja, sobre o ciberespaço e a cibercultura.

2.3 Sociedade conectada: cibercultura

Pensar em uma sociedade conectada é possível a partir de um contexto histórico que foi sendo construído ao longo das últimas décadas. Com efeito, no cenário da modernidade e pós-modernidade encontramos as referências para a compreensão do atual modo de comunicação que vivemos. Para tanto, urge que compreendamos melhor os conceitos de modernidade e pós-modernidade. Neste sentido, Lemos afirma que:

A modernidade tecnológica foi estruturada pela mistura de convicções e sonhos na força racional do homem, na conquista do espaço, no progresso tecnológico e científico, na urbanização e na utilização intensiva em energia. (LE MOS, 2002, p. 53).

Com isso, o autor elucida que o período denominado modernidade consiste em um tempo da história da humanidade no qual ocorreram diversas transformações

tanto nos processos de organização social quanto na forma de pensar dos indivíduos. Este momento é marcado por eventos como a Revolução Francesa e as ideias Iluministas, que trouxeram uma maior força para o pensamento racionalista que tinha a razão e a ciência como a maneira verdadeira de entender o mundo e assim sendo, abandonando a fé como base do pensamento.

A partir disso, chegou a era da Revolução Industrial, no qual a produção de bens passou a acontecer de maneira seriada para corresponder às necessidades mercadológicas da época. Este fato levou a um grande êxodo rural e assim, as pessoas passaram para os grandes centros urbanos. Isso levou a uma mudança de necessidades, rotinas e conseqüentemente nos pensamentos e nas relações interpessoais.

Esta é a fase onde o mito é substituído pela ideologia, a ciência entra no lugar da religião, a tecnoesfera - as tecnologias - passam a se sobrepor a ecosfera, a cidade ao campo e a ordem pelo progresso a qualquer custo.

A modernidade é a expressão da existência de uma mentalidade técnica, de uma tecnoestrutura e de uma tecnocultura que se enraíza em instituições, incluindo toda a vida social na burocratização, na secularização da religião, no individualismo e na diferenciação institucionalizada das esferas da ciência, da arte e da moral. A ciência vincula-se, como vimos, ao desenvolvimento da tecnologia e à produção industrial; a arte é retirada de seu contexto religioso e passa a ser espetáculo, sustentada pela publicidade e por um mecenato; a moral é enquadrada na secularização individualista da ética protestante e do espírito do capitalismo. (LEMOS, 2002, p. 62).

O fim da era da modernidade e a chegada da pós-modernidade é marcado pelo encerramento da Segunda Guerra Mundial, ou seja, meados do século XX, que propiciou o surgimento da sociedade do consumo e dos mass media de modo que a comunicação e a informação pelos meios digitais ganhassem força. Quanto a isso, o autor segue dizendo que:

A fase da ubiquidade pós-moderna, ou fase da comunicação e da informação digital, corresponde à conclusão da fase do conforto (a natureza é agora controlável) e ao surgimento da tecnologia digital, permitindo escapar do tempo linear e do espaço geográfico. Entram em jogo a telepresença, os mundos virtuais, o tempo instantâneo, a abolição do espaço físico, em suma, todos os poderes de transcendência e de controle simbólico do espaço e do tempo. (LEMOS, 2002, p. 54).

Desta forma, é neste momento histórico que se desenvolve a cibercultura, onde o espaço e o tempo são percebidos de diferentes maneiras devido aos desenvolvimentos tecnológicos, principalmente a internet, gerando um impacto direto na cultura, política, economia e na sociedade como um todo.

Na pós-modernidade, o sentimento é de compressão do espaço e do tempo, onde o tempo real (imediato) e as redes telemáticas desterritorializam (desespacializam) a cultura, tendo um forte impacto nas estruturas econômicas, sociais, políticas e culturais. O tempo é, assim, um modo de aniquilar o espaço. Esse é o ambiente comunicacional da cibercultura. (LEMOS, 2002, p. 68).

Este pensamento ganhou mais força a partir do século XX com as novas tecnologias digitais, isso porque as mesmas, permitiram com que as informações passassem a ser divulgadas de maneira ampla, sem respeitar a hierarquia dos grandes veículos de comunicação de massa, transformando assim o processo comunicacional presente na sociedade até então.

Aqui, por meio de artefatos eletroeletrônicos (telégrafo, rádio, telefone, cinema), o homem amplia o desejo de agir a distância da ubiquidade. [...] Os media podem ser considerados como instrumentos de simulação, formas técnicas de alterar o espaço-tempo. (LEMOS, 2002, p. 68).

Tal qual vimos anteriormente, as evoluções na maneira de comunicar fizeram com que o homem chegasse com a sua mensagem cada vez mais longe e em menor tempo por meio das tecnologias presentes e este fato leva a humanidade a uma diferente percepção do tempo e do espaço. Isso ocorre porque as noções de tempo e de espaço no universo virtual são distintas das vistas no universo real.

Um exemplo disso é que antigamente, depois de um programa de TV ir ao ar, ninguém mais poderia revê-lo exceto caso fosse reprisado pela emissora. Com o advento da internet e das transmissões online, este fato mudou porque, uma vez lançado no ambiente digital, de qualquer lugar e a qualquer momento.

Com isso, diferentemente das mídias tradicionais, onde o público detinha apenas o papel de leitor ou espectador, na internet, o usuário passa a interagir com

os mais diversos conteúdos em todo o mundo, conforme o seu gosto ou necessidade, por meio dos hiperlinks, explorando novos materiais de maneira não-linear.

O criador é ao mesmo tempo leitor. Aquele que navega um percurso contribui para a redação do hipertexto, ao mesmo tempo em que o lê. Essa participação ativa é a chamada "interatividade", isto é, uma nova forma de comunicação por telepresença. (ANDRADE, 2012, p. 56).

Essa possibilidade de conhecimento e conexão com todo o mundo evidencia a dinâmica de interações sociais no ciberespaço. Porém, antes de tratar das interações próprias do ciberespaço, faz-se necessário elucidar primeiramente o seu conceito.

O filósofo, e um dos principais estudiosos sobre o universo online e o ciberespaço, Pierre Lévy conceitua em sua obra que:

O ciberespaço (que também chamarei de "rede") é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. (LÉVY, 1999, p. 17)

Desta forma, ao falar sobre a cibercultura, Lévy (1999, p. 17) segue dizendo que se resume ao conjunto das práticas, modos de pensar, atitudes, valores e técnicas tanto materiais quanto intelectuais concebidos em conjunto com o crescimento e desenvolvimento do ciberespaço. Portanto, a criação de uma cibercultura se dá de maneira orgânica, à medida que o ciberespaço progride.

Sobre isso, Sávio (2022, p.18) explica que, segundo os estudos de Levy, o surgimento de um ciberespaço é consequência natural de um movimento social e não um choque da sociedade com as novas realidades provenientes da informatização.

Em síntese, o ciberespaço nasce de um processo espontâneo de um movimento global de informatização e, como consequência, emergem na sociedade

novos valores e maneiras de pensar, agir e se relacionar, criando assim, uma cibercultura. Este fato, se intensifica a partir das conexões globais.

Mediante o exposto, retoma-se a questão quanto à interatividade no ambiente virtual a partir das questões acerca da comunicação contemporânea. McLuhan (apud LEMOS, 2002, p.72) explica que existem dois tipos de interatividade e se dividem em *medias* quentes e frias. Os *medias* quentes são aqueles em que a interação do telespectador é pouca ou nula e não existe possibilidade de intervenção. Entre elas estão o rádio, o teatro, o cinema e a fotografia. Em contrapartida, os *medias* frios possuem uma maior possibilidade de interatividade por parte dos usuários e entre eles estão as tecnologias próprias da cibercultura.

Essa possibilidade de interação contribui para um maior fluxo na circulação de informações entre os indivíduos e para alguns pensadores, isso não leva a uma aproximação entre as pessoas, mas representa apenas trocas de ideias e assim, quanto mais se aumenta o fluxo comunicacional, menos há comunicação de fato.

Para Baudrillard, o ciberespaço só permite simulação de interação, e não verdadeiras interações. Para o polêmico pensador francês, os novos media aumentam a espiral destruidora e autista da comunicação, próximo, como veremos, das posições de Lucien Sfez e Paul Virilio. (LEMOS, 2002, p.73).

Deste modo, conforme aponta Sfez (apud LEMOS, 2002, p.77) “a comunicação morre por excesso de comunicação e se acaba em uma interminável agonia de espirais.” Contudo, em contraponto a Sfez e Baudrillard, o estudioso e escritor francês Léo Scheer, explica que é justamente esta constante troca de informações que constitui o que ele chama de *Civilização Virtual*.

Para Scheer, a sociedade virtual é a sociedade em que ‘a inteligência do central coloca o usuário no desafio de produzir seu próprio espetáculo, seu próprio imaginário, seu próprio desafio. Assim, este modo reconstitui um tecido comunitário’. (SCHEER, 1994, p. 55 apud LEMOS, 2002, p.78).

Quando a isso, Lévy (1999, p.130) reforça esta ideia de uma *civilização virtual* decorrente do ciberespaço ao trazer os termos de *comunidades virtuais* ou *comunidades atuais* justamente para explicar este fenômeno de comunicação entre

grupos sociais que antes eram considerados apenas potenciais, mas que, por meio desta comunicação coletiva proporcionada pelas redes, passam a se tornar realidade e assim se transformam em motores para a vida no mundo *offline*.

Segundo Lemos (2002, p. 81), “mais do que deserto do real, a cibercultura está sincronizada com a dinâmica da sociedade contemporânea, podendo mesmo ser caracterizada como uma cibernsocialidade.”

2.4 A geração das redes

Deste modo, devido a criação da internet e a sua conseqüente popularização em todo o mundo, a sociedade precisou se adaptar às novas possibilidades de comunicação e por conseqüente, de relacionamento e comunhão. A partir disso, o que até então era apenas presencial, passou a ganhar nova forma dentro do virtual.

Essa construção cultural, segundo o pensamento de Lévy, tem um grupo líder, uma juventude que habita as metrópoles, que tem um aceitável nível de escolaridade e que deseja manter-se conectado constantemente. Não significa que as demais faixas etárias estejam excluídas desta constituição, porém sua participação é menor. (SÁVIO, 2022, p.19).

Com isso, esta transformação da sociedade contemporânea em decorrência da tecnologia, liderada por uma geração que já nasceu conectada e atenta a cada possibilidade de transformação na cibersociedade evidenciam o protagonismo dos jovens no que diz respeito a internet e a esta nova maneira de produzir e consumir conteúdos.

Sendo assim, é necessário primeiramente explicar quem são estes jovens e quais as suas principais características. Esta juventude ficou popularmente conhecida como *Geração Z* ou *Gen Z* justamente por crescerem zapeando na internet e serem pessoas nascidas na Era Digital, ou seja, de 1991 a 2010 (OLIVEIRA, 2010, p. 56 apud AZEVEDO, 2016, p. 49). Possuem como uma das suas principais características a necessidade da conectividade e o costume e a facilidade que possuem para realizar diversas tarefas ao mesmo tempo sem

perderem o ritmo ou o foco, ou seja, são jovens multitarefas. (CALDEIRA; FONSECA; ZANINELLI, 2022, p.12).

Eles leem blogs em vez de jornais. Com frequência se conhecem online antes de se conhecerem pessoalmente. Eles obtêm suas músicas online – com frequência de graça, ilegalmente – em vez de comprá-las em lojas de discos. Provavelmente enviam uma mensagem instantânea em vez de pegarem o telefone para marcar um encontro à noite. Os principais aspectos de suas vidas – interações sociais, amizades, atividades cívicas – são mediados pelas tecnologias digitais. E não conheceram nenhum modo de vida diferente. (PALFREY; GASSER, 2011, p. 12 apud AZEVEDO, 2016, p. 49-50).

Deste modo, por preferirem as comodidades do virtual no que tange às escolhas cotidianas, pela sua fácil adaptação às realidades próprias do digital e também por já nascerem permeados de tecnologia, são também considerados *nativos digitais*. Em contrapartida, as gerações que os antecedem, como a de seus pais e avós, são consideradas *imigrantes virtuais*, justamente por nascerem em uma época onde as relações se davam unicamente de maneira presencial. (AZEVEDO, 2016, p. 50).

Em suma, são adolescentes e jovens adultos que nasceram numa cultura, baseada e regidas em grande parte pelas conexões virtuais e que possuem uma presença expressiva nestes ambientes conforme aponta a pesquisa realizada pela Comscore (SCATAMBURLO, 2023, p.7). Porém, a participação massiva da juventude no contexto virtual traz consigo riscos e alertas quanto às motivações desta presença.

A geração digital cresceu em um ambiente no qual a vida virtual nada mais é do que parte do seu cotidiano. (...) O século XXI, com suas características de pressa e relações superficiais, estimula o binômio impulso e ação. Associada ao adolescente que dispõe de poucas ou nenhuma ferramenta para lidar com frustrações, com o excesso de competitividade, com o método escolar pouco sedutor e objetivo, com relações familiares difíceis, com pouco ou nenhum afeto, e em contato com essa mídia sedutora que o transporta para situações de prazer em um mundo virtual em que ele pode atuar da maneira que quiser, essa situação pode em alguns casos favorecer o desenvolvimento da dependência da internet e de outros problemas psiquiátricos. (GAMA, 2013, p.132 apud AZEVEDO, 2016, p. 55).

Com isso, conforme aponta Azevedo (2016, p. 55 e 56) as redes sociais, por causa da anonimidade, podem representar para muitos uma fuga da realidade, ou

seja, alguns jovens, por falta de habilidades sociais suficientes para compreender e corresponder aos problemas presentes em seus cotidianos, optam pelo isolamento social e assim, utilizam das mídias sociais para preencher lacunas emocionais correndo o risco de desenvolverem diversos vícios.

Sendo assim, nota-se que “de uma forma mais elucidativa, o que estamos vivenciando é uma profusão de contatos e relacionamentos virtuais e uma queda na conversação face a face.” (AZEVEDO, 2016, p. 57) gerados e reforçados pelo uso das redes sociais.

3. A COMUNICAÇÃO CRISTÃ NO MEIO SECULAR NO SÉCULO XX

Como foi visto, a preocupação com a comunicação sempre esteve presente no seio da Igreja. Este nunca foi um tema tido como irrelevante, ao contrário, desde seus primórdios a Igreja preocupou-se com o anúncio do Evangelho, conforme mandato do próprio Senhor que disse: “Ide por todo o mundo, pregai o evangelho a toda criatura”. (Mc 16,15). Neste sentido, muitas foram as formas, ao longo dos séculos, pelas quais a Igreja se esforçou em transmitir a Boa Nova.

Desde a transmissão oral feita pelos apóstolos que conviveram com Jesus Cristo, que narram suas experiências àqueles que foram se achegando às comunidades cristãs, passando pelas cartas que eram enviadas às comunidades, compondo, posteriormente, o que chamamos de Novo Testamento, perpassando os vários períodos históricos até os nossos dias, em que anunciamos, por exemplo, por meio da internet nas redes sociais.

De diversas formas encontram-se referências do uso de meios de comunicação social no processo de transmissão da fé cristã. A Igreja, valendo-se destes meios, nunca deixou de cumprir sua missão evangelizadora. Ao contrário, utilizando com sabedoria daquilo que os tempos dispõem, a Igreja pôde anunciar com maior potencialidade o seu conteúdo aos homens e mulheres de cada tempo. Em particular, neste capítulo, como nos últimos anos, a Igreja dedicou especial atenção ao tema da comunicação.

3.1 A questão da comunicação no Concílio Vaticano II

Na história da Igreja, pode-se dizer que houve um grande salto qualitativo a partir do Concílio Vaticano II; em vários aspectos ocorreram mudanças significativas. Por exemplo, na liturgia (com *Sacrosanctum concilium*), na questão dos leigos (com *Apostolicam Actuositatem*), no diálogo ecumênico (com *Unitatis Redintegratio*), etc. Especificamente, no que tange à questão da comunicação, identifica-se que houve grande preocupação da Igreja no processo de sua atualização.

Se outrora houve inúmeros receios, por parte da Igreja, no que diz respeito ao uso dos meios de comunicação, a partir do Concílio este já não seria mais um temor. Uma postura absolutamente distinta daquela do século XV, surgiu com o alvorecer do século XX. No surgimento da prensa de Gutenberg (1450) havia certo temor da parte dos eclesiásticos em relação ao mau uso que poderia ser feito deste instrumento que surgia na sociedade europeia.

Decorridos apenas trinta anos depois da impressão do primeiro livro – a Bíblia –, o Papa Inocêncio VIII publica o *Inter Multiplices*, no qual define o pensamento da Igreja sobre os meios de comunicação escritos e como abordá-los. O Papa estava preocupado com a vida espiritual dos católicos e via no advento da imprensa uma nova tecnologia que poderia ameaçar o controle eclesiástico da produção cultural de seu tempo. Foi também neste período que a Igreja estabeleceu um rigoroso controle, examinando os livros suspeitos de heresias (oposição aos ensinamentos da Igreja). (TAVARES, 2016, p.3).

Tal postura será, por vezes, repetida ao longo da história frente ao surgimento de novas formas de comunicação (como, por exemplo, no caso do cinema). Por mais que houvesse uma percepção dos benefícios de tais meios, a preocupação com seus riscos era algo ainda superior. Porém, progressivamente, a Igreja começou a mudar de perspectiva com o decorrer do tempo. Esse processo ocorreu graças a percepção de que agora, mais do que nunca, tais meios seriam imprescindíveis à evangelização.

Apesar de sua forte atitude negativa, a Igreja começou, lenta e gradualmente, a perceber a utilidade dos meios eletrônicos de comunicação na difusão de suas mensagens e a servir-se deles. Durante o período de 1878 a 1939, a Igreja mostrou alguma flexibilidade em relação à imprensa e às novas tecnologias de comunicação, particularmente ao cinema e ao rádio, mas ainda se movia com cautela. (TAVARES, 2016, p.4).

Neste sentido, uma verdadeira mudança de mentalidade só será vista após o Concílio Vaticano II. Houve da parte dos Padres Conciliares um processo de abertura aos meios de comunicação enquanto viáveis à evangelização. Houve um despertar quanto à possibilidade de utilizá-los como instrumentos mais eficazes de transmissão da fé nestes tempos.

O *Inter Mirifica* foi importante por tratar o processo comunicacional tanto nos aspectos do veículo, quanto no que se refere ao emissor e receptor da mensagem.

Ele é um decreto que trata dos vários aspectos da comunicação. Com isso, vemos um cuidado no olhar acerca do processo comunicacional, ou seja, não se trata no documento apenas do meio veicular com um fim, ou ainda, um risco em si mesmo, na verdade, se atribui a devida responsabilidade aos que participam de todo o processo. Deste modo, o decreto apresenta um diferencial em relação a outros textos que foram sendo elaborados pela Igreja ao longo dos séculos.

Pode-se afirmar, portanto, que o Concílio Vaticano II foi decisivo para responder aos desafios e anseios atuais, considerando-os como relevantes para a evangelização. Entretanto, a execução deste concílio de *aggiornamento* não foi nada fácil. Mesmo a questão da comunicação não foi tema pacífico entre os membros da assembleia conciliar. Na verdade, pelo próprio histórico da Igreja havia inúmeras resistências ao tema. Como explica Puntel:

Houve uma batalha, ou pelo menos houve um esforço relevante para que se conquistasse algo. O decreto *Inter Mirifica* foi um divisor de águas. Ou seja, mudança de mentalidade de magistério da Igreja que, não raro, através de vários pontífices, viam a comunicação (geralmente e, sobretudo dos meios de comunicação) como algo negativo ou até “ameaçador” ao poder, ao ponto de se posicionarem contra a liberdade de expressão; censura em nível interno da Igreja, índice de livros proibidos, etc. (PUNTEL, 2021, p.5).

Superadas as resistências, tendo sido aprovado o decreto sobre a comunicação na reta final do Concílio (04 de dezembro de 1965), foi lançado então o desafio de torná-lo efetivo. Em outras palavras, havia a necessidade de que o texto não se tornasse letra morta, ou seja, que verdadeiramente a Igreja (com todos os seus membros: hierarquia, religiosos(as) e leigos(as), jovens e adultos) assumisse este ideal de comunicação a partir dos *mass media* para uma eficaz evangelização nestes tempos. Assim, ficou expresso o seguinte:

Procurem, de comum acordo, todos os filhos da Igreja que os meios de comunicação social se utilizem, sem demora e com o máximo empenho nas mais variadas formas de apostolado, tal como o exigem as realidades e as circunstâncias do nosso tempo, adiantando-se assim às más iniciativas, especialmente naquelas regiões em que o progresso moral e religioso reclama uma maior atenção. (IM, 1965, n.3).

Observa-se, portanto, uma postura absolutamente nova em relação à comunicação. A Igreja, que havia sido resistente aos meios, agora incentiva com o

máximo de insistência que seus filhos estejam engajados no que tange ao anúncio da Boa Nova por meio destes instrumentos disponíveis nestes tempos atuais.

3.2 Inter Mirifica: nova compreensão da Igreja acerca da comunicação

Em contraponto a cultura secular, criada e reforçada pelas mídias sociais, a Igreja compreende a importância de se fazer presente nestes ambientes, pois, vê tais espaços como propícios à transmissão de valores evangélicos. A Igreja não se distanciou ignorando os males que podem estar presentes nos meios de comunicação. Mas, ao contrário, faz-se presente a fim de propor aquilo que é bom, verdadeiro e justo.

Destarte, tal missão acontece não apenas através do clero, mas contando também com o apoio dos leigos. Estes têm particular importância nos meios seculares, pois, diversas vezes, são capazes de chegar aonde os padres e bispos seriam incapazes. Neste sentido, em meados do século XX, a Igreja exortou acerca dessa importância do laicato na missão de comunicação. A saber, afirmou-se que “compete principalmente aos leigos vivificar com espírito humano e cristão estes meios, a fim de que correspondam à grande esperança do gênero humano e aos desígnios divinos”. (IM, 1965, n.3).

Este documento citado, o decreto *Inter Mirifica*, do Concílio Vaticano II, foi um dos maiores marcos quanto a essa contraposição por parte da Igreja, pois é a base na qual muitos outros que o seguem foram alicerçados.

É a primeira vez que na história da Igreja um Concílio Ecumênico discute sobre os meios de comunicação social, publicando um documento oficial. E isto se reveste de importância maior, se se considera que um documento conciliar vai bem mais além do que uma declaração individual de um Papa, feita por uma carta encíclica, ou um discurso pronunciado em certas ocasiões especiais. (DARIVA, 2003, p.68).

Com o peso de ser um documento conciliar, o mesmo é ainda hoje referência no que tange à comunicação na Igreja. Apesar de escrito em 1965, o decreto se faz

mais atual do que nunca, uma vez que não se limita apenas a televisão, ao rádio e ao cinema, mas se adianta e referencia todos os ditos meios de comunicação social.

O decreto reconhece as potencialidades dos meios de comunicação e compreende que, se bem utilizados, poderão se tornar um poderoso instrumento de evangelização, porém reforça o alerta quanto a sua má utilização. Desta forma, ele (decreto *Inter Mirifica*) segue com uma série de normas e recomendações quanto às possibilidades de uso dos meios de comunicação social.

Por exemplo, nele vê-se o reconhecimento de que “com o progresso da sociedade e os estreitos vínculos de dependência recíproca que hoje nos prendem uns aos outros, a informação se tornou indispensável”. (IM, 1965, n.5). Ou seja, estar inserido nos diversos meios de comunicação é fundamental para os novos tempos, afinal, o processo de comunicação é imprescindível para uma eficaz evangelização.

Com isso, no seu decorrer nota-se uma postura formadora por parte da Igreja, que reconhece primeiramente que para realizar um bom uso destes meios é necessária uma consciência bem formada previamente por parte dos fiéis. E sendo assim, alerta tanto os jovens quanto seus responsáveis, nos cuidados com os conteúdos a serem consumidos.

Os destinatários, sobretudo os jovens, procurem acostumar-se a ser moderados e disciplinados no uso destes meios; ponham, além disso, empenho em entenderem bem o que ouvem, lêem e vêem; dialoguem com educadores e peritos na matéria e aprendam a formar um recto juízo. Recordem os pais que é seu dever vigiar cuidadosamente por que os espectáculos, as leituras e coisas parecidas que possam ofender a fé ou os bons costumes não entrem no lar e por que os seus filhos não os vejam noutra parte. (IM, 1965, n. 10).

Porém, através deste documento, a Igreja reconhece que é necessário não apenas realizar um bom uso dos meios de comunicação em massa de forma moral, mas também ao nível prático e laboral. Portanto, nota a necessidade de “[...] formar-se oportunamente sacerdotes, religiosos e também leigos, que possuam a devida perícia nestes meios e possam dirigi-los para os fins do apostolado.” (IM,

1965, n. 15). Este foi um verdadeiro avanço, pois a Igreja entendeu que mais pessoas poderiam colaborar com a missão de comunicar a fé.

Neste sentido, não apenas os clérigos foram entendidos como responsáveis pela comunicação social. Ao contrário, religiosos e religiosas, leigos e leigas, e também os jovens foram convocados a este engajamento através dos meios de comunicação. Com isso, reforça também a necessidade desta mesma urgência formativa para a juventude, para terem o conhecimento moral acerca dos valores cristãos católicos e práticos quanto ao uso destes meios e para poderem viver de maneira frutífera a sua juventude e apostolado.

Com efeito, *Inter Mirifica* foi um documento que simbolizou um marco na vida da Igreja. Uma vez que a Igreja apostou nos leigos e leigas, teve a alegria de ver florescer e frutificar muitas iniciativas ao redor do mundo neste aspecto da comunicação. Houve um entendimento fundamental de que a partir deste documento:

A expressão 'comunicação social', entendida como comunicação entre seres humanos, inclui, além de meros instrumentos técnicos modernos, todas as outras formas de comunicação como se exprimem nas várias sociedades e culturas. (DARIVA, 2003, p.68-69).

A partir deste decreto nasceram outras duas importantes contribuições para a Igreja e principalmente para a sociedade: a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* (1971), promulgada por determinação do Concílio Vaticano II, considerada um dos documentos da Igreja mais positivos sobre a comunicação social. Nela nota-se os primeiros frutos de uma nova concepção eclesial surgida no cenário pós-conciliar. Para todos se tratava de um novo tempo no qual os meios de comunicação foram vistos como grande contributo para o progresso da humanidade.

A *Communio et Progressio* é considerada como a Magna Carta da comunicação cristã, caracterizada por uma aproximação mais positiva entre a comunicação e a Igreja, aproximação profissional e concreta. Os próprios autores, no entanto, não a consideram como a palavra final da Igreja sobre o assunto, mas esperam 'que a sua publicação marque, não tanto o fim, mas o princípio de uma nova era', cientes de que o povo de Deus caminha na história. (DARIVA, 2003, p. 82).

E, em segundo lugar, fala-se do Dia Mundial das Comunicações, também um fruto do documento conciliar *Inter Mirifica*. Trata-se de uma data, a qual a Igreja optou por fixar em 24 de janeiro devido à festa de São Francisco de Sales, tido como o padroeiro dos jornalistas e escritores, em que se divulga uma mensagem do Papa com alguma reflexão acerca do uso ou função dos meios de comunicação.

O Concílio Vaticano II pede para que esta data seja sempre respeitada e assim acontece há 58 anos. Deste modo ficou firmado no decreto:

Para reforçar o variado apostolado da Igreja por intermédio dos meios de comunicação social celebre-se anualmente, nas dioceses do mundo inteiro, um dia dedicado a ensinar aos fiéis seus deveres no que diz respeito aos meios de comunicação, a se orar pela causa e a recolher fundos para as iniciativas da Igreja nesse setor, segundo as necessidades do mundo católico. (IM, 1965, n.18).

Nessa ocasião, geralmente o Sumo Pontífice escreve uma mensagem relacionando os fatos da atualidade com a comunicação social. Com isso, motiva os comunicadores das mais diversas áreas a seguirem adiante com sua missão, enfrentando os desafios atuais e sempre pautados nos valores do Evangelho.

Além disso, outros frutos vieram do documento *Inter Mirifica*. Na Exortação apostólica *Evangelii Nuntiandi*, publicada pelo Papa Paulo VI apenas 10 anos depois do Concílio do Vaticano II, reforça a questão da urgência e responsabilidade da Igreja quanto a utilização dos mass media para a evangelização, quando diz que:

Postos ao serviço do Evangelho, tais meios são susceptíveis de ampliar, quase até ao infinito, o campo para poder ser ouvida a Palavra de Deus e fazem com que a Boa Nova chegue a milhões de pessoas. A Igreja viria a sentir-se culpável diante do seu Senhor, se ela não lançasse mão destes meios potentes que a inteligência humana torna cada dia mais aperfeiçoados. É servindo-se deles que ela "proclama sobre os telhados", a mensagem de que é depositária. Neles encontra uma versão moderna e eficaz do púlpito. Graças a eles consegue falar às multidões. (EN, 1975, n. 45).

Contudo, algo que está sempre presente nas reflexões da Igreja, não se restringindo à *Evangelii Nuntiandi* é que sempre houve a preocupação com os valores transmitidos através destes meios. Afinal, em tempos conturbados como os

atuais é preciso sempre retomar ensinamentos sólidos que são garantias de uma sociedade saudável.

Desde então, a Igreja tem publicado inúmeros documentos que têm por finalidade chegar a uma visão mais profunda acerca da temática do uso dos meios de comunicação sociais.

3.3 Possibilidades frente aos tempos atuais

Na busca por trazer a luz quanto às possibilidades frente aos tempo atuais, o então Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais publicou, no ano de 2002, dois documentos relacionados que, com base no bem comum e na dignidade da pessoa humana, trata unicamente sobre os princípios éticos na internet e a presença da Igreja neste ambiente virtual. Sobre o documento “Ética na internet” nota-se que:

O documento registra o interesse que a Igreja tem em ver questões que dizem respeito à internet serem refletidas e debatidas constantemente: tanto do processo de globalização injusto, favorecido pelas novas tecnologias a problemáticas como a privacidade, segurança, credibilidade dos dados, os direitos autorais, a lei de tutela da propriedade intelectual, a pornografia, os sites que instigam ao ódio, a disseminação de boatos, a representação de homicídios sob a aparência de notícias, e tudo o mais que se refira a esse ambiente de comunicação. (ZOLIN, 2010, p.160).

Com isso, a Igreja quis reforçar a sua preocupação quanto aos debates públicos em relação ao desenvolvimento da Internet, principalmente no que diz respeito às questões cívicas. Isso porque se viu que este meio de comunicação possui um grande potencial facilitador para as questões cotidianas e práticas na sociedade e com isso, atinge também as realidades eclesiais.

Paralelamente ao documento “Ética na Internet”, foi publicado outro escrito que trata especificamente da relação da igreja com a internet, no qual se compreendeu que a mesma pode ser uma ferramenta muito positiva e que contribui para um melhor atendimento de diversas necessidades tanto pastorais como administrativas.

A Internet é relevante para muitas actividades e programas da Igreja — a evangelização, incluindo a reevangelização e a nova evangelização, e a obra missionária tradicional ad gentes, a catequese e outros tipos de educação, notícias e informações, apologética, governo e administração, assim como algumas formas de conselho pastoral e de direcção espiritual. Não obstante a realidade virtual do espaço cibernético não possa substituir a comunidade interpessoal concreta, a realidade da encarnação dos sacramentos e a liturgia, ou a proclamação imediata e directa do Evangelho, contudo pode completá-las, atraindo as pessoas para uma experiência mais integral da vida de fé e enriquecendo a vida religiosa dos utentes. Ela também oferece à Igreja formas de comunicação com grupos específicos — adolescentes e jovens, idosos e pessoas cujas necessidades as obrigam a permanecer em casa, indivíduos que vivem em regiões remotas e membros de outros organismos religiosos — que, de outra forma, podem ser difíceis de alcançar. (IGREJA E INTERNET, 2002, n.5).

Deste modo, fica evidente que o principal objetivo dos debates na Igreja no século XXI não são mais se as pessoas devem ocupar os espaços virtuais, mas sim em como fazê-lo de modo a não perder a centralidade da mensagem e dos valores evangélicos.

Para isso, o Dicastério para as Comunicações, publicou um documento neste ano de 2023 intitulado “Rumo a presença plena”, no qual aborda diversos aspectos próprios dos ambientes virtuais, principalmente das redes sociais e das novas tecnologias decorrentes da inteligência artificial, refletindo em como pode se dar a participação dos católicos no meio digital e quais os riscos que algumas atitudes comuns a esta cibercultura podem oferecer na vivência da fé e dos valores cristãos. Com isso, o documento deixa claro que:

Muito além do ato de usar as redes sociais como um instrumento, vivemos em um ecossistema plasmado na sua essência pela experiência da partilha social. Não obstante ainda usemos a web para procurar informações ou entretenimento, recorremos às redes sociais para ter uma sensação de pertença e afirmação, transformando-a em um espaço vital onde se verifica a comunicação de valores e crenças essenciais. (RUMO A PRESENÇA PLENA, 2023, n.10).

Desta forma, é evidente que a relação do homem com a internet tem se modificado cada dia mais e, assim, ganhando novos significados. O que antes foi criado para ser apenas uma rede de comunicação militar segura, de uso restrito e limitado, passou a ser, nos dias atuais, algo comum a grande parte da população, que ocupa um tempo significativo no dia a dia, chegando no Brasil a uma média de

3h30m conectados, conforme pesquisa realizada pela COMSCORE. (SCATAMBURLO, 2023, p.5).

Sendo assim, o ser humano passa a usar a tecnologia não mais apenas para suprir necessidades, facilitar processos e melhorar aspectos meramente comunicacionais como outrora, mas sim compartilhar sua vida, pensamentos e crenças. Isso implica em uma relação mais próxima e até mesmo pessoal dos indivíduos com os seus aparelhos tecnológicos e suas redes sociais. O virtual tornou-se parte do real de modo a influenciar toda uma forma de pensar, ser e agir.

Alguns nasceram nesta cultura e são “nativos digitais”; outros ainda procuram acostumar-se com ela, como “imigrantes digitais”. Seja como for, agora nossa cultura é digital. Para superar a antiga dicotomia entre “digital” e “face a face”, alguns já não falam de “online” e “offline”, mas somente de “onlife”, incorporando a vida humana e social nas suas várias expressões, tanto em espaços digitais como físicos. (RUMO A PRESENÇA PLENA, 2023, n.9).

Dentro deste contexto, conforme aponta o Documento Final do Encontro pré-sinodal em preparação para a XV Assembléia Geral Ordinária, “Os jovens, a fé e o discernimento vocacional”, de 2018, os bispos mostraram a sua atenção quanto aos efeitos da internet e das tecnologias na vida dos jovens. “O impacto das mídias sociais na vida dos jovens não pode ser desvalorizado. As mídias sociais são parte integrante da identidade dos jovens e do seu modo de viver.” (INSTRUMENTUM LABORIS, 2018, n.4).

Um dos principais pontos de preocupação é em relação aos vícios que a internet pode trazer aos jovens, tanto no próprio uso dos aparelhos eletrônicos e das redes sociais quanto a pornografia e seus consequentes danos. Além disso, outro aspecto que gera um alerta para a Igreja é no que se diz respeito à falta de experiências com a diversidade, gerada devido aos algoritmos, que na tentativa de aproximar pessoas diferentes acabam por contribuir para que as interações nas redes sejam limitadas as pessoas com as mesmas ideias e anseios.

Este último ponto, porém, não se restringe apenas aos jovens e assim passou a ser motivo de atenção por parte da Igreja para com todos os seus fiéis. A reflexão

pastoral “Rumo a presença plena” traz o termo “bolhas de filtro” para explicar este fenômeno do isolamento gerado pelas redes sociais. Deste modo, em contraponto a este fenômeno, a resposta cristã passa a ser a promoção de uma cultura de encontro ao explicar que:

Quando os indivíduos não se tratam uns aos outros como seres humanos, mas como meras expressões de um certo ponto de vista que não compartilham, testemunhamos outra expressão da “cultura do descartê”, que prolifera a “globalização” – e a normalização – “da indiferença”. Retirar-se no isolamento dos próprios interesses não pode ser o caminho para restabelecer a esperança. Pelo contrário, o caminho a percorrer é o cultivo de uma “cultura do encontro”, que promova a amizade e a paz entre pessoas diferentes. (RUMO A PRESENÇA PLENA, 2023, n.19).

Apesar de aparentar uma visão utópica, o documento traz em sua continuidade um passo a passo prático, a partir da passagem do Bom Samaritano (Lc 10, 25-37), em como as redes sociais podem e devem ser o lugar de encontro e evangelização.

Deste modo, da mesma maneira que, culturas e pensamentos alheios ao Evangelho podem influenciar a vivência de fé de muitos cristãos, a partir desta nova visão do ambiente virtual, os cristãos poderão auxiliar uns aos outros na caminhada de fé, além de contribuir para um ambiente mais humano e acolhedor.

Com efeito, orientando as conexões digitais para o encontro com pessoas reais, criando relacionamentos reais e edificando uma comunidade real, na realidade nutrimos nossa própria relação com Deus. Dito isto, nossa relação com Deus deve ser alimentada também através da oração e da vida sacramental da Igreja que, devido à sua essência, nunca podem ser reduzidas simplesmente à esfera “digital”. (RUMO A PRESENÇA PLENA, 2023, n.24).

Com isso, observa-se que desde o Concílio Vaticano II, a atenção quanto a comunicação no mundo e principalmente para com os fiéis nestes ambientes digitais é algo constante para a Igreja Católica, que em seus documentos faz questão de evidenciar os riscos e também os benefícios para a comunidade de fé, de modo a orientar para o seu reto uso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante disso, no primeiro capítulo foi entendido que a comunicação tem o seu início no próprio Deus, que a partir de Sua palavra, criou todas as coisas e assim se dirigiu ao homem para gerar comunhão. Com isso, ao analisar os elementos básicos para uma boa comunicação, ficou evidente a eficiência e eficácia na comunicação de Jesus Cristo com os homens, que a partir da sua ordem aos discípulos passaram a também comunicar a Boa Nova.

No segundo capítulo, foi percebido neste processo que esta cultura própria dos ambientes virtuais tem transformado toda uma forma de pensar e agir até mesmo nos ambientes físicos e “reais”. A cultura da internet não está mais restrita apenas ao digital, mas faz parte do dia a dia das pessoas de maneira concreta.

Por fim, no terceiro e último capítulo ficou evidenciado que a partir do Vaticano II a Igreja adotou uma nova postura em relação aos meios de comunicação, entendendo que o problema não são os meios, mas a mensagem passada e consumida através deles. Por isso, a atenção se volta para todo o povo de Deus que possui a responsabilidade de usar desses meios de comunicação para evangelizar, além de zelar pelo conteúdo consumido através deles e assim, levar ao mundo um olhar mais acolhedor e coerente com a mensagem do Evangelho.

Dado o exposto, fica notório os esforços da Igreja Católica em não se manter alheia aos debates e questões presentes na sociedade atual e assim, orientar seus fiéis para uma melhor compreensão das realidades que os cercam de modo a fazerem um reto uso dos meios de comunicação de modo a propagar uma sociedade mais humana e atenciosa para todos.

Compreende-se que o presente trabalho não é o final, mas sim, a primeira etapa de uma pesquisa que futuramente poderá analisar possíveis desdobramentos e atualizações a longo prazo. Assim também, outros trabalhos podem sucedê-la e contribuir com o surgimento de novos produtos quanto a temática da evangelização no ambiente virtual.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Marcelo. A Cibercultura: uma introdução. Revista UNISAL, São Paulo, s/v, n. 24, p. 53-77, fev/ 2012. Disponível em: <file:///C:/Users/estersv/Downloads/2-2-PB.pdf>. Acesso em: 28 out. 2023.

AZEVEDO, Douglas. **Online full time**: A sociabilidade das gerações Y e Z no cotidiano tecnológico. 2016. 140 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de pós graduação em Mídia e Cotidiano, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2016. Disponível em : <https://app.uff.br/riuff/handle/1/3830>. Acesso em: 14 dez. 2023

BACELAR, Jorge. Apontamentos sobre a história e desenvolvimento da impressão. **Biblioteca Online de Ciência e Comunicação**. 1999. 6 f. Universidade da Beira Interior. 1999. Disponível em: <https://www.bocc.ubi.pt/pag/bacelar_apontamentos.pdf>. Acesso em: 27 nov. 2023.

BÍBLIA. Êxodo. Português. **Bíblia Sagrada**. Tradução de CNBB. Brasília: CNBB, [s/d]. p. 66-114.

_____. Gênesis. Português. **Bíblia Sagrada**. Tradução de CNBB. Brasília: CNBB, [s/d]. p. 13-67.

_____. Hebreus. Português. **Bíblia Sagrada**. Tradução de CNBB. Brasília: CNBB, [s/d]. p. 1475-1488.

_____. João. Português. **Bíblia Sagrada**. Tradução de CNBB. Brasília: CNBB, [s/d]. p. 1309-1340.

_____. Lucas. Português. **Bíblia Sagrada**. Tradução de CNBB. Brasília: CNBB, [s/d]. p. 1267-1308.

_____. Marcos. Português. **Bíblia Sagrada**. Tradução de CNBB. Brasília: CNBB, [s/d]. p. 1241-1266.

_____. Mateus. Português. **Bíblia Sagrada**. Tradução de CNBB. Brasília: CNBB, [s/d]. p. 1200-1240.

CALDEIRA, Giseli; FONSECA, Diego Leonardo de Souza; ZANINELLI, Thais. Veteranos, Baby Boomers, Nativos Digitais, Gerações X, Y e Z, Geração Polegar e Geração Alfa: perfil geracional dos atuais e potenciais usuários das bibliotecas universitárias. Brazilian Journal of Information Studies: Research trends, vol.x, publicação contínua. 2022. Disponível em: <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/bjis/article/download/12991/8744/46150> Acesso em: 13 dez. 2023

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 698 p. Disponível em:

<<https://globalizacaointegracaoregionalufabc.files.wordpress.com/2014/10/castells-m-a-sociedade-em-rede.pdf>> Acesso em: 21 out. 2023.

_____. **A Galáxia da Internet**: Reflexões sobre a Internet ,os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003. 525 p. Disponível em: <https://www.academia.edu/41717035/A_Galaxia_da_Internet_Manuel_Castells> Acesso em: 21 out. 2023.

CATECISMO da Igreja Católica. Vaticano: 1992. Não paginado. Disponível em: <https://www.vatican.va/archive/cathechism_po/index_new/indice_po.html>. Acesso em: 29 maio 2023.

CONCÍLIO VATICANO II, 1962-1965, Vaticano. **Constituição Pastoral *Gaudium et Spes***. Vaticano: 1965. Não paginado. Disponível em: <https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19651207_gaudium-et-spes_po.html> . Acesso em: 29 maio. 2023.

_____. Decreto ***Inter Mirifica***. Vaticano, 1965. Não paginado. IM Disponível em: <https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_de_cree_19631204_inter-mirifica_po.html>. Acesso em: 18 nov. 2023.

CORREIA, Pedro Miguel; MOREIRA, Maria Faia. Três grandes marcos da primeira década de história dos sites de redes sociais de larga escala: Friendster, MySpace, Facebook e a sua atomização em sites de redes sociais de nicho. **Revista ALCEU**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 30, p. 104- 116, 2015. Disponível em:<<http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/Alceu%2030%20pp%20104%20a%20116.pdf>>. Acesso em: 11 dez. 2023.

DARIVA, Noemi (Org). **Comunicação social na Igreja**: documentos fundamentais. São Paulo: Paulinas, 2003. 624 p.

DECOS-CELAM. **Comunicação missão e desafio**. São Paulo: Edições Paulinas, 1988. 334 p.

FERRARETTO, Luiz Artur. Roberto Landell de Moura: o pioneiro brasileiro das comunicações. *In*: KLÖCKNER, Luciano; CACHAFEIRO, Manolo Silveiro (org.) **Por que o Padre Roberto Landell de Moura foi inovador?**: conhecimento, fé e ciência. Porto Alegre. EdiPUCRS. 2012. p. 38-52. Disponível em: <<https://editora.pucrs.br/edipucrs/acessolivre/Ebooks/Web/978-85-397-0226-8/pages/v2.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2023.

FILHO, Genésio. **Comunicação e Pastoral**: como melhorar a comunicação nos eventos pastorais. 2 ed. São Paulo: Salesiana, 2003. 160 p.

FRANCHETTO, Bruna; LEITE, Yonne. **Origens da Linguagem**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004. 63 p.

GIL, Henrique Teixeira. A passagem da Web 1.0 para a Web 2.0 e... Web 3.0 : potenciais consequências para uma «humanização» em contexto educativo.

Educatic : boletim informativo, Castelo Branco, [s/ v, s/ n], p.1-2, fev/mar 2014. Disponível em: <<https://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/2404/1/A%20passagem%20da%20Web%20Henrique.pdf>>. Acesso em: 28 nov. 2023.

GOMES, Eduardo de Castro. A escrita na História da humanidade. [s/ l] [s/ d] 17 f. Disponível em: <https://www.academia.edu/31774885/A_escrita_na_Hist%C3%B3ria_da_humanidade> Acesso em: 13 dez. 2023

GONTIJO, Silvana. **Livro de ouro da comunicação**. Rio de Janeiro: Ediouro Publicações, 2004. 463 p.

GUIMARÃES, Leila; ROCHA, Elaine. Práticas informacionais e design thinking: Abordando usuários 3.0 na Ciência da Informação. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 19, n. 00, p. 1- 21, 2021. Disponível em:<<https://www.scielo.br/j/rdbci/a/QcgVHjdGRGmNXCN37SLmwzN/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 28 nov. 2023.

INSTRUMENTUM LABORIS, Assembléia Geral Ordinária do Sínodo dos Bispos, XV, Reunião Pré - Sinodal, 2018, Vaticano. **Os jovens, a fé e o discernimento vocacional: instrumentum laboris**. Vaticano: 2018. Não paginado. Disponível em:<<https://press.vatican.va/content/salastampa/it/bollettino/pubblico/2018/03/24/0220/00482.html#porto>> . Acesso em: 28 nov 2023.

LEMONS, André. Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 8. ed. Porto Alegre, SC: Sulina, 2002. 295 p.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. 1. ed. São Paulo, SP: Editora 34, 1999. 264 p.

MATTOS, Sérgio Augusto. **História da televisão brasileira: Uma visão econômica, social e política**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. 288 p.

MOCELLIM, Alan. Internet e Identidade: um estudo sobre o website Orkut. **Em Tese**, Santa Catarina, v. 3, n. 2, p. 100-121, jan-jul/2007 Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/view/13477/12360>>. Acesso em: 27 nov. 2023.

PAULO VI. **Exortação Apostólica Evangelii Nuntiandi**. Vaticano: 1975. Não paginado; EN. Disponível em: <https://www.vatican.va/content/paul-vi/pt/apost_exhortations/documents/hf_p-vi_exh_19751208_evangelii-nuntiandi.html>. Acesso em: 23 nov. 2023.

PATRÍCIO, Maria Raquel; GONÇALVES, Vítor. Facebook: rede social educativa? In: **I Encontro Internacional TIC e Educação** , [s/ v, s/ n]. 2010. Lisboa, p. 593-598. ISBN: 978-989-96999-1-5 Disponível em:

<<https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/3584/1/118.pdf>>. Acesso em: 28 nov. 2023.

PRATA, Nair. **Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação**. 2. ed. Florianópolis: Insular Ltda., 2012. 256 p.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. **Igreja e Internet**. Vaticano: 2002. Não paginado. Disponível em: <https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_po.html#_ftn18> . Acesso em: 25 nov. 2023.

PUNTEL, Joana T. **Cultura Midiática e Igreja: Uma nova ambiência**. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2005. 152 p.

_____. Vaticano II: uma nova perspectiva para a Comunicação. **Revista de Cultura Teológica**, São Paulo, [s/v], n. 99, p. 160-178, maio-ago. 2021.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. 191 p.

REIS, Caroline Kirsten. **História da escrita: uma contextualização necessária para o processo de alfabetização**. 2019. 56 f. (Graduação em Pedagogia) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2020. Disponível em: <<https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/28854/1/Hist%c3%b3riaEscritaUma.pdf>>. Acesso em: 28 out. 2023.

RUMO À PRESENÇA PLENA. **Dicastério para a Comunicação**. Vaticano: 2023. Não paginado. Disponível em: <https://www.vatican.va/roman_curia/dpc/documents/20230528_dpc-verso-piena-presenza_pt.html> . Acesso em: 25 nov. 2023.

SANTIAGO, Abinoan. TikTok vence Facebook e vira o aplicativo com mais downloads em 2020. **CNN**. [s/ l]. 10 dez. 2020. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/tiktok-vence-facebook-e-vira-o-aplicativo-com-mais-downloads-em-2020/>> Acesso em: 13 dez. 2023

SANTOS, Emanuella; NICOLAU, Marcos. Web do futuro: a cibercultura e os caminhos trilhados rumo a uma Web semântica ou Web 3.0. **Revista Temática**, Paraíba, v.8, n. 10, p. 1-14, out. 2012. Disponível em: <<file:///C:/Users/estersv/Downloads/Artigo%204.pdf>>. Acesso em: 27 out. 2023.

SÁVIO, Joel. **Cibercultura e a questão do humano em geral: Um diálogo entre Pierre Lévy e Alfonso Garcia Rubio**. 2022. 92 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de pós graduação em Teologia, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022. Disponível em : <https://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/10373/2/JOEL_SAVIO_DIS.pdf>. Acesso em: 1 nov. 2023

SCATAMBURLO, Bianca. **O novo consumo de mídia**. In: COMSCORE, 2023, Rio de Janeiro. 47 p. Disponível em: < Novo-Consumo-De-Mídia (1).pdf>. Acesso em: 26 nov. 2023.

SILVA, Simone. **A igreja católica e os meios de comunicação**: um planejamento de comunicação para a catedral metropolitana de juiz de fora. 2006. Dissertação (Bacharel em Comunicação) - Curso de Comunicação Social - Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2006. Disponível em: <<https://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/SSilva.pdf>>. Acesso em: 27 maio 2023.

TAVARES, Paulo Afonso. **Inter Mirifica**: O Divisor de Água na relação da Igreja Católica com os Meios de Comunicação Social. In: INTERCOM- SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, 2016, Goiânia, Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste. Goiânia: Pontifícia Universidade Católica de Goiás; Goiânia: Intercom. ISSN: 2177-787X. Disponível em : <<https://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2016/resumos/R51-0496-1.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2023.

VEJA. **Facebook compra Instagram por 1 bilhão de dólares**. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/tecnologia/facebook-compra-instagram-por-1-bilhao-de-dolares>>. Acesso em: 11 dez. 2023.

ZOLIN, Lúcia. **A Comunicação na perspectiva da Igreja Católica**. Pelotas: RCC Brasil, 2010. 232 p.