



Leanna Scal Simão

Espaço comunicativo católico na trama da rede: a experiência da WebTV Redentor

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação Social do Departamento de Comunicação da PUC-Rio.

Orientador: Prof. Miguel Serpa Pereira

Rio de Janeiro,
Abril de 2015



Leanna Scal Simão

Espaço comunicativo católico na trama da rede: a experiência da WebTV Redentor

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social do Departamento de Comunicação Social do Centro de Ciências Sociais da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Miguel Serpa Pereira

Programa de Pós-graduação em Comunicação Social - PUC-Rio
Orientador

Prof. Ismar de Oliveira Soares

ECA - Escola de Comunicação e Artes – USP

Profa. Angeluccia Bernardes Habert

Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social – PUC-Rio

Prof.^a Mônica Herz

Vice-Decana de Pós-Graduação do CCS

Rio de Janeiro, 30 de abril de 2015

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, da autora e do orientador.

Leanna Scal Simão

Graduou-se em Comunicação Social, com ênfase em jornalismo na PUC-Rio (Pontifícia Universidade Católica), em 2010. Trabalha no setor de Comunicação da Arquidiocese do Rio de Janeiro.

Ficha Catalográfica

Simão, Leanna Scal

Espaço comunicativo católico na trama da rede: a experiência da WebTV Redentor / Leanna Scal Simão ; orientador: Miguel Serpa Pereira. – 2015.

65 f. : il. (color.) ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2015.

Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2. Rede. 3. Igreja e tecnologia. 4. WebTV. 5. WebTV Redentor. I. Pereira, Miguel Serpa. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD: 302.23

Para o Cardeal Dom Orani João Tempesta, pessoa que tanto admiro na forma de trabalhar, amar a Igreja e incentivar a comunicação.

Agradecimentos

Agradeço, primeiramente, a Deus, que guia o meu caminho e orienta as minhas escolhas.

Agradeço ao meu marido, Lucas, o meu maior incentivador.

Com a mesma importância quero demonstrar minha gratidão aos meus pais, Paulo e Eliane, pelos valores passados ao longo da vida, pela educação investida e pelo amor manifestado.

Agradeço ao meu irmão, Paulo Filho, o exemplo de dedicação aos estudos e perseverança.

Ao meu padrinho, Padre Omar, obrigada pelo estímulo de sempre e pelas orações nos momentos de angústia.

Duas instituições são fundamentais nesta conquista, e terão minha eterna gratidão: a PUC-Rio e a Arquidiocese do Rio de Janeiro. Aos funcionários e amigos, o meu muito obrigada!

Na figura do Cônego Marcos William, Vigário Episcopal para a Comunicação Social, agradeço a todos que passaram pelo setor de comunicação e muito me ensinaram. Principalmente, meu muito obrigada a equipe da WebTV Redentor por embarcar nesse sonho comigo.

Com muito carinho agradeço aos professores do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio e do Programa de Pós-Graduação, com quem sempre muito aprendi. À secretária Marise, obrigada por todo apoio e generosidade.

Em especial, quero agradecer ao meu querido orientador professor Miguel Pereira, por cada minuto de convívio. Por sempre direcionar os meus passos e buscar o meu sucesso. Obrigada pelo incentivo e amizade.

Resumo

Simão, Leanna Scal; Pereira, Miguel Serpa. **Espaço comunicativo católico na trama da rede: a experiência da WebTV Redentor**. Rio de Janeiro, 2015. 65p. Dissertação de Mestrado. Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

A evolução digital vem alterando o cenário contemporâneo do campo da comunicação, onde a Internet exerce um papel central de difusão das informações. Nesse contexto, novos paradigmas de convergência de áudio, vídeo e dados permitem a correlação dos tradicionais meios com as tecnologias e plataformas do espaço virtual. A WebTV, totalmente ambientada na cultura digital, apresenta possibilidades diferenciadas e múltiplas de interação social. A Igreja Católica acompanha esse processo com atenção, interesse e ações concretas. Documentos oficiais, como encíclicas, exortações e cartas apostólicas têm orientados os católicos a se moverem nesse novo espaço de comunicação. Tem incentivado também a utilização desse ambiente para atingir os seus objetivos evangelizadores. Esta pesquisa pretende estudar o processo de implantação, os resultados e as propostas da WebTV Redentor, o mais recente veículo de comunicação da Arquidiocese do Rio de Janeiro.

Palavras-chave

Comunicação; rede; Igreja e Tecnologia; WebTV; WebTV Redentor.

Abstract

Simão, Leanna Scal; Pereira, Miguel Serpa. (Advisor) **Catholic communicative space in the network scenario: the experience of WebTV Redentor.** Rio de Janeiro, 2015. 65p. MSc. Dissertation. Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The digital evolution has altered the contemporary setting of the communications field, where the Internet plays a central role in disseminating information. In this context, new audio, video and data convergence paradigms, enable the correlation between traditional media with the technologies and platforms of the virtual space. WebTV, fully set in digital culture, has distinct possibilities of multiple social interaction. The Catholic Church has been following this process with close attention, interest and concrete actions. Official documents such as encyclicals, apostolic letters and exhortations have been guiding Catholics to explore this new space of communication. It has also encouraged the use of this setting to achieve its evangelizers goals. This research intends to study the deployment process, the results and proposals of the WebTV Redentor, the latest communication vehicle of the Archdiocese of Rio de Janeiro.

Keywords

Communication, network; Church and Technology; WebTV; WebTV Redentor.

Sumário

1. Introdução	12
2. Comunicação e a doutrina da Igreja	16
2.1. A Igreja Católica na TV	19
2.2. Internet: um novo ambiente	23
3. WebTV: um novo conceito	33
3.1. Da fotografia à Internet	35
3.2. Evangelização no ambiente virtual	37
4. WebTV Redentor: uma novidade em construção	42
4.1. A WebTV da Arquidiocese do Rio de Janeiro	44
4.2. Dados e avaliação	52
4.3. Jornada Mundial da Juventude: impulso no trabalho virtual	55
4.4. Perspectivas	58
5. Conclusão	60
6. Referências bibliográficas	64

Lista de Figuras

Figura 1: Reportagem JMJ em Madri	48
Figura 2: Comentários da reportagem no site	49
Figura 3: Programas “Amigos para Sempre”	51
Figura 4: Reportagens JMJ Rio 2013	56

Lista de Quadros

Quadro1: Número de acessos na Semana Santa	53
Quadro2: Número de acessos na JMJ Rio 2013	57

“Ai de mim, se eu não anunciar o Evangelho!”
Paulo Apóstolo (1Cor 9,16)

“Ide pelo mundo inteiro, proclamai o Evangelho a
toda criatura” (Mc 16, 15)

1. Introdução

O rápido desenvolvimento das tecnologias no campo dos meios de comunicação é, seguramente, um dos sinais do progresso da sociedade moderna. Hoje, a mídia é um permanente desafio às Igrejas e instituições preocupadas com a formação ética, moral e religiosa das sociedades.

Evangelizar constituiu a missão da Igreja, e quer significar o anúncio de Jesus Cristo. Se fizermos uma incursão pela Sagrada Escritura, encontraremos muitos alicerces bíblicos como comunicação de Deus.

A história da Salvação narra a comunicação de Deus com o homem. Deus cria e a sua atividade criadora se expressa como palavra, comunicação que plasma e dá a vida. Desde o início, Deus coloca no universo e no homem um desejo que corresponde ao movimento descendente da sua abertura amorosa e misericordiosa. Colocando o mundo e o homem como “outro de si”, Deus institui a possibilidade de um autêntico diálogo entre o criador e a criatura que atinge seu auge na encarnação: “E o Verbo se fez carne e veio morar no meio de nós” (Jo, 1, 14). Deus realiza aqui um salto de qualidade comunicativo: em seu Filho, Jesus de Nazaré, não dialoga através de uma anunciação invisível sob o toldo da reunião dos sábios ou no templo da antiga aliança, mas com a presença pessoal do seu Verbo eterno, o Filho amado, que precisa ser escutado e seguido (cf. Mc 9,6-7).

A Igreja nasce do evento comunicativo do Filho Unigênito, o Verbo encarnando, que habita entre os homens e reúne os discípulos por força da escuta da sua palavra, enviando-os, então, como seus testemunhos e anunciadores entre as pessoas. O nascimento da comunidade de fé é fruto da participação doada à vida de Jesus por obra do Espírito.

A força comunicativa da Palavra de Deus emerge de maneira singular na celebração litúrgica. É nela que o anúncio ocorre. Não mais apenas expressões verbais, mas realidade. O mistério salvífico vem entregue aos homens de todos os tempos e de todas as latitudes, tornando contemporâneo – aqui e agora – o mistério de Cristo.

O foco da nossa reflexão propõe a questão de como a Igreja, seus homens e mulheres, tem potencializado a investigação, criação e utilização das tecnologias ao longo dos tempos, tendo como objeto de pesquisa a WebTV da Arquidiocese de São Sebastião do Rio de Janeiro.

Para este estudo utilizaremos como alicerces, além da teoria comunicacional e de desenvolvimento tecnológico, os muitos documentos e mensagens pontifícias relacionadas ao tema das comunicações.

O primeiro areópago dos tempos modernos é o *mundo das comunicações*, que está a unificar a humanidade, transformando-a — como se costuma dizer — na « aldeia global ». Os meios de comunicação social alcançaram tamanha importância que são para muitos o principal instrumento de informação e formação, de guia e inspiração dos comportamentos individuais, familiares e sociais. Principalmente as novas gerações crescem num mundo condicionado pelos mass-média. Talvez se tenha descuidado um pouco este areópago: deu-se preferência a outros instrumentos para o anúncio evangélico e para a formação, enquanto os mass-média foram deixados à iniciativa de particulares ou de pequenos grupos, entrando apenas secundariamente na programação pastoral. O uso dos mass-média, no entanto, não tem somente a finalidade de multiplicar o anúncio do Evangelho: trata-se de um fato muito mais profundo porque a própria evangelização da cultura moderna depende, em grande parte, da sua influência. Não é suficiente, portanto, usá-los para difundir a mensagem cristã e o Magistério da Igreja, mas é necessário integrar a mensagem nesta « nova cultura », criada pelas modernas comunicações. É um problema complexo, pois esta cultura nasce, menos dos conteúdos do que do próprio fato de existirem novos modos de comunicar com novas linguagens, novas técnicas, novas atitudes psicológicas.¹

Esse texto do “Papa Global”, São João Paulo II, no documento *Redemptoris missio* de 1991, e a devida atenção dos pontífices à temática da Nova Evangelização com a utilização das ferramentas de comunicação, deve ser refletida de maneira local.

Estamos no centro da temática que desejamos aprofundar, neste desafio lançado à Igreja Universal pelo sucessor de Pedro: o da Nova Evangelização utilizando-se das tecnologias de informação e comunicação, e qual a importância do uso destes meios atendendo à cultura do nosso tempo.

Esta dissertação se propõe a estudar um veículo de comunicação da Arquidiocese do Rio de Janeiro, que acompanhando a evolução das redes digitais, converge áudio, vídeo e dados: a WebTV Redentor.

¹ JOÃO PAULO II, *Redemptoris missio*, 1991.

Mais de cinco séculos separam duas realidades: a invenção da tipografia por Gutenberg, no século XV, e a da Internet, no século XX. O Papa Bento XVI, na sua mensagem para o XLV Dia Mundial das Comunicações Sociais, afirma:

Vai-se tornando cada vez mais comum a convicção de que, tal como a revolução industrial produziu uma mudança profunda na sociedade através das novidades inseridas no ciclo de produção e na vida dos trabalhadores, também hoje a profunda transformação operada no campo das comunicações guia o fluxo de grandes mudanças culturais e sociais. As novas tecnologias estão a mudar não só o modo de comunicar, mas a própria comunicação em si mesma, podendo-se afirmar que estamos perante uma ampla transformação cultural.²

Nesta perspectiva, surge a hipótese de nossa dissertação: A WebTV, totalmente ambientada na cultura digital, apresenta possibilidades diferenciadas e múltiplas de interação social? A Igreja Católica acompanha esse processo com atenção, interesse e ações concretas.

A rede não é um simples instrumento de comunicação que se pode ou não usar, mas evoluiu num espaço, um ambiente cultural que determina um estilo de pensamento e cria novos territórios.

Já que abrimos a dissertação citando os midiáticos Papas São João Paulo II e Bento XVI, cito ainda Francisco, que em sua primeira mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais, com o título *Comunicação ao serviço de uma autêntica cultura do encontro*, afirma que a Internet é um dom de Deus.

Somos transportados no tempo às palavras proferidas pelo Papa Pio XII, que em 1957 apelidou os novos meios técnicos de comunicação como dom de Deus.

Abrir as portas das igrejas significa também abri-las no ambiente digital, seja para que as pessoas entrem, independentemente da condição de vida em que se encontrem, seja para que o Evangelho possa cruzar o limiar do templo e sair ao encontro de todos. Somos chamados a testemunhar uma Igreja que seja casa de todos. Seremos nós capazes de comunicar o rosto duma Igreja assim? A comunicação concorre para dar forma à vocação missionária de toda a Igreja, e as redes sociais são, hoje, um dos lugares onde viver esta vocação de redescobrir a beleza da fé, a beleza do encontro com Cristo. Inclusive no contexto da comunicação, é precisa uma Igreja que consiga levar calor, inflamar o coração.³

² BENTO XVI, mensagem para o XLV Dia Mundial das Comunicações Sociais. 2011

³ PAPA FRANCISCO, mensagem para o XLVIII Dia Mundial das Comunicações Sociais.

Com as mensagens pontifícias, cada Papa, em seu tempo, nos recorda que não estamos apenas perante novos instrumentos de comunicação, mas perante uma nova cultura que emana do novo paradigma comunicacional que dele nasce.

Esta pesquisa pretende estudar o processo de implantação, a experiência os resultados e as propostas da WebTV Redentor.

2. Comunicação e a doutrina da Igreja

Existe uma ligação profunda entre Igreja e comunicação e está fundamentada no fato de que a salvação trazida por Jesus Cristo realiza-se essencialmente como ato de comunicação. Segundo a doutrina católica, Deus de muitos modos se comunicou com os seres humanos ao longo da história e, na plenitude dos tempos, enviou seu Filho ao mundo. Na história da salvação, a pessoa de Jesus é o evento comunicativo por excelência, sacramento do ser humano com Deus.

O Concílio Vaticano II tratou do tema dos meios de comunicação, através do decreto *Inter Mirifica* em que aparece pela primeira vez a expressão “comunicação social” que acabou se tornando uma espécie de terminologia corrente nas teorias posteriores da comunicação. O que estava por trás dessa terminologia era exatamente a ideia de que a comunicação não pode se reduzir aos instrumentos técnicos de produção e transmissão de mensagens, mas deve contemplar o processo de relacionamento entre os seres humanos.

O Concílio espera que todos os filhos da Igreja generosamente ponham em prática estas suas disposições, para que o uso dos meios de comunicação social não lhes traga prejuízo. Pelo contrário, à maneira do sal e da luz, possam dar fecundidade à terra e iluminar o mundo.⁴

Embora este documento não detalhe procedimentos ou ações concretas, ficando apenas nas orientações gerais, propõe, entre outras coisas, a criação do Dia Mundial das Comunicações Sociais e de um secretariado especializado que acabou se configurando no atual Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais.

A maior contribuição deste decreto de 1963, foi sua assertiva sobre o direito de informação: “É intrínseco à sociedade humana o direito à informação sobre aqueles assuntos que interessam aos homens e às mulheres, quer tomados individualmente, quer reunidos em sociedade, conforme as condições de cada um” (IM, n.5).

⁴ Inter Mirifica. Vaticano II. São Paulo: Paulinas.p.21

Esse trecho é considerado como a mais importante declaração do documento, pois demonstra que o direito à informação foi visto pela Igreja não como um objeto de interesse comerciais, mas como um bem social.

Depois do decreto *Inter Mirifica* e na sua continuação, a instrução pastoral *Communio et Progressio*, promulgada em 23 de maio de 1971, também foi um importante documento da Igreja sobre os meios de comunicação social. Aborda temas relevantes do processo de comunicação e afirma a sua importância para o desenvolvimento humano no presente e no futuro.

Marcada pela abertura que caracterizou os documentos do concílio e a evolução das mentalidades nos anos seguintes, a *Communio et Progressio* é relevante por seu tom e pelo desenvolvimento dos caminhos segundo os quais a ação pastoral deve utilizar os meios de comunicação: a esperança e o otimismo são dominantes e o caráter moralizador e dogmático desaparece.

Vinte anos depois, nova instrução pastoral é promulgada pelo Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais, a *Aetatis Novae* que, de certo modo, atualiza alguns pontos da *Communio Progressio*.

O documento tem a intenção de refletir sobre as consequências pastorais das revoluções tecnológicas e sobre o fato de que, hoje, “não existe lugar onde não seja sentido o impacto dos *massmedia* no comportamento religioso e moral, nos sistemas políticos e sociais e na educação”.

Mesmo que nos documentos da Igreja não apareça um incentivo explícito à aquisição de veículos de comunicação como meta ou prioridade apostólica, a etapa em que vivemos se caracteriza por crescente aumento da posse dos meios de comunicação por parte da Igreja. Esse foi um processo que se fez lento, gradual e de um modo assistemático, sem qualquer planejamento ou obedecendo uma política de comunicação previamente elaborada. Esse espontaneísmo fez com que muitos projetos tivessem vida curta.

Antes, o que era pensado apenas para periódicos foi ganhando grandes dimensões. A comunicação católica não estava mais restrita as missas e ao testemunho, ela começava a entrar na *massmedia*.

A Igreja expressa-se com mais clareza e respeito do impacto que eles têm na construção social, tanto que a Igreja passa a refletir a comunicação não mais de forma restrita ou somente como meios ou instrumentos a serem usados ou dos quais se precaverem. Mas refere-se a um ambiente, no qual estamos imersos.

Na trajetória eclesial sobre o tema da comunicação, a Igreja sempre a considerou como elemento importante. Tanto que os documentos das quatro últimas conferências do Episcopado Latino-americano (Medellín, Puebla, Santo Domingo e Aparecida) demonstram um caminho ascendente da Igreja latino-americana e caribenha na consideração do fenômeno da comunicação, segundo as diferentes épocas e realidades.

O mais recente, *Documento de Aparecida*, de 2007, alertou para o desenvolvimento de uma Pastoral da Comunicação. Suas propostas visam formar discípulos e missionários, conhecendo e valorizando a “nova cultura da comunicação”, atitude esta que implica em desenvolver, entre muitas outras iniciativas, a formação e a educação das pessoas para a comunicação.

Levando em consideração que as linguagens da comunicação configuram-se elas próprias, tanto elemento articulador das mudanças na sociedade, quanto meios de difusão, Aparecida reafirma que “o primeiro anúncio, a catequese ou o posterior aprofundamento da fé não podem prescindir dos meios de comunicação”.

Se olharmos para trás, não há dúvida que as relações entre a Igreja e a mídia se modificaram bastante ao longo dos anos. No caso brasileiro, houve uma verdadeira revolução silenciosa. Quando a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) é criada, por exemplo, já funciona, em sua estrutura, o secretariado de Opinião Pública, que se dedica ao trabalho com a imprensa, rádio e cinema. Nesta caminhada, ressalta também a criação da União Cristã Brasileira de Comunicação (UCBC), em julho de 1969. Por sua destacada atuação durante o regime militar, no sentido de propor novas formas de comunicação que pudessem furar bloqueios da censura, a UCBC tornou-se ecumênica e exerceu papel central nas novas formas comunicacionais que se desenvolveram na América Latina, de modo inovador e criativo.

Nessa busca de dar visibilidade aos trabalhos de comunicação realizados pela Igreja Católica, surgiu no Rio de Janeiro a UNDA/Br, que significa “onda”, e foi usada para indicar o modo de transmissão, através das ondas hertzianas, do Rádio e da Televisão. Historicamente a UNDA/Br nasceu do esforço de comunicadores e do próprio Setor de Comunicação da CNBB. Foi instalada em 28 de abril de 1976 com um ato motivado pelo representante continental da UNDA que entendia que o Brasil, com tantas emissoras de rádio, não podia deixar de ter a associação. O objetivo era animar, coordenar e dinamizar e promover atividades entre as emissoras de rádio e televisão de Igreja, como de profissionais e instituições em vista da evangelização.

Muitas dificuldades foram encontradas ao longo do percurso tais como: a falta de apoio efetivo e concreto da Igreja às suas emissoras; a falta de investidores; indefinição dos objetivos da evangelização através dos meios de comunicação; falta de equipamentos e mão de obra especializada; entre outros.

Teve também um importante papel na própria montagem do Setor de Comunicação Social da CNBB a Campanha da Fraternidade que, nos seus primórdios, teve a colaboração gratuita de algumas agências de publicidade do mercado.

O tema da Campanha da Fraternidade de 1989 “Fraternidade e Comunicação” com o lema “Comunicação para a Verdade e a Paz”, levou certamente a Igreja, a tomar consciência das Comunicações Sociais.

O ano de 1995 marca uma nova etapa nas relações da Igreja e mídia com a entrada no ar de uma rede católica de televisão. Após a Rede Vida, outras redes se formaram como a Canção Nova, TV Século XXI e a TV Aparecida.

2.1. A Igreja Católica na TV

A Rede Vida de Televisão foi fundada em 1º de maio de 1995, por um grupo independente, liderado por João Monteiro de Barros Filho e mantida pelo Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã (INBRAC), cobrindo aproximadamente 100% do território nacional e com 325 retransmissoras, apresentando-se como o “Canal da Família” e também como “O Canal da Boa Notícia”, ou ainda, “Uma

TV para fazer o bem” e que, na atualidade, detém grande apoio da CNBB. Sua sede geradora fica em São José do Rio Preto, SP.

A TV Canção Nova, foi fundada pelo padre paulista carismático Jonas Abib em 8 de dezembro de 1989, com sua sede em Cachoeira Paulista. É o primeiro canal de televisão católico carismático do país, conta com cinco produtoras e hoje atinge todo o território nacional através de antenas parabólicas, 127 operadoras de TV a cabo e 396 retransmissoras. Seu sinal ainda consegue atingir o continente americano, a Europa Ocidental, a África do Norte e o Oriente Médio através do sistema de satélites e TVs a cabo. Devido ao seu perfil carismático, chegou a ser a preferida (no lugar da Rede Vida) entre empresários católicos quando se tratava de apoio financeiro para instalação de repetidoras em diversas cidades brasileiras, o que provocou uma disputa entre as TVs católicas.

A TV Século 21 também se configura como outro braço da Renovação Carismática Católica. Criada em 11 de junho de 1999, com sua sede em Valinhos, SP, por outro padre carismático, o padre jesuíta norte-americano Eduardo Doughert, um dos que trouxeram o Movimento da Renovação Carismática Católica para o Brasil. Esta TV é mantida pela ASJ – Associação do Senhor Jesus, entidade ligada à Igreja Católica, que trabalha com os meios de comunicação e que também foi fundada pelo padre Eduardo na cidade de Campinas, SP, em 1979. Estas obras são sustentadas por sócios contribuintes espalhados pelo território nacional e em diversos países. Esta TV é sintonizada através de antenas parabólicas em todo o Brasil e em diversos países por meio de satélites.

A TV Aparecida, já conhecida como “A TV de Nossa Senhora”, tem sua sede em Aparecida, SP. Foi criada em 8 de setembro de 2005 com o esforço dos padres redentoristas que cuidam do Santuário de Aparecida e do arcebispo local, assim como também com o apoio da CNBB. Esta TV é sintonizada no canal 59 UHF em sinal analógico e digital e, como está em fase de expansão, fez aliança com a Rede Vida de Televisão para algumas de suas transmissões, pegando carona nos caminhos abertos por esta. É a TV Católica mais recente com perfil “mariano”, por levar o culto de Nossa Senhora Aparecida a todo o Brasil, assim como também para outros países através da Internet.

Outra emissora, a TV Nazaré, tem a sua sede geradora em Belém do Pará e foi fundada em 11 de maio de 2002 como TV educativa e com perspectivas amazônicas, por intermédio do canal 30E em UHF, alcançando aproximadamente 9 milhões de pessoas em toda a Amazônia Legal, com 79 retransmissores. Em 2004 foi inaugurado o sinal da TV Nazaré no satélite, através da *New Skies Satélites*, chegando a todo o continente americano, Norte da África e boa parte da Europa. É uma emissora da Arquidiocese de Belém do Pará mantida pela Fundação Nazaré de Comunicação, que também inclui rádio e jornal em seu complexo. Em sua grade de programação proporciona intensa participação comunitária com a alfabetização de adultos e cursos profissionalizantes em diversos níveis, formação para professores que vivem na área rural, reportagens sobre a vida e os valores das comunidades indígenas e ribeirinhas amazônicas, bem como a defesa das riquezas naturais entendida como valorização da vida presente na Amazônia e favorece a transmissão de programas com alcance social, educativo e prestação de serviços.

Com menos destaque, a TV Horizonte, com sede em Belo Horizonte, é uma emissora mineira aberta, criada em 13 de agosto de 1998 pela Arquidiocese de Belo Horizonte e mantida pela Fundação Cultural João Paulo II. É sintonizada através do canal 19 UHF e no canal 22 a cabo da operadora NET e 24 (WAY TV) via satélite para todo o Brasil, possuindo repetidoras em 8 estados do país, abrangendo 52 cidades e uma população aproximada de 12 milhões e 500 mil habitantes. Na sua grade de programação, no ar 24 horas por dia, realizada com o apoio da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais e com os Diários Associados, consta informação e entretenimento por meio de programas comprometidos com os valores cristãos, visando à construção de uma sociedade mais justa e fraterna. Tem como base de atuação os princípios humanistas e cristãos, garantindo uma programação ética e cidadã, sintonizada com a cultura, a educação, a prestação de serviços, a interatividade e a formação do cidadão. A TV Horizonte também pega carona na Rede Vida em parte de sua programação transmitida.

A Igreja reconhece a importância dos programas televisivos, como os noticiários, principalmente quanto ao seu papel de difundir informação e promover a instrução e o diálogo, sempre respeitando as diversidades. A propósito dos pro-

gramas televisivos produzidos por religiosos, a *Communio et Progressio*, em seu capítulo III, é clara:

É evidente que a apresentação dos programas religiosos tem que se configurar com as características próprias do meio usado: a "linguagem" na rádio ou na televisão não pode ser um decalque (cópia, plágio) da "linguagem" dos púlpitos (tribuna para pregadores nos templos religiosos). Seria também lamentável, se o nível dos programas de índole religiosa fosse inferior ao dos restantes programas.⁵

Estamos vivendo em uma época que tem sido caracterizada, frequentemente, como de “revolução das comunicações”, um ciclo de mudanças sociais e culturais profundas e aceleradas, atribuídas, muitas vezes, ao impacto das novas tecnologias da mídia. Essas tecnologias representam um papel importante na reestruturação e mudança de certos aspectos de produção, distribuição e recepção da mídia “tradicional”.

Marshall McLuhan (1911-1980) trouxe para os estudos em comunicação um conteúdo novo e diferente que marcava uma ruptura na forma de ver a tecnologia. O meio não era neutro, nem um mero instrumento, nem apenas transmissor. O meio é o conteúdo porque cada canal criava um novo ambiente diferenciado do anterior que demandava esforços diferentes, organização social diferente, respostas diferentes e outras interações entre os órgãos dos sentidos.

Para McLuhan, o estudo dos meios de comunicação poderia trazer à luz a mensagem que consistia nas transformações sociais muito mais profundas do que as transformações que os conteúdos poderiam causar. “O meio é a mensagem”, é certamente o aforismo mais conhecido do autor.

[...]para efeitos práticos e operacionais, o meio é a mensagem. Isto apenas significa que as consequências sociais e pessoais de qualquer meio – ou seja, de qualquer uma das extensões de nós mesmos – constituem o resultado do novo estalão introduzido em nossas vidas por uma nova tecnologia ou extensão de nós mesmos.⁶

⁵ INSTRUÇÃO PASTORAL COMMUNIO ET PROGRESSIO. Encíclica sobre os meios de comunicação social. São Paulo: Paulinas, 1971.

⁶ MCLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix. p.21

2.2. Internet: um novo ambiente

Decidida a entrar no novo milênio buscando desenvolver um diálogo com a nova cultura midiática que vive a sociedade contemporânea, a Igreja avança empreendendo novos caminhos para evangelização. Atenta as novas tecnologias a Igreja oferece sua reflexão atualizada com dois documentos da cultura digital: *Igreja e Internet*, já mencionado acima, e *Ética na Internet* – ambos publicados em 2002, pelo Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais.

No documento *Igreja e Internet*, a Igreja alertava para as oportunidades advindas com as novas tecnologias da informação.

Um dos aspectos consiste em encorajar o seu progresso correto e a sua justa utilização para o desenvolvimento, a justiça e a paz da humanidade — para a edificação de uma sociedade a níveis local, nacional e comunitário, à luz do bem comum e num espírito de solidariedade. Considerando a grande importância das comunicações sociais, a Igreja procura um diálogo honesto e respeitador com as pessoas responsáveis pelos meios de comunicação — um diálogo que diz respeito, em primeiro lugar, à formação da política das comunicações. Este diálogo implica que a Igreja se esforce por compreender os massmedia — os seus objetivos, estruturas internas e modalidades — sustenha e encoraje os que neles trabalham.⁷

Entre vários aspectos de oportunidades que o documento elenca sobre a internet, destaca-se que ela é relevante para muitas atividades e programas da Igreja, seja para a evangelização, a catequese e outros tipos de educação, notícias e informações, governo e administração, como também para várias formas de conselho pastoral e até direção espiritual.

Não obstante a realidade virtual do espaço cibernético possa substituir a comunidade interpessoal concreta, a realidade da encarnação dos sacramentos e a liturgia, ou a proclamação imediata e direta do Evangelho, contudo pode completá-las, atraindo as pessoas para uma experiência mais integral da vida de fe e enriquecendo a vida religiosa dos usuários. 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.⁸

⁷ Igreja e Internet. Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais. São Paulo: Paulinas. p.8

⁸ Ibid. p.14

Publicado na mesma data, o documento *Ética na Internet* oferece aspectos relevantes quanto à reflexão sobre os princípios éticos e sugestões para alcançar determinações em vista do bem comum.

Na conclusão, o documento enfatiza que a internet pode oferecer valiosa contribuição para a vida humana. “Há de promover a prosperidade e a paz, o crescimento intelectual e estético, além da compreensão recíproca entre os povos.”

A atitude de abertura da Igreja, neste documento, leva-a a não ter a pretensão de ditar decisões e escolhas, mas fornecer verdadeira ajuda, indicando critérios éticos e morais aplicáveis neste domínio, os quais podem ser encontrados nos valores cristãos.

Ainda refletindo o campo tecnológico, o Papa João Paulo II, pouco antes de falecer, deixou como legado a Carta Apostólica *O rápido desenvolvimento no campo das tecnologias*, publicada em 24 de janeiro de 2005, memória de São Francisco de Sales, padroeiro dos jornalistas.

Numa tonalidade positiva a respeito das comunicações sociais, o Papa demonstra estar consciente do rápido desenvolvimento das tecnologias no campo da mídia e retoma o pensamento do Magistério da Igreja sobre a comunicação, a partir do *Inter Mirifica*. E afirma que, após quarenta anos de sua publicação, houve um caminho fecundo, mas, também, vivemos agora um tempo oportuno para continuamente voltar a refletir sobre os desafios crescentes que se apresentam.

Entre os desafios elencados por João Paulo II, está aquele que parece ser o mais complexo, devido às atitudes habituais da Igreja em somente usar os meios, ou seja, o de compreender que a Igreja “não está chamada unicamente a usar o *mass media* para difundir o Evangelho, mas, hoje, como nunca, é chamada também a integrar a mensagem salvífica na nova cultura que os poderosos instrumentos da comunicação criam e amplificam”.

Os meios de comunicação de massa oferecem benefícios e vantagens, sob uma perspectiva religiosa: eles transmitem notícias e informações acerca de eventos, ideias e personalidades religiosas; servem como veículo para a evangelização

e a catequese. Oferecem inspiração, encorajamento e oportunidades de culto a pessoas confinadas na própria casa ou em instituições.

A Internet fornece às pessoas um acesso direto e imediato a importantes recursos religiosos e espirituais — livrarias grandiosas, museus e lugares de culto, os documentos do ensinamento do Magistério, os escritos dos padres e dos doutores da Igreja, assim como a sabedoria religiosa de todos os tempos. Ela tem a capacidade de ultrapassar a distância e o isolamento, levando os indivíduos a entrarem em contato com as pessoas de boa vontade que nutrem os mesmos interesses e que participam nas virtuais comunidades de fé para se encorajarem e auxiliarem umas às outras.

Mediante a seleção e a transmissão de dados úteis, através deste veículo de comunicação, a Igreja pode prestar um serviço tanto aos católicos como aos não católicos, através de redes.

Segundo Manuel Castells, as redes virtuais projetam transformações na sociedade em que todos estão em contato constante, mudam, assim, a própria dinâmica das relações entre o local e global. A sociedade da informação é aberta e expandida.

Redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação (por exemplo, valores ou objetivos de desempenho). Uma estrutura social com base em rede é um sistema aberto altamente dinâmico suscetível de inovação sem ameaças ao seu equilíbrio.⁹

Essa nova realidade comunicacional teve grande impacto num dos meios de comunicação mais poderosos: a televisão. Se por um lado, a televisão representou o fim da galáxia de Gutenberg, ou seja, do sistema de comunicação alicerçado em duas bases fundamentais: a mente tipográfica e a ordem do alfabeto fonético, por outro, se constituiu, segundo Castells, uma linguagem audiovisual diferenciada.

⁹ CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede* – A Era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999.p.566

Castells homenageou McLuhan ao denominar essa galáxia com o nome do precursor. Para ele, agora entramos na Galáxia da Internet, na qual as mídias possuem propriedades tecnológicas e culturais de interatividade e individualização.

Ainda de acordo com Castells, a Internet é a espinha dorsal da comunicação global mediada por computadores (CMC): é a rede que liga a maior parte das redes.

Ele destaca que os dois primeiros experimentos em larga escala do que seria “tecnologias de liberdade” foram induzidos pelo Estado: o MINITEL francês, como um dispositivo para induzir a França à sociedade da informação e a ARPANET norte-americana, que se tornou a Internet.

A ARPANET surgiu no contexto da Guerra Fria como estratégia militar para possibilitar a sobrevivência das redes de comunicação em caso de ataque nuclear que pretendesse destruir os centros de comando e controle.

Inicialmente, cientistas queriam criar uma rede descentralizada em que, mesmo que um computador fosse destruído, os outros continuassem existindo e enviando suas mensagens, preservando, assim, as informações. Na tentativa de desenvolver essa ideia e explorar o máximo de recursos de compartilhamento dos seus computadores, os cientistas criaram um projeto da agência norte-americana ARPA (Advanced Research Projects Agency), com o objetivo de conectar os computadores dos seus departamentos de pesquisa. Eles conseguiram realizar uma grande proeza para a época: a concretização da ideia de ligar computadores entre si, em rede.

A ideia inicial do projeto era, de fato, conectar os mais importantes centros universitários de pesquisas americanos com o Pentágono, afim de permitir não apenas a troca de informação rápida e protegida, como também instrumentalizar o país com uma tecnologia que possibilitasse a sobrevivência de canais de informações em caso de uma possível guerra nuclear. Essa nova rede de comunicação tinha o potencial de transmitir informações para pontos distintos sem a necessidade de um ponto central, e esta era a sua grande novidade.

Segundo Castells, no início da década de 1980, então, a ARPA iniciou a integração das redes de computadores dos outros centros de pesquisas à ARPANET. No entanto, o autor também aponta que, pouco tempo depois, já estava difícil separar a pesquisa voltada para fins militares das comunicações científicas. Por isso, a partir de 1983, “houve a divisão entre ARPANET, dedicada a fins científicos, e a MILNET, orientada diretamente a aplicações militares” (CASTELLS, 2003, p. 83).

Ainda na década de 1980, a ARPANET passou a se tornar o grande sistema de comunicação em rede, a “rede das redes”, formando o que veio a se chamar ARPA-INTERNET e, logo depois, INTERNET, ainda sustentada pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos. Foi, então, a partir da criação da internet que se deu início a uma nova era na comunicação e na informação, em que navegar representou o primeiro grande passo de nossa sociedade rumo à consolidação de um novo paradigma. Contudo, a privatização da internet só ocorreria em 1995, a partir de pressões comerciais de redes de empresas privadas e de redes cooperativas sem fins lucrativos.

Com isso, a internet passou a ser explorada comercialmente, fazendo com que seus recursos passassem a fazer parte não apenas de milhares de empresas e instituições, mas também de milhões de residências, aumentando, de forma exponencial, o número de pessoas que começaram a ter acesso ao espaço seu virtual.

Ao lado disso, os computadores, por sua vez, que antes eram enormes e muitas vezes desajeitados, foram se tornando cada vez mais populares, em virtude da redução do seu tamanho, peso e, conseqüentemente, do seu custo, sendo, então, gradativamente estendidos ao cidadão comum. Nesse sentido, pode-se dizer que o computador conectado à internet passou, por conseguinte, a incorporar uma ideia-chave: a de uma rede de arquitetura aberta, não sendo, portanto, imposta por nenhum órgão centralizador específico. O projeto militar, inicialmente criado para salvamento de informações de uma possível guerra nuclear, tornou-se a maior rede de comunicação humana, descentralizada e democrática.

Apesar dos avanços tecnológicos expressivos, foi a partir de um novo grande salto tecnológico, também ocorrido na década de 1990, que se tor-

nou possível a difusão da “internet na sociedade em geral: a criação de um novo aplicativo, a rede mundial (World Wide Web— WWW), que organizava o teor dos sítios da internet por informação e não por localização, oferecendo um sistema fácil de pesquisa para procurar as informações desejadas” (CASTELLS, 2003, p. 88). Esse novo ambiente, popularmente conhecido como web, passou a ter como função primordial permitir que o internauta pudesse, entre outras coisas, desviar o fluxo da leitura para assuntos referidos no texto com o objetivo de os interligar e, aprofundar-se em determinado tema. Isso porque a web é capaz de agrupar informações dispersas, que permitem acesso a páginas da internet que se ligam umas às outras através de nós de hipertexto. A esse respeito, Pierre Lévy afirma que:

O hipertexto possui um aspecto dinâmico e multimidiático, e a velocidade de acesso aos nós lhe garante utilizar em toda a sua extensão o princípio da não linearidade, transformando a referência espacial que não ocorre mais diante da tela, pois as informações podem encontrar-se além do limite visual do display do monitor e a própria topologia da rede existente no Ciberespaço.¹⁰

O hipertexto passou, então, a se tornar possível a partir dos inúmeros links que existem em um ambiente hipertextual, cuja principal função é transportar o internauta para uma grande quantidade de outros ambientes e assuntos.

Desta forma a Internet tem potencialidades ao poder implicar e responsabilizar os cidadãos informados e conscientes dos problemas existentes na sociedade, na construção de Estados mais democráticos, conduzindo a uma sociedade mais humana e menos votada à desigualdade e à exclusão social.

Castells sugere que a Internet emerge da “encruzilhada insólita entre a Ciência, a investigação militar e a cultura libertária”. Nasceu assim um projeto que se iniciou num ambiente relativamente livre na criatividade e rico em recursos, cuja finalidade, seria a de obter algo, tecnologicamente inovador, que traria benefícios às forças armadas e a toda a economia norte-americana.

Se numa fase inicial, a Internet estava circunscrita a toda uma cultura norte-americana ligada a grandes universidades e centros de investigação e de estudos inovadores, na fase do seu aperfeiçoamento e construção manteve-se como uma rede aberta internacional, permitindo a qualquer pessoa, com conhecimentos téc-

¹⁰ Lévy. *Cybercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

nicos suficientes e interesse pelo seu desenvolvimento, participar nessa construção e partilha de conhecimento.

Este movimento de ideias, característico do contexto sócio cultural e político que se vivia nos anos 60 e 70 na maior parte do mundo, estava inserido numa cultura de liberdade de expressão, que os jovens estudantes e professores, das universidades, pretendiam transmitir, evocando o seu descontentamento político e social.

O esforço conjunto no desenvolvimento de uma rede que possibilitasse a comunicação de todos para todos e a ideia da expectativa da Internet como o sonho científico a comunicação mediada por computadores pretende mudar o mundo.

[...] a Internet, em suas diversas encarnações e manifestações evolutivas, já é o meio de comunicação interativo universal via computador da Era da Informação.¹¹

A Internet é a infraestrutura material de uma forma organizativa concreta: a rede. O tipo de comunicação que prospera na Internet é realmente o que se relaciona com a liberdade de expressão, como o espírito de fonte aberta, a emissão livre de mensagens, a interação inesperada, a comunicação orientada para um fim determinado e a criação coletiva.

Assim, apesar de todos os esforços para regular, privatizar e comercializar a Internet e seus sistemas tributários, as redes CMC, dentro e fora da Internet, têm como características: penetrabilidade, descentralização multifacetada e flexibilidade. Alastram-se como colônias de microorganismos. Cada vez mais refletirão interesses comerciais à medida que entenderem a lógica controladora das maiores organizações públicas e privadas para toda esfera da comunicação. Mas, diferentemente da mídia de massa da Galáxia de McLuhan, elas têm propriedades de interatividade e individualização tecnológica e culturalmente embutidas¹².

Após toda a análise e descrição do papel da Internet na atividade econômica, política, cultural e social do mundo, e observando os problemas mais importantes que afetam todas as sociedades em geral, Castells alerta para a importância de colocar esta ferramenta ao serviço de um modelo de desenvolvimento econômico e social mais justo.

¹¹ CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede – A Era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1999. p.433

¹² *Ibid.* P.442

A sociedade em rede poderia representar essa possibilidade de participação e interação democrática, entre governos e cidadãos, na construção de um mundo melhor, concretizando a promessa do ideal Internet.

A Igreja produz, através da internet, — a evangelização, incluindo a re-evangelização e a nova evangelização, e a obra missionária tradicional, a catequese e outros tipos de educação, notícias e informações, apologética, governo e administração, assim como algumas formas de conselho pastoral e de direção espiritual. A realidade virtual do espaço cibernético não substitui a comunidade interpessoal concreta, a realidade da encarnação dos sacramentos e a liturgia, ou a proclamação imediata e direta do Evangelho, segundo os documentos da Igreja. Contudo pode completá-las, atraindo as pessoas para uma experiência mais integral da vida de fé e enriquecendo a vida religiosa dos participantes do ambiente digital.

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.

O padre, escritor e teólogo, Antonio Spadaro, constata, através dos estudos e trabalho que realiza junto a Igreja, o importante papel do que ele chama de “Ciberteologia”. Ele situa a Internet não como a ferramenta de evangelização. Internet não é instrumento, mas o ambiente.

A “tecnologia”, portanto, não é um conjunto de objetos modernos de vanguarda. Ela faz parte da ação com a qual o ser humano exerce a própria capacidade de conhecimento, de liberdade e de responsabilidade. Assim, a rede é necessariamente uma realidade que cada vez mais diz respeito à vida do crente e influi em sua capacidade de compreensão da realidade e, portanto, da fé e de seu modo de vive-la¹³

Spadaro destaca o papel fundamental do humano por trás da ferramenta. Para ele, a Rede Digital pode ser um lugar rico de humanidade. Estar na internet significa seres humanos conectados. É a experiência que os cabos tornam possíveis.

¹³ SPADARO, Antonio. Ciberteologia – Pensar o Cristianismo nos tempos da rede. São Paulo: Paulinas, 2012.p.22

A Igreja no Brasil vem realizando um esforço de reflexão sobre a ação evangelizadora como prática de comunicação. Testemunho disso são a vivência e o exercício da comunicação presentes na vida das comunidades, nas ações pastorais dos organismos especializados e nos documentos produzidos ao longo das últimas décadas.

A CNBB, em sua coleção “Documentos da CNBB”, composta por livros publicados pela editora Paulinas, transmite, ao longo dos anos, as diretrizes para a comunicação. Proporciona reflexões sobre os assuntos que envolvem este setor, através da coleção “Estudos da CNBB”. Os documentos que compõem a coletânea de livros resultaram das assembleias da CNBB e das preocupações pastorais dos bispos. Os livros mostram que a Igreja, no Brasil, aos poucos, descobre a importância da comunicação como espaço para a evangelização. Orientam para o uso que a Igreja deve fazer dos meios de comunicação; para a formação técnica e profissional; condenam o monopólio e o mau uso da mídia; sugerem que os receptores sejam educados para a crítica e tenham uma postura ativa.

Na perspectiva da CNBB, a comunicação é fundamental para o anúncio do Reino, cabendo à Igreja assumir, com maior eficácia, este campo "como elemento constitutivo de sua missão evangelizadora". Com fundamentação teológica, a CNBB insiste no processo dialógico de comunicação. Propõe aos comunicadores cristãos assumir essa perspectiva na relação que mantêm com os profissionais de comunicação que trabalham nos meios massivos, e também diante do próprio fenômeno da comunicação, desenvolvendo projetos que permitam uma maior aproximação ao homem contemporâneo, à sociedade e à opinião pública.

Em 2014, durante a 83ª Reunião Ordinária do Conselho Permanente da CNBB, foi aprovado o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, com objetivo de auxiliar a Igreja na missão evangelizadora.

Dentre os dez capítulos, o diretório apresenta uma verdadeira preocupação com o entusiasmo com os novos meios de comunicação, especialmente o digital. O documento oferece uma visão orgânica de como os processos de comunicação e suas tecnologias se fazem presentes no dia a dia da sociedade contemporânea.

Para evangelizar na sociedade contemporânea, é indispensável compreender as novas linguagens e práticas vivenciadas, a fim de inculturar a mensagem do Evangelho na cultura digital. Como discípulos missionários de Jesus Cristo, faz-se necessário contribuir, nas redes sociais digitais, para a dignificação da pessoa, como uma forma de trabalhar junto com os demais cidadãos e instituições para o bem do ser humano.¹⁴

Atualmente, um crescente número de paróquias, dioceses, congregações religiosas e instituições ligadas à Igreja, programas e organizações de todos os tipos recorrem efetivamente ao ambiente digital para estas e outras finalidades. Assim foi a Arquidiocese de São Sebastião do Rio de Janeiro, que já tendo uma rádio e jornal, migrou para um Portal e mais recentemente, em 2011, criou a WebTV Redentor¹⁵.

¹⁴CNBB, *Diretório de comunicação da Igreja no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 2014. P.141

¹⁵www.redentor.tv.br

3. A WebTV: um novo conceito

No processo de evolução dos meios de comunicação, uma tendência é a convergência, sobretudo de dados, voz e imagem. Nesse cenário, os tradicionais e os novos instrumentos podem convergir, como a televisão e a Internet, gerando inovadoras possibilidades de interação social. Destaca-se portanto, a WebTV como o meio de comunicação capaz de viabilizar esse potencial interativo.

Essa contínua conexão com uma imensidão de imagens e palavras na contemporaneidade, viabilizada pela web e pelos dispositivos móveis, correspondem, segundo Douglas Kellner, à “cultura da imagem”, na qual a exploração da visão é potencializada.

Os indivíduos sofrem um bombardeio de imagens que advêm tanto de ambientes já institucionalizados de produção informativa e cultural quanto da produção de conteúdo e formatos criados por cidadãos anônimos, com acesso à internet, alçados a categoria de produtores.

Para Pierre Lévy, as novas mídias não devem ser entendidas apenas como uma extensão linear das antigas, mas inseridas em um processo constante de transformações e readaptações.

Tanto as chamadas mídias tradicionais quanto as novas mídias oferecem recursos de informação e entretenimento para grandes públicos. A diferença é que as mídias de comunicação baseadas em tecnologias digitais, tem uma grande gama de recursos disponíveis para os usuários. Conexões interativas entre usuários e provedores de informação são intensificadas nesse processo, culminando em uma nova dimensão do atual padrão da mídia de massa. É neste ponto que podemos evidenciar o potencial de uma WebTV.

Ao incorporar padrões interativos, que transferem o poder de produzir e emitir informações para o tradicional receptor, a WebTV reafirma o seu potencial transformador e vai construindo um importante caminho para ser legitimada socialmente como um poderoso e importante meio de comunicação digital, baseado em redes online de televisão.

As WebTVs são exemplos singulares de processos midiáticos que marcam a atual fase de transição da televisão, pois surge com potencial de driblar as restrições impostas pelo modelo de TV digital adotado no Brasil, que não viabiliza a exploração da interatividade plena, uma vez que os telespectadores se deparam com opções muito restritas, exercendo mais a função de consumidores do que aproveitando a possibilidade de diálogo.

É visível, atualmente, a grande influência que os meios de comunicação de massa vem sofrendo com os avanços tecnológicos. O mesmo indivíduo que durante tantos anos habituou-se a receber informações através da televisão, agora pode ele mesmo fazer parte dessa rotina produtiva, como já acontece, por exemplo, com os blogs na Internet. Através da tecnologia Internet que dispomos hoje, a produção de conteúdo para TV deixa de ser exclusiva das emissoras televisivas tradicionais.

A WebTV vem reforçar esse atual sistema colaborativo, via rede, criando um ambiente propício para construções sociais de informações dos mais variados tipos. Canais web já são disponibilizados na rede para troca e fluxos de informações especializadas, reforçando o conceito de programação segmentada.

A partir da viabilidade de distribuição de vídeo digital na web o termo WebTV tornou-se bastante popular. Contudo, tal popularidade trouxe uma diversidade de conotações de modo que, não raramente, o conceito de WebTV mostra-se confuso, abrigando desde o simples compartilhamento de vídeos até uma distribuição mais densa e organizada, sistematizada em torno de uma verdadeira programação. Em linhas gerais, os conceitos de WebTV abrangem a distribuição de conteúdo audiovisual usando a web como plataforma.

Uma WebTV apresenta algumas potencialidades se comparadas a TV convencional: baixo custo de produção e veiculação; alcance universal; disponibilidade assíncrona (vídeo sob demanda) e segmentação de público. Os aspectos negativos residem praticamente na qualidade da imagem apresentada, pois a atual largura de banda da internet limita a resolução do vídeo, necessitando de compressões elevadas.

3.1. Da fotografia à Internet

As relações entre Igreja e a Mídia se pautaram por momentos bem distintos. Enquanto os meios de comunicação tinham um alcance restrito, isto é, destinavam-se apenas aos alfabetizados, como foi o caso da imprensa depois de Gutenberg, as formas de controle da Igreja eram extremamente eficazes, não importa se justas ou equivocadas, se pensarmos o mundo ocidental. Tanto com a difusão dos livros, como dos periódicos e depois dos jornais diários, o cuidado foi sempre prevenir a perversão dos costumes e da moral social e condenar erros teológicos.

Esse comportamento vigilante também se fez sentir quando os meios de comunicação se tornaram massivos. E o primeiro deles, o cinema, ganhou uma encíclica específica, a *Vigilanti Cura*, de 29 de junho de 1936, promulgada por Pio XI. Mas, mesmo antes dessa carta, durante as décadas 10 e 20, já se faziam presentes, no seio da Igreja, movimentos de moralização diante dos excessos que apareciam nas telas do mundo inteiro.

Essa preocupação com o conteúdo moral dos filmes se estendeu para os modernos meios de comunicação. Hoje, a mídia é um permanente desafio às Igrejas e instituições preocupadas com a formação ética, moral e religiosa das sociedades.

Desde os anos 20, as imagens reais teriam exercido grande influência na formação da experiência através de sua reprodução massiva na fotografia, no cinema e no jornalismo. Desse modo, apresentavam um desafio para a teoria cultural, ao qual Walter Benjamin queria responder com sua teoria da experiência.

Com isso, ele antecipou um desenvolvimento que se vinha realizando desde a metade do século XIX em diferentes disciplinas acadêmicas, como a história da arte, a crítica literária e a filosofia – nomeadamente a orientação para as imagens e seu impacto sobre formas de pensamento e comportamento.

Nesse meio tempo, o termo “teoria da imagem” passou a ser utilizado para definir o comércio com as formas e os efeitos dos fenômenos ligados à imagem. Os escritos de Walter Benjamin oferecem contribuições para os questionamentos

de uma tal disciplina, pois não se limitam aos tradicionais domínios acadêmicos, mas também incluem saberes da mitologia, da psicanálise e da teologia, sem os quais as imagens mentais não podem ser adequadamente investigadas e explicadas.

Enquanto a escrita, nos ensaios literários, devia abrir um caminho para a imagem metafísica, as imagens reais ocupam um lugar central nos trabalhos sobre imagem e história da mídia, e no modo de pensar a sociedade. Mas, também, no primeiro trabalho que expusera seu pensamento sobre uma forma de imagem real, o texto *Pequena história da fotografia*, publicado em 1931, Benjamin atribui ainda à escrita uma significação central para a análise dos modos de se pensar.

Também a ideia da Aura, de Benjamin, em seu ensaio *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica*, foi utilizada para designar os elementos únicos de uma obra de arte original. Para o autor, a *aura* está relacionada a autenticidade; a existência única de uma obra de arte. Portanto, ela não existe em uma reprodução. Está ligada a ideia religiosa de aura, dando à obra de arte um caráter de objeto a ser cultuada.

Para Spadaro, a questão da liturgia na rede segue a mesma linha daquela posta em 1936 por Benjamin a respeito da obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. O estudioso alemão observava que “Também no caso de uma reprodução altamente aperfeiçoada falta um elemento: o *hic et nunc* da obra de arte – a sua existência única e não repetível no lugar em que se encontra.”

A Igreja Católica afirma que é impossível e antropologicamente errado considerar a realidade virtual capaz de substituir a experiência real, tangível e concreta da comunidade cristã, das celebrações litúrgicas e sacramentos. Por realidade virtual entendemos uma experiência multimídia e interativa efetuada através de um meio de comunicação ligado na rede. O documento *Igreja e Internet*, de 2002, é claro:

A realidade virtual não substitui a Presença Real de Cristo na Eucaristia, a realidade ritual dos outros sacramentos e o culto compartilhado no seio de uma comunidade humana feita de carne e de sangue. Na Internet não existem sacramentos; e até mesmo as experiências religiosas nela possíveis pela graça de Deus, são in-

suficientes, dado que se encontram separadas da interação do mundo real com outras pessoas na fé.¹⁶

Pierre Lévy, no livro *Cybercultura*, nos sugere que tomemos como exemplo a fotografia para compreender bem o que está acontecendo.

A fotografia efetivamente não substituiu a pintura, mesmo que a tenha tornado a “captura ótica” de uma cena mais fácil e mais rápida. No entanto, a fotografia não permite simplesmente fazer a mesma coisa de antes, isto é, representar algo, mas com maior rapidez e simplicidade. Ela permite perceber de maneira diversa, levando ao desenvolvimento de novas funções. Por outro lado, a fotografia permitiu o desenvolver-se de novas funções da imagem que tiveram uma repercussão também na pintura, a qual ela de fato não substituiu.

Sobre isto, Spadaro defende que o mesmo acontecerá para a experiência da rede em geral, e, por conseguinte, para aquela ligada ao culto religioso.

3.2. Evangelização no ambiente virtual

O nosso tempo é característico de uma difusão dos instrumentos da comunicação social sempre mais rápida e invasiva.

Os meios de comunicação invadiram todos os espaços e todas as conversas, introduzindo-se também na intimidade do lar. Ao lado da sabedoria das tradições, localizam-se agora, em competição, a informação de último minuto, a distração, o entretenimento, a imagem dos vencedores que souberam usar a seu favor as ferramentas tecnológicas e as expectativas de prestígio e estima social.¹⁷

A mídia está em todo o lugar, somos chamados a viver nesse novo contexto com novo dinamismo e sempre mais conscientes de que a comunhão eclesial e a missão evangelizadora da Igreja encontram na mídia um campo privilegiado de expressão. Do Concílio Vaticano II até hoje a Igreja tomou consciência ainda maior do quanto é importante conjugar todos os âmbitos da vida eclesial com esta nova realidade cultural e social.

¹⁶ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, Igreja e Internet. 2002

¹⁷ 1. CNBB, *Igreja e comunicação rumo ao novo milênio*, 2; Documento de Aparecida (DP) nn. 486 e 499.

A inovação tecnológica, a origem de profundas transformações sociais, está determinando uma nova visão do homem e da cultura, de tal maneira que não é exagerado insistir sobre o impacto dos meios de comunicação social no mundo. O advento da sociedade da informação é uma verdadeira e singular revolução cultural. Nada daquilo que o homem pensa, diz e faz é estranho à mídia.

A mídia, efetivamente, não é um mero instrumento neutro; é, ao mesmo tempo, meio e mensagem, portadora de uma nova cultura que nasce antes mesmo dos seus conteúdos, do próprio fato de que existem novos modos de comunicar, com novas linguagens, novas técnicas, novas atitudes psicológicas. A sua incidência sobre os modos de pensar e de agir, sobre os estilos de vida, sobre a consciência pessoal e comunitária, em uma palavra, sobre a cultura e sobre a própria evangelização faz com que a Igreja “não deixe de se impregnar, sempre mais profundamente, no mundo mutável das comunicações sociais.

Com essa cultura marcada pela presença incisiva e capilar da mídia, somos chamados a confrontar-nos, conjugando a paixão pelo Evangelho com o discernimento intelectual, a preservação da fé com a interpretação dos fenômenos. Assim, poderemos empreender este caminho da inculturação da fé e da evangelização da cultura, que é a questão central do milênio. Não se trata simplesmente de atualizar-se ou de adequar-se: é preciso perguntar-se como deve ser remodelado o anúncio do Evangelho e como começar um diálogo com os meios de comunicação social, e não somente através deles, sabendo-se que se constituem como interlocutores com os quais é necessário confrontar-se.

A Igreja Católica diante dos meios de comunicação se apresenta como uma instituição que reconheceu a necessidade de aderir à comunicação como fator de relacionamento e evangelização. Fizeram-se necessárias muitas situações que marcaram a história da Igreja para que a mesma pudesse olhar para os meios de comunicação como instrumentos de voz para o seu povo.

A ideia de Igreja que trabalha a evangelização partindo do princípio de apenas levar ao povo a palavra do Evangelho deixa de ser realidade, para tornar-se uma Igreja que escuta e partilha com o fiel suas vivências, buscando o fortalecimento do relacionamento gerando então a evangelização.

Nota-se, hoje, a preocupação da Igreja em aderir a Internet como ferramenta de relacionamento. Mas foi o *Inter Mirifica* que iniciou todo o pensamento na esfera comunicacional.

Com o Dia Mundial da Comunicação, instituído durante o Concílio Vaticano II, todo ano é possível aos católicos, através da mensagem do Papa, discutir, à luz da doutrina da Igreja, pontos relevantes da comunicação na época.

Através destes documentos, e de frequentes reflexões promovidas pela Igreja no mundo, contata-se o rumo das comunicações como importante instrumento de evangelização.

O tema escolhido pelo Papa Bento XVI para a sua primeira mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais, que se celebrou no domingo da Ascensão do Senhor, 28 de maio de 2006, foi: *Os mídia: rede de comunicação, comunhão e cooperação*.

Relembrando o quadragésimo aniversário do Vaticano II e citando, várias vezes, o último documento sobre a comunicação, a Carta Apostólica *O rápido desenvolvimento*, de João Paulo II, o Papa Bento XVI reconhece o poder de influência dos mídia na sociedade humana e, por isso, lembra que é preciso “usufruir do melhor modo possível de tais potencialidades, em benefício da humanidade inteira”

Depois de discorrer sobre os progressos tecnológicos dos meios de comunicação, que permitem a “comunicação imediata e direta”, o Papa lembra também que a rapidez da comunicação nem sempre contribuiu para criar colaboração ou comunhão na sociedade. Não se trata de uma visão negativa da Igreja sobre a comunicação, mas uma análise sobre a cultura midiática na sociedade hoje.

Já em 2011, por exemplo, o Papa Bento XVI salientou na mensagem para o 45º dia das Comunicações Sociais que a Internet é “uma nova maneira de aprender e pensar” podendo gerar relacionamento com toda a sociedade.

As novas tecnologias estão a mudar não só o modo de comunicar, mas a própria comunicação em si mesma, podendo-se afirmar que estamos perante uma ampla transformação cultural. Com este modo de difundir informações e conhecimentos,

está a nascer uma nova maneira de aprender e pensar, com oportunidades inéditas de estabelecer relações e de construir comunhão.¹⁸

O Papa Francisco, desde a sua eleição, tem sido um exemplo da íntima ligação entre palavra e gesto, discurso e ação, anúncio e testemunho, reflexão e prática. Com gestos e palavras como esses, em menos de um ano de pontificado, Francisco foi revolucionando a comunicação dentro e fora da Igreja. Uma síntese da sua práxis comunicacional pode ser encontrada no tema proposto por ele para a sua primeira mensagem ao Dia Mundial das Comunicações Sociais, celebrado em 2014: *Comunicação a serviço de uma autêntica cultura do encontro*.

Para o pontífice, a cultura da comunicação não pode conviver com a cultura do descartável, porque comunicar significa hoje, essencialmente, não a simples transmissão da mensagem, mas o fato de partilhar.

Não tenhais medo de vos fazerdes cidadãos do ambiente digital. É importante a atenção e a presença da Igreja no mundo da comunicação, para dialogar com o homem de hoje e levá-lo ao encontro com Cristo: uma Igreja companheira de estrada sabe pôr-se a caminho com todos. Neste contexto, a revolução nos meios de comunicação e de informação são um grande e apaixonante desafio que requer energias frescas e uma imaginação nova para transmitir aos outros a beleza de Deus.¹⁹

Ainda assim, a internet representa um período de mudanças na sociedade e revela o homem pós-moderno que a utiliza. A religião encontrou nesse meio de comunicação um espaço para marcar sua existência e acompanhar, até certo ponto, as mudanças sociais.

A cultura não linear, digital, está mudando a compreensão que temos do mundo. Ela traz consigo a ambiguidade, a manipulação, o consumismo, o materialismo, o relativismo. Ou seja, o espaço virtual quase que ocupou o ambiente natural.

A revolução da informática foi apenas o início de um novo tempo. Pouco a pouco, essa nova cultura, não linear e orientada pela imagem, mais intuitiva e emocional, passou a dominar um novo modelo de se compreender o mundo. E ela

¹⁸ Bento XVI, Mensagem para o XLV Dia Mundial das Comunicações Sociais. 2011

¹⁹ Francisco, Mensagem para o XLVIII Dia Mundial das Comunicações Sociais. 2014

é, em sua natureza, comunicacional. Não só por ser interativa, mas principalmente por abolir todas as fronteiras.

A alta hierarquia da Igreja Católica, especificamente, respondeu a esse fenômeno comunicacional se fazendo presente no ambiente digital. Em 2009, por exemplo, o Vaticano lançou seu próprio canal no YouTube, com vídeos atualizados diariamente. No mesmo ano, foi lançada a página Pope2You, uma iniciativa que, através do Facebook e de um aplicativo para iPhone, permitia o acesso a mensagens de Bento XVI e o envio de cartões digitais.

Em 2010, foi lançado o site News.va, reunindo departamentos de mídia e comunicação da Santa Sé. Um ano depois, o site do Vaticano foi reformulado, apresentando uma nova disposição dos conteúdos e possibilitando seu acesso em celulares e leitores eletrônicos.

Em 2012, a Rádio Vaticano anunciou que deixaria de transmitir sua programação em ondas médias e curtas na maior parte da Europa e da América, reforçando seu acesso através da internet. No mesmo ano, em dezembro, o Papa Bento XVI entrou no Twitter e começou a enviar seus tuítes por meio da conta @Pontifex.

E no início de 2013, foi lançado o Pope App, um aplicativo para iPhones e iPads para “acessar todo o conteúdo oficial relacionado com o Papa em qualquer formato”, como indica o site oficial do serviço.

4. **WebTV Redentor: uma novidade em construção**

Quando se fala em Internet pensa-se logo em uma ferramenta diferente de todas outras formas de comunicação. O ambiente virtual propõe uma comunicação que gera interação, relacionamento, criação e recepção, podendo ser considerada como fenômeno social.

Hoje, diante de todas as formas de comunicação, pode-se dizer que a Internet é um dos maiores meios, no qual predomina a comunicação como instrumento de relacionamento. É neste contexto que a Igreja acredita e observa a necessidade da presença católica para ouvir os fiéis. O Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais afirma ser esse um ambiente em que todos possam comunicar sua fé.

O caráter interativo e bilateral da Internet já está a ofuscar a antiga distinção entre aqueles que comunicam e os destinatários da comunicação, e a dar forma a uma situação em que, pelo menos potencialmente, cada um pode desempenhar ambas as funções. Já não se trata da comunicação unilateral e vertical do passado.²⁰

Depois da chegada da Internet, a década de 1990 foi marcada pela ideia de que uma “revolução digital” estava em curso com a popularização do vídeo na Internet. Neste novo ambiente de difusão de conteúdo audiovisual, destacou-se o *Youtube* como ferramenta para distribuição de vídeos.

Criado em 2005 e comprado pela *Google* em 2006, o *Youtube* é o líder no setor de vídeos na Internet. Ele permite que as pessoas enviem, compartilhem, e assistam facilmente aos vídeos.

Nesta perspectiva, no início de 2011 o canal de vídeos, WebTV Redentor, surgiu como um novo veículo de divulgação das atividades da Igreja no Rio, especialmente nas transmissões ao vivo de missas e eventos com a presença do Arcebispo, Cardeal Dom Orani João Tempesta. Na ocasião, o Arcebispo era Presidente da Comissão Episcopal para a Cultura, Educação e Comunicação Social da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil desde 2003.

²⁰ Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, Igreja e Internet, 2002.

Ainda em 2011, a Arquidiocese do Rio de Janeiro ficou responsável pela realização do 7º Mutirão de Comunicação, evento promovido pela CNBB. Com o tema “Comunicação e Vida: Diversidade e Mobilidades”, a equipe da WebTV Redentor se sentiu motivada para começar as transmissões, entrevistas e programas.

Com a participação do Presidente do Pontifício Conselho para a Comunicação Social, Dom Claudio Maria Celli, o Mutirão de Comunicação foi um importante espaço de reflexão e experiência para os veículos de comunicação da Arquidiocese do Rio de Janeiro. Dom Celli esteve aberto para conhecer as estruturas e incentivar o crescimento das mídias.

Durante sua participação no painel “Concepção, filosofia, estruturas e modalidades da Comunicação na Igreja e a imagem da Igreja na mídia”, Dom Celli enfatizou que a comunicação da Igreja precisa revelar e produzir comunhão, não deve apenas informar, receber dados. É necessário todos estarem em permanente atitude de conversão para comunicar de forma aberta.

O grande desafio da comunicação na Igreja é a comunhão. O termo comunhão é essencial e intrínseco ao anúncio. Nós não anunciamos uma ideologia, nós comunicamos uma pessoa que tivemos uma experiência. Falamos de algo que recebemos da tradição apostólica e experimentamos pessoalmente a presença viva do Senhor. Não é uma teoria, é Deus vivo. A comunicação da Igreja deve produzir e gerar comunhão.²¹

O envolvimento com o evento, a facilidade de acesso a PUC - Rio, local que sediou o evento, e a disponibilidade de acesso à Internet, permitiram que em julho de 2011, a WebTV Redentor se tornasse conhecida pelo Brasil todo através das palestras e seminários transmitidos ao vivo, e com as entrevistas exclusivas.

Em unidade com os veículos oficiais já existentes da Arquidiocese: Portal, Jornal O Testemunho de Fé e a Rádio Catedral, a WebTV Redentor desenvolveu o lema: através da internet evangelizar além fronteiras.

Foi em agosto de 2011 que através da experiência foi desenvolvida a linguagem da WebTV da Arquidiocese. O que antes era restrito a eventos na Cidade

²¹ <https://www.youtube.com/watch?v=BORLImGcxeU>

do Rio de Janeiro ganhou dimensões mundiais. A WebTV Redentor realizou a cobertura da Jornada Mundial da Juventude, em Madri.

Mesmo sem uma estrutura definida, e sem aproveitar de maneira plena as ferramentas da web 2.0, a WebTV Redentor passou a ser celeiro para a construção de conhecimento e experimentação.

4.1. A WebTV da Arquidiocese do Rio de Janeiro

Em 2009 assumiu a Arquidiocese de São Sebastião do Rio de Janeiro o Arcebispo Dom Orani Tempesta, que atuava também como presidente da Comissão Episcopal para a Cultura, Educação e Comunicação Social da CNBB. Com desejo de ter uma Rede de Televisão, porém com a falta de recursos para isto, sugeriu a criação de um canal de vídeos pela Internet.

Em paralelo, atentos ao desenvolvimento das novas mídias, o Vicariato para a Comunicação Social da Arquidiocese do Rio, preparava um projeto para o Santuário do Cristo Redentor de uma WebTV, que tomou maiores proporções e formou-se, em 2011, Arquidiocesana.

O objeto de estudo deste trabalho, a WebTV Redentor, é um novo veículo que pertence a Arquidiocese do Rio. Esta instituição possui quatro veículos de comunicação tendo a Rádio Catedral como o mais antigo. Há 23 anos no ar, mistura música, orações e programas informativos.

Embora o Jornal “O Testemunho de Fé” tenha sido criado há 24 anos pelo Padre Antonio Carpinteiro, ele era de início um Jornal Paroquial, que falava da comunidade da Paróquia Nossa Senhora do Amparo, em Cascadura. Apenas há 15 anos ele virou Arquidiocesano.

Já na mídia digital, a Arquidiocese do Rio criou um site em 1996 por ocasião do Encontro Mundial do Papa com as Famílias. Aos poucos, esse site foi sendo construído e alimentado. Mas em 2008, o então Arcebispo, Dom Eusébio Scheid firmou um acordo com a Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro que ficou responsável pela criação de um Portal. Assim, acabaria a velha estrutura do site antigo e haveria a tão falada “convergência de mídia”.

O Portal da Arquidiocese do Rio tem como objetivo divulgar os eventos da Arquidiocese. Semanalmente o Arcebispo prepara um artigo sobre algum assunto que está em evidência ou na cidade, no país ou ainda no calendário litúrgico. Há links que ligam às mídias sociais que o Arcebispo participa como: *Facebook*, *Flicker* e *Twitter*.

Apesar de ter posse dos veículos de comunicação, apenas em novembro de 2005 foi criado um setor específico para trabalhar a comunicação na Igreja do Rio de Janeiro.

“O uso dos meios de comunicação para a evangelização comporta a exigência de a mensagem evangélica, através deles, chegar às multidões de homens com a capacidade de penetrar na consciência de cada um desses homens, de se depositar no coração de cada um deles, com tudo aquilo que têm de mais singular e pessoal e atingir, com tal mensagem, uma adesão e um compromisso realmente pessoal. Negligenciar a importância e os desafios dos meios de comunicação, levaria a Igreja a se sentir culpável diante do Senhor. É servindo –se deles que ela “proclama sobre os telhados” a mensagem de que é depositária.

Com estas considerações e sendo nossa tarefa de Pastor proporcionar todos os meios para que a mensagem do Evangelho chegue a todos os homens e, para tanto, utilizar os recursos e instrumentos de comunicação social, havemos por bem, de acordo com as normas canônicas, criar, para o bem do povo de Deus, o VICARIATO PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL NA ARQUIDIOCESE DO RIO DE JANEIRO.”²²

Com a criação do vicariato foram estabelecidas propostas e metas, assim como provisionados alguns sacerdotes que a partir de então deveriam dedicar-se ao trabalho com os meios de comunicação.

A WebTV Redentor surgiu no contexto do vicariato, sob a perspectiva de uma comunicação mais atual e dialógica com o lema: através da internet evangelizar além fronteiras.

²² Ato de criação do Vicariato para Comunicação Social da Arquidiocese do Rio de Janeiro assinado pelo então Arcebispo, Cardeal Dom Eusébio Oscar Scheid.

Em 2011, a WebTV Redentor realizou a cobertura da Jornada Mundial da Juventude, em Madri, e em 2013 ficou responsável por todo material audiovisual da Jornada Mundial da Juventude no Rio de Janeiro. Desde então, empenha-se no trabalho com a juventude, tendo em vista que é um público predominante neste ambiente digital.

A WebTV Redentor tem um de seus objetivos a criação parcerias com as WebTV's paroquiais já existentes. Além disso, disponibiliza espaço para que os católicos se apresentem, seja através de produções próprias e/ou comentários.

Um dos canais abertos desde o início da criação do veículo foi o “PAS-COM na TV”. A ideia era estimular agentes da Pastoral da Comunicação das Paróquias a produzirem vídeos mostrando a realidade local ou destacando um momento importante como festa do Padroeiro e palestras.

Para isso, a equipe da WebTV Redentor passou a ministrar palestras e cursos de formação para os interessados. Isso também em âmbito nacional. Desde 2012, no Encontro Nacional da Pastoral da Comunicação, promovido pela CNBB, a WebTV Redentor é convidada para falar sobre sua experiência neste novo ambiente digital.

O canal de vídeos da Arquidiocese do Rio conta com reportagens exclusivas e celebrações ao vivo, mas está investindo em uma vasta programação de cunho informativo/formativo, espiritualidade e entretenimento. Além disso, cumpre também o papel de permitir à Igreja no Rio de Janeiro um acervo de vídeos com o registro dos seus acontecimentos eclesiais.

Hoje, a WebTV Redentor funciona também como uma produtora da Arquidiocese. As grandes emissoras do Rio sabem que podem contar com as imagens dos eventos católicos feitos pela WebTV para veiculação. E fazem essa ligação com a Assessoria de Imprensa da Arquidiocese para garantir as imagens.

A princípio, a ideia de criar a WebTV era para fazer transmissões ao vivo de celebrações do Arcebispo e criar programas de formação religiosa com o clero. Pouco era o conhecimento da ferramenta. Com orçamento baixo foram comprados

os equipamentos básicos para essa função e apenas um funcionário fazia o papel de produzir os vídeos, filmar e editá-los.

Embora tenha começado de forma muito amadora, a experiência chamou atenção das pessoas que passaram a ter as palavras do Arcebispo não mais apenas impressas no Jornal O Testemunho e Fé, nem apenas em áudio através da Rádio Catedral, mas puderam acessar através da Internet, e a qualquer momento, as homilias e pronunciamentos oficiais.

Mas foi em julho de 2011 que a WebTV Redentor começou a tomar forma. A Arquidiocese do Rio, em parceria com a PUC - Rio realizava o Mutirão de Comunicação, um evento nacional que reflete a comunicação social na Igreja. Foi um momento de novas reflexões e perspectivas acerca da WebTV, que teve papel fundamental na criação de vídeos e transmissão ao vivo do evento.

No mês seguinte, a equipe da WebTV Redentor seguiu para a primeira cobertura internacional, a Jornada Mundial da Juventude, em Madri. Com a câmera e microfone na mão saíram pelas ruas da capital espanhola para capturar o maior número de imagens possíveis e chegar perto do momento central do evento: a presença do Papa Bento XVI.

Foi então, enfrentando as dificuldades e com erros e acertos que a equipe percebeu o verdadeiro papel e formato da WebTV Redentor: mostrar os bastidores, aquilo que as grandes emissoras não gravavam. A repercussão foi grande, e as pessoas no Rio de Janeiro começaram a conhecer este mais novo veículo de comunicação da Arquidiocese do Rio de Janeiro.

Eu me incluo no processo. Trabalhando há mais de 2 anos na comunicação da Arquidiocese do Rio, fui incentivada pelo Vigário Episcopal para a Comunicação Social a aceitar o desafio e desenvolver a nova plataforma.

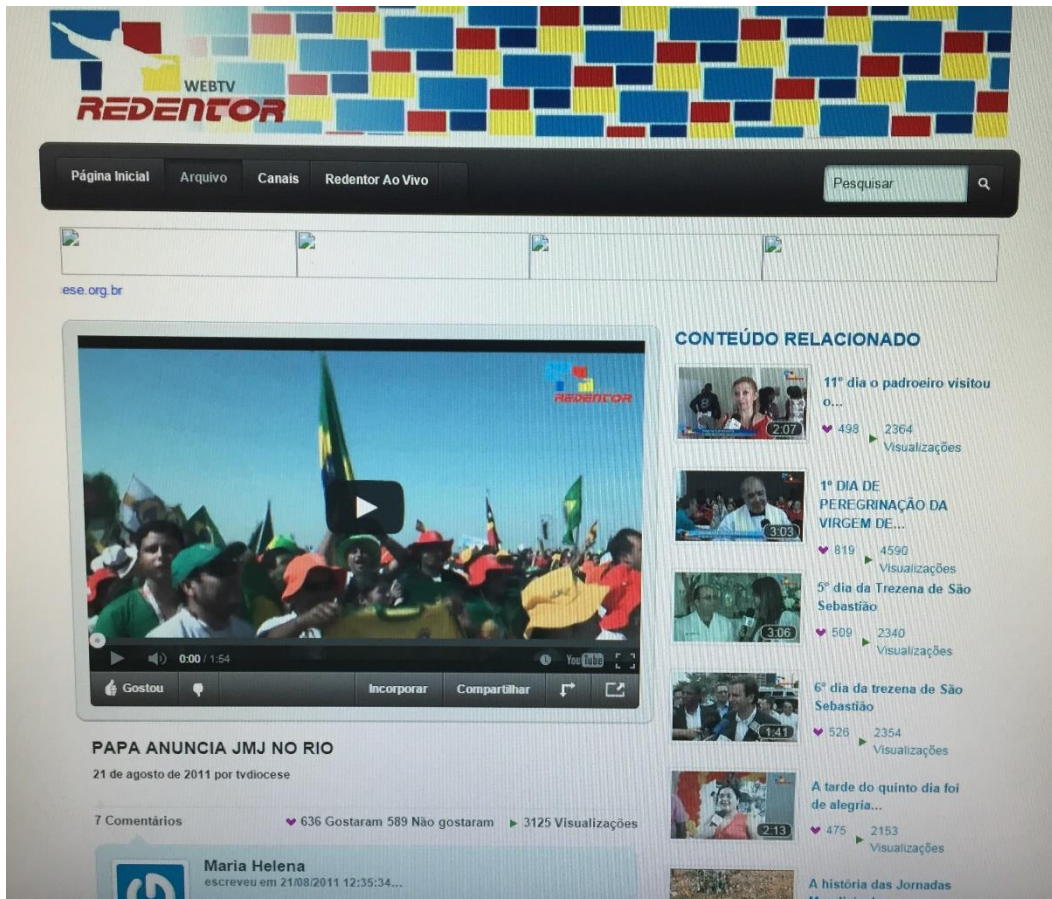


Figura 1: Reportagem MJM em Madri.

Em uma semana de evento foram 19 vídeos postados, todos de 2 a 5 minutos, misturando entrevistas, espontaneidade e informação.

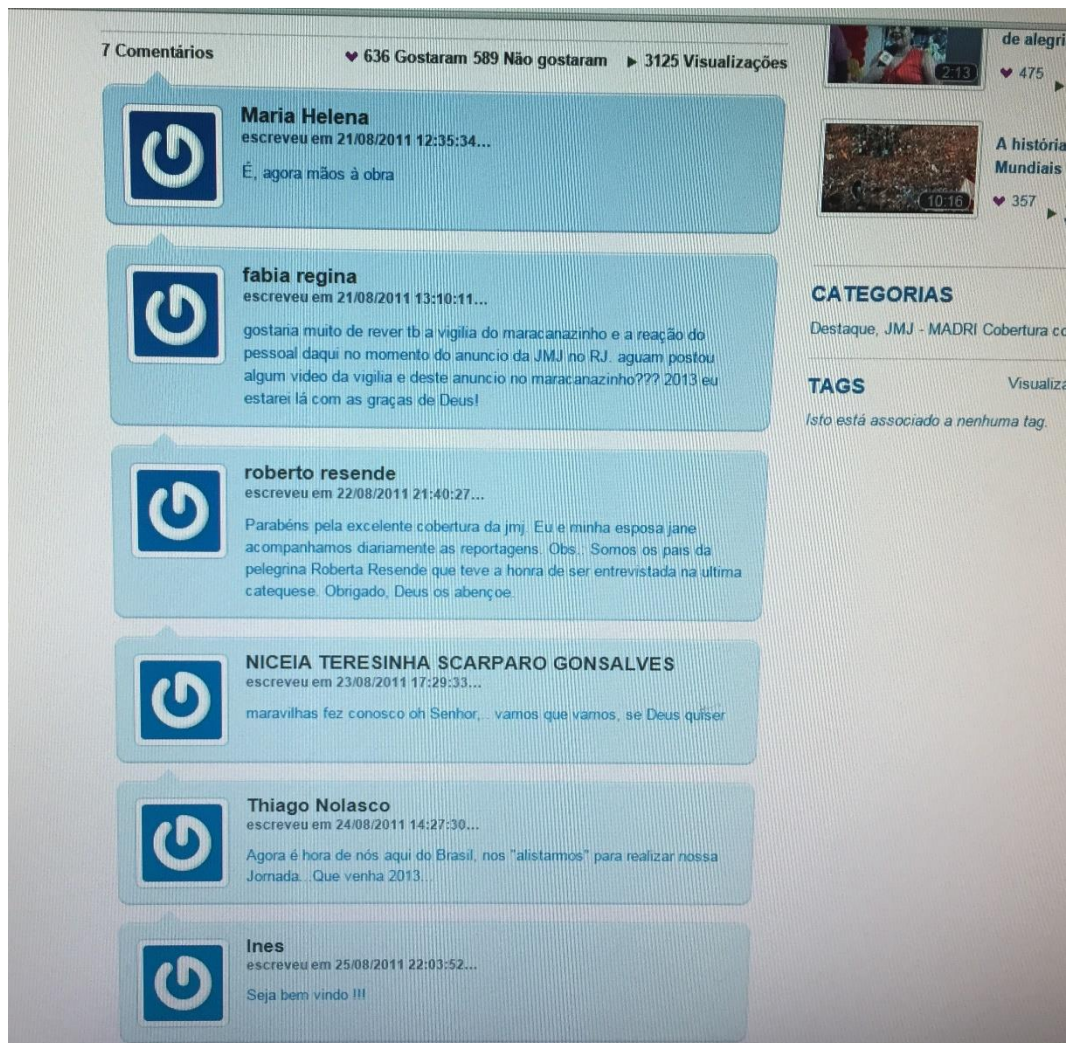


Figura 2: Comentários da reportagem no site

Quase todos os vídeos apresentaram comentários. Ficou claro que o desejo do usuário era acessar um conteúdo diferente do que a televisão proporcionava.

Para atingir o público de maneira efetiva, não basta que a mídia se configura unicamente emissor para um público receptor. Torna-se necessária uma maior interatividade usuário-máquina, que traga esse usuário para o comando da situação, seja produzindo o conteúdo ou se identificando com o que é divulgado.

Após a cobertura da JMJ de Madri, a WebTV Redentor definiu o modelo de reportagens no site. Passou a seguir os muitos eventos que aconteciam na Arquidiocese e noticiá-los com imagens e entrevistas curtas e dinâmicas.

Um marco importante para este veículo foi a realização da Jornada Mundial da Juventude no Rio de Janeiro, em 2013. Mesmo com a criação de um setor de audiovisual específico do Comitê Organizador Local, a WebTV Redentor colaborou com sua equipe, equipamentos e site.

A ideia é que fosse uma parceria, que desenvolveria a WebTV da Arquidiocese e o setor da JMJ deixaria um legado de equipamentos e divulgação. A WebTV Redentor teve que investir, mesmo que pouco, em equipamentos e no servidor. O *streaming* que suportava 30 mil acessos simultâneos multiplicou e passou para um número de 120 mil acessos.

Um marco importante foi a criação de uma Rede de WebTVs católicas para cobertura do evento mundial. A equipe da WebTV Redentor, que até então, era procurada por muitas Dioceses para conhecer os mecanismos de transmissão ao vivo pela Internet, começou a fazer contato com outras WebTVs existentes.

No encontro que aconteceu três meses antes da JMJ, sete equipes de WebTVs participaram. Sendo duas de paróquias do Rio de Janeiro, duas retransmissoras dos canais de televisão, e três seguiam o modelo da Redentor.

No encontro, foi realizada a apresentação de cada veículo, equipe e equipamentos e foi realizada a distribuição da cobertura.

A WebTV Redentor além das transmissões ao vivo, programas e coberturas jornalísticas, gera conteúdo para outras emissoras católicas, em especial, a Rede Vida de Televisão. Com a proximidade da Jornada Mundial da Juventude no Rio de Janeiro, em julho de 2013, a Rede Vida e as demais emissoras católicas voltaram os olhos para os acontecimentos da cidade. Foi então, que a Rede Vida sugeriu que a Arquidiocese do Rio produzisse três horas semanais de programação para sua grade dominical.

Foi um grande desafio: além de não ter infraestrutura técnica suficiente e muito menos equipe, a WebTV Redentor conseguiu durante mais de um ano, gerar novo conteúdo semanal para a emissora.

Mesmo utilizando linguagem de televisão, com programas maiores e com horário de exibição definido, o material preparado também era publicado no site da WebTV Redentor, o que gerou bastante acesso.

Foram três programas produzidos: “Amigos para Sempre” “Redentor News” e “Programa da Juventude”

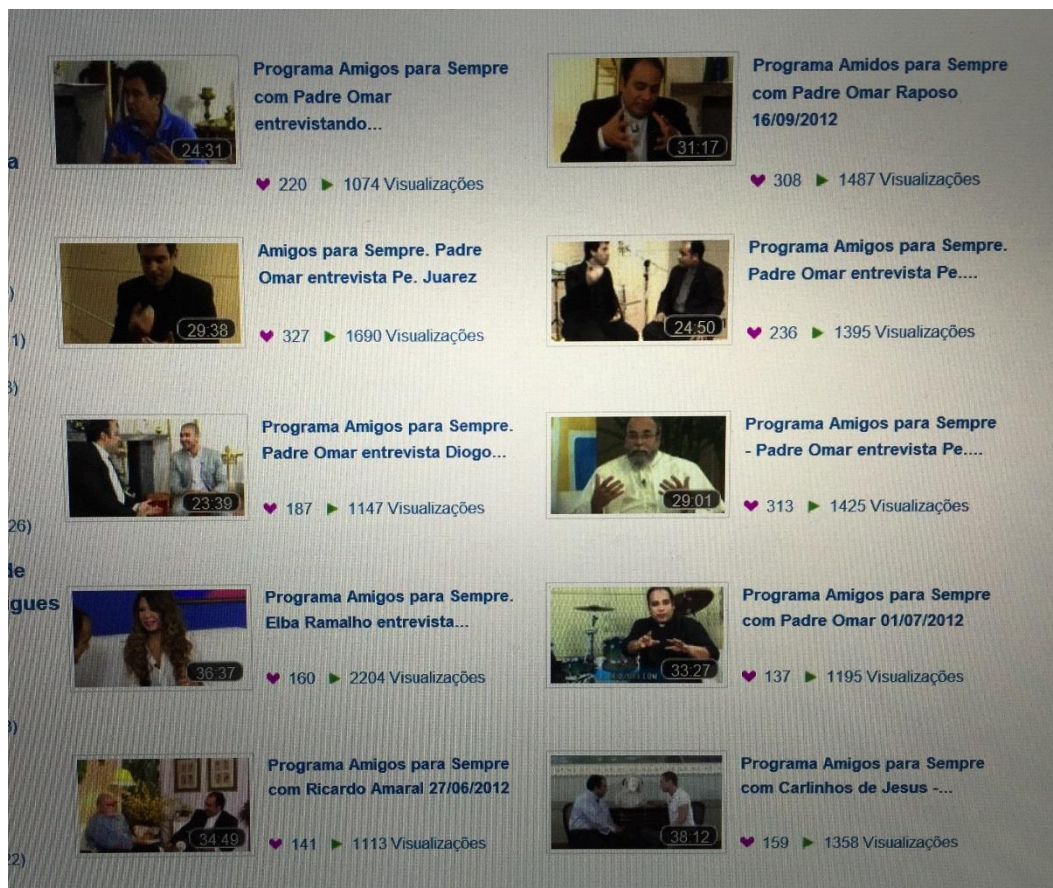


Figura 3: Programas “Amigos para Sempre”

O programa “Amigos para Sempre” era produzido, gravado e editado pela equipe da WebTV Redentor. Toda semana, o Padre Omar Raposo, diretor do veículo, apresentava um programa de entrevistas de 40 minutos com personalidades católicas que ia ao ar todo domingo, Às 15h, na Rede Vida. Foram 50 programas gravados neste período que antecedeu a JMJ Rio 2013.

O Redentor News também era produzido pela equipe da WebTV da Arquidiocese do Rio. Um programa de notícias, de 30 minutos, mostrava as reporta-

gens da semana de como a cidade se preparava para receber o Papa e os jovens do mundo todo.

Uma novidade foi a colaboração das outras emissoras católicas. No Redentor News, as emissoras mandavam reportagens de outros Estados, para mostrar como os católicos de diversas cidades se preparavam para ir ao Rio de Janeiro na JMJ.

Já o Programa da Juventude tinha a colaboração da equipe da Rede Vida, apesar de contar com a infraestrutura da WebTV Redentor.

Naquele momento, a expectativa é que o Setor de Audiovisual da Jornada Mundial da Juventude Rio 2013 ficasse como legado para a Arquidiocese.

Ainda com a equipe reduzida, apenas 5 funcionários, a WebTV Redentor já utilizava 3 câmeras HD e um MacBook para edição cedidos para este período.

A pedido do Arcebispo a WebTV produz também o vídeo que antecede a missa do “Rio Celebra”. Todo sábado, a Rede Vida transmite, às 9h, uma missa presidida por Dom Orani de uma igreja diferente do Rio de Janeiro. Antes de começar a celebração, é apresentado um vídeo de cinco minutos mostrando a realidade da igreja local. Esse vídeo é feito semanalmente pela WebTV Redentor.

4.2. Dados e avaliação

Ainda é muito difícil encontrar investimento para pesquisas e planejamento na área de comunicação eclesial. Assim aconteceu na Arquidiocese do Rio de Janeiro, que mesmo tendo seus veículos e buscando atingir um número expressivo de fiéis, nunca investiu em um plano de comunicação.

A WebTV Redentor também foi desenvolvida sem estratégia. Na verdade, com os erros e acertos foi criando a formatação que se tem hoje, e o que pretende ser encaixado naquilo que se denomina: WebTV.

Para análise deste veículo de comunicação, ver seu alcance e projetos vamos analisar a transmissão ao vivo das celebrações de um ponto central da atividade da Igreja Católica: a Semana Santa antes e depois da JMJ Rio 2013.

“A páscoa não é simplesmente uma festa entre outras: é a “festa das festas”, “solenidade das solenidades”, como a Eucaristia é o sacramento dos sacramentos (o grande sacramento). Santo Atanásio a denomina “o grande domingo como a semana santa é chamada no Oriente “a grande semana”. O mistério da ressurreição, no qual Cristo esmagou a morte, penetra nosso velho tempo com sua poderosa energia até que tudo lhe seja submetido.”²³

No ano de 2013 e 2014, a WebTV Redentor transmitiu ao vivo as celebrações da Semana Santa e Páscoa presididas pelo Arcebispo do Rio de Janeiro, na Catedral Metropolitana, situada no Centro da Cidade.

Na tabela abaixo podemos ver os números retirados do sistema de controle de acessos do site:

Celebração	Acessos 2013	Acessos 2014	Variantes
Domingo de Ramos	4.064	8.104	+99,7%
Quinta-feira Santa	4.518	8.941	+98,94%
Sexta-feira Santa	2.877	2.468	-14,21%
Sábado Santo	1.833	799	-56,41%
Domingo de Páscoa	1.020	3.064	+200%
Total	14.312	23.376	+81,66%

Quadro1: Número de acessos na Semana Santa

Percebe-se um aumento significativo de 81,66% na audiência geral das transmissões ao vivo entre os anos 2013 e 2014. Isso se deve ao fato de que neste período realizou-se na cidade do Rio de Janeiro a Jornada Mundial da Juventude, que foi organizada pela Arquidiocese do Rio. Na ocasião, a WebTV Redentor tornou-se um dos veículos oficiais do evento, recebendo investimento em equipamentos, infraestrutura, tecnologia, pessoal e publicidade, estabelecendo uma nova dinâmica em sua missão e atuação evangelizadora.

²³ Catecismo da Igreja Católica, n 1169

A Semana Santa é um período em que o cristão participa das celebrações em sua paróquia, no entanto, muitas pessoas enfrentam problemas das mais diversas naturezas para participar e encontram na transmissão uma forma de participação.

Através das mídias sociais descobrimos que a WebTV Redentor também já ficou conhecida por transmitir as celebrações presididas pelo Arcebispo. Então, muitas pessoas que mesmo tendo participado em suas comunidades, assistem também a “voz oficial” da Arquidiocese, devido a facilidade de acesso.

No Brasil, há muitos anos missas são transmitidas pela televisão. No entanto, o que não pode ser deixado de lado é a própria dignidade do Sacramento celebrado. Neste caso, tanto a CNBB, bem como, o documento *Sacrossanto Concilium*, vai dizer que “as transmissões por rádio e televisão das funções sagradas, particularmente em se tratando da Santa Missa, façam-se com discrição e dignidade, sob a direção e responsabilidade de pessoa competente, escolhida para tal ofício.” Assim também se adapta o caso da Internet.

Muitos momentos da vida litúrgica e da experiência religiosa são hoje objetos de transmissões televisivas e radiofônicas e vêm emitidas também através das redes informáticas com grande utilidade para a experiência religiosa de tantas pessoas. É preciso trabalhar pelo contínuo aperfeiçoamento do conteúdo e das técnicas destas transmissões.

De acordo com a Conferência Episcopal Italiana, existem normas para a transmissão televisiva da missa: as transmissões devem ser autorizadas pelo bispo do local e preparada adequadamente segundo critérios estabelecidos pela autoridade eclesiástica.

As celebrações transmitidas pela mídia, de responsabilidade do bispo local, com seu esforço de criatividade, devem respeitar as normas litúrgicas. Onde tais transmissões são habituais, é necessário preestabelecer uma convenção entre a diocese ou a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil e o emitente, confiando ao competente departamento pela comunicação social com a colaboração do setor de liturgia, o controle da modalidade de tomadas e de transmissões imagéticas.

E esta deve ser a missão da Igreja de comunicar a Boa Nova de Jesus Cristo nesta praça, neste grande e vasto campo de evangelização. Por isso ela, ao longo de sua história, sempre teve a preocupação de aperfeiçoar seus instrumentos para a realização dessa missão. Seu propósito sempre foi cumprir o mandato de Jesus Cristo para evangelizar. Diante disso, ela se utilizou de instrumentos próprios de cada época para que, da melhor forma possível, pudesse alcançar esse objetivo.

4.3.

Jornada Mundial da Juventude: impulso no trabalho virtual

O aumento do número de acessos ao site aconteceu por ocasião das transmissões ao vivo das vigílias em preparação para JMJ Rio 2013. Um ano antes deste grande evento, era realizado todo mês uma noite de louvor com presença de famosos do meio religioso.

A vigília conduzida pelo Padre Fabio de Melo, atingiu 100 mil visualizações simultâneas até de fora do país. O atrativo da JMJ ser realizada no Rio de Janeiro, gerou um crescente número de pessoas que acessavam a WebTV oficial da JMJ.

Em parceria com a equipe de voluntários formada pelo comitê organizador da JMJ, a WebTV Redentor começou a produzir vídeos sobre a cidade do Rio de Janeiro, suas Igrejas e histórias. E também montou uma rede de WebTVs católicas de todo país que queriam colaborar na cobertura e transmissão do evento.

Foi criada então uma rede com mais 5 webtvs católicas para dividir os trabalhos na semana do evento. Para os 6 dias foi montado na WebTV Redentor um 5 players de transmissão ao vivo: 3 eram transmitidos catequeses em português, inglês e espanhol, um ficava direto no Santuário Cristo Redentor, onde teve um fluxo muito grande de turistas e peregrinos e o outro player era transmitido o pool das emissoras para os eventos oficiais com o Papa.

A equipe reconhece que faltou divulgação, mas além do reconhecimento fora do Brasil, a WebTV Redentor criou uma rede de contatos e conseguiu aumentar a infraestrutura técnica.

Com conceitos fundamentais da comunicação como “colaboração e interatividade”, a WebTV Redentor tem um de seus objetivos a criação parcerias com as WebTV’s paroquiais já existentes. Além disso, disponibiliza espaço para que os católicos se apresentem, seja através de produções próprias e/ou comentários.

Muitas reportagens foram produzidas ao longo do evento: 80 ao todo, mostrando os bastidores da JMJ, desde o local onde o Papa ficaria hospedado até sua chegada no Aeroporto Internacional Tom Jobim, no Rio de Janeiro.

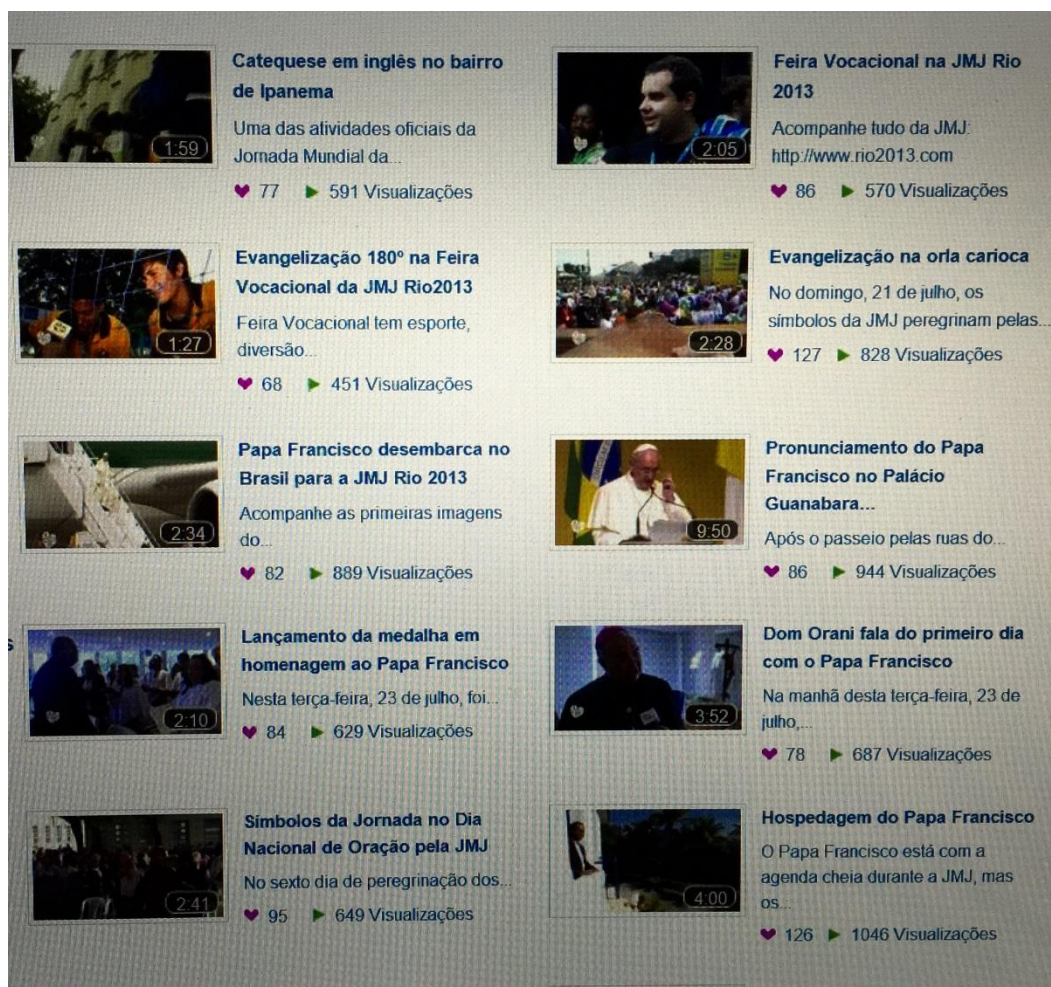


Figura 4: Reportagens JMJ Rio 2013

As reportagens eram uma parceria da WebTV Redentor com o Setor de Comunicação do Comitê Organizador Local, por isso ficavam nos dois sites. Já as transmissões ao vivo, o site da WebTV Redentor foi preparado para fazer.

No quadro abaixo, evidencia-se o potencial desta ferramenta que encontrou seu ápice de audiência ultrapassando 200 mil acessos em uma única transmis-

são exigindo em caráter emergencial o aumento do streaming para suportar tal demanda.

Data	Evento	Acesso
23/07/13	Catequese / Missa de abertura	216.700
24/07/13	Catequese / Aparecida	116.036
25/07/13	Catequese / Acolhida ao Papa	106.252
26/07/13	Ângelus	44.048
27/07/2013	Missa na Catedral / Vigília	85.776
28/07/13	Missa de Envio	42.032

Quadro2: Número de acessos na JMJ Rio 2013

A comunicação a serviço da Igreja não pode excluir aquilo que é próprio de sua doutrina e nem suas celebrações. Ao contrário, é fundamental utilizar as ferramentas em função de tudo aquilo que é conteúdo católico viabilizando ao máximo o seu alcance.

De acordo com o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, produzido pela CNBB, a Igreja se beneficia dos meios eletrônicos para transmitir os conteúdos da fé. Muitas celebrações litúrgicas vêm sendo veiculadas por esses meios favorecendo-se do dinamismo da comunicação massiva a distância. Destacam-se como possíveis resultados provenientes do uso adequado dos meios audiovisuais e digitais para a vida da Igreja a condução do cristão à tomada de consciência sobre sua pertença ao corpo místico de Cristo e o despertar nos fiéis o desejo de tomar parte das celebrações na própria comunidade.

As transmissões têm também valor evangelizador, pois, por meio delas, o anúncio da Boa-Nova vai ao encontro dos enfermos, das pessoas com idades avançadas ou daqueles impossibilitados de participar fisicamente das comunidades.

Percebe-se que o maior número de acessos foi nos eventos que o Papa ainda não tinha chegado, pois as grandes emissoras não estavam presentes. A curiosidade, despertou naqueles menos fervorosos o desejo de acessar a WebTV Redentor e descobrir o que seria a tão falada Jornada Mundial da Juventude.

Já para aqueles que conheciam a grandiosidade do evento, a WebTV Redentor proporcionou uma ótima oportunidade de acompanhar um dos momentos centrais do evento que são as catequeses.

A WebTV Redentor cumpriu seu papel ao fazer os vídeos apresentando o evento, e as transmissões dos locais onde as emissoras seculares não estavam.

4.4. Perspectivas

Na perspectiva da grande audiência da semana santa, tratando-se de uma celebração estritamente religiosa, percebe-se que a WebTV Redentor atingiu um público católico.

Para alcançar um público universal, mais abrangente, a programação deve seguir a orientação da Igreja que afirma ser necessário um diálogo aberto com a cultura de forma a ampliar o processo evangelizador incluindo os não católicos.

Por isso, cabe a programação se adequar a tais interesses dialogais onde veicule a relação entre Igreja e sociedade, meio ambiente, artes integradas, política, questões atuais de bioética e sobretudo em tempos de iminentes guerras o diálogo ecumênico e inter-religioso, com ênfase no mútuo respeito e liberdade religiosa.

O ecumenismo e o diálogo com outras religiões merecem particular atenção na comunicação eclesial. A era da comunicação e da informação cria oportunidades de encontro e relação também entre as diversas experiências religiosas, oferecendo ocasiões para o crescimento da unidade e dos vínculos de amizade. “os meios de comunicação social são uma grande mesa-redonda para o diálogo da humanidade” e também das religiões. “A colaboração ecumênica pode realizar-se em os campos da comunicação social: ela já é, per si, um testemunho oferecido ao mundo.”²⁴

²⁴ CNBB, Diretório para a comunicação da Igreja no Brasil. n31

Contudo, a prática comunicativa sustentada no diálogo não se consolida facilmente. Dentre os desafios, está o pluralismo característico de nossas sociedades atuais.

O grande desafio do comunicador cristão, hoje, está na capacidade de conhecer, perceber e estabelecer relação com os valores e conflitos gerados pela cultura pós-moderna. A aceitação de uma sociedade pluralista é condição fundamental para a comunicação. É também, condição para o diálogo, cuja prática se sustenta na diferença e no respeito à alteridade.

O diálogo exclui, de pronto, a visão instrumentalista de comunicação, ou seja, aquela em que a Igreja faz uso dos meios de comunicação para difundir seu conteúdo doutrinal. A comunicação instrumentalista está preocupada com o conteúdo e com a aceitação do mesmo, e não com o processo dialógico que se estabelece no agir comunicativo.

5. Conclusão

Cumprindo o que há muito foi anunciado por Jesus Cristo, através dos escritos da Bíblia, a Igreja Católica no Rio de Janeiro vê no ambiente virtual local apropriado para dialogar com os fiéis.

A Igreja busca uma nova mentalidade de evangelização “fora dos muros”, ou seja, a religião não deve ser pensada apenas no ritual do domingo, nas missas, e nos templos, mas deve fazer parte do dia-a-dia do cristão.

O ambiente virtual, as interfaces multimídias, e a proposta de interação digital, cria um novo cenário para Igreja, que é bastante desafiador, por se tratar de uma instituição milenar e ainda, bastante rígida.

A emergência dessa nova cultura, é claro, não pode abandonar a tradição e a doutrina milenar que vem sustentando a vida cristã. Há um novo processo de inculturação que precisa ser pensado. Uma nova pedagogia que saiba integrar a esse mundo os valores evangélicos e da tradição.

A revolução da informática foi apenas o início de um novo tempo. Pouco a pouco, essa nova cultura, não linear e orientada pela imagem, mais intuitiva e emocional, passou a dominar um novo modo de se compreender o mundo. E ela é, em sua natureza, comunicacional. Não só por ser interativa, mas por abolir as fronteiras. Esse novo lugar traz também novas formas de expressão e novas linguagens. O desafio está no processo adaptativo que conjuga o que se chama de multimídia.

“Finalmente, talvez a característica mais importante da multimídia seja que ela capta em seu domínio a maioria das expressões culturais em toda a sua diversidade. Seu advento é equivalente ao fim da separação e até da distinção entre mídia audiovisual e mídia impressa, cultura popular e cultura erudita, entretenimento e informação, educação e persuasão. Todas as expressões culturais, da pior à melhor, da mais elitista à mais popular, vêm juntas nesse universo digital que liga, em um supertexto histórico gigantesco, as manifestações passadas, presentes e futuras da mente comunicativa. Com isso, elas constroem um novo ambiente simbólico. Fazem da virtualidade nossa realidade.²⁵”

²⁵ CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede – A Era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999. p.458

Não basta apenas dispor de meios ou de um treinamento profissional, é preciso uma formação cultural, doutrinal e espiritual, bem como considerar a comunicação mais do que um simples exercício na técnica. A encruzilhada se dá no fato de que a Igreja precisa da competência e prudência para não deslanchar somente no campo da potencialidade das novas tecnologias da comunicação, mas no discutir e refletir sobre suas implicações.

A visão atual que nos propõe a sociedade, em sua mudança de época, e o Magistério da Igreja impulsiona-nos a considerar e compreender a comunicação social como um fenômeno cultural. Ou seja, não se trata apenas de elencar mais uma nova tecnologia, mas considerar os novos discursos.

A WebTV Redentor surge num contexto criativo e inovador. Pioneira na área eclesial, tem como intenção mostrar um outro lado da Igreja, que acompanha o fiel nos seus novos padrões e conduta.

Não adianta ter apenas a posse dos meios de comunicação, se tudo isso não está imbuído de um espírito de compreensão das verdadeiras necessidades do público interno e do público ainda não conquistado.

A WebTV Redentor se bem trabalhada, pode gerar muitos frutos e atingir pessoas de todo o mundo. A Igreja pode ter um veículo em potencial, um grande trunfo para a evangelização.

É neste contexto que queremos enquadrar as permanentes ofertas das tecnologias de comunicação. Tudo acontece rápido demais. Pouco mais de cem anos passaram sobre as primeiras filmagens do Papa Leão XIII e do Vaticano, realizadas por um agente dos irmãos Lumière. Em 1896, o Papa Pio XI encomendou a primeira radiomensagem a Marconi e proclamou: “Dirijo-me através dos céus, a todas as gentes e a toda criatura”. Esta invenção revolucionou a expansão da mensagem.

Todas estas descobertas e aplicações que alteraram as comunicações, foram acolhidas no coração do sucessor de Pedro como “um dom de Deus”. Foi deste modo que os Papas Pio XII e Francisco as nomearam. São estes dons que a Igreja jamais deixou de acolher e utilizar, muitas vezes de modo inaugural.

Na proximidade do Natal de 2011, Bento XVI acendeu remotamente, através do seu Ipad, as luzes de um pinheiro que estava a centenas de quilômetros de Roma. Ele também inaugurou a presença pontifícia no Twitter, que o Papa Francisco fez alavancar com números impressionantes de seguidores. Nas últimas Jornadas Mundiais da Juventude, os Papas têm comunicado com os jovens através das tecnologias de informação.

Se devemos ao Papa João Paulo II a definitiva presença no mundo global, Bento XVI nos estimulou a sabermos estar com verdade e qualidade a propor Cristo na rede. Francisco, o Papa latino americano, sempre atento aos acontecimentos, é aquele que comunica além da palavra.

Neste ano de 2015, em sintonia com o Sínodo sobre as Famílias que vai acontecer em outubro, o Papa Francisco lançou a mensagem para o XLIX Dia Mundial das Comunicações Sociais com o tema: “Comunicar a família: ambiente privilegiado do encontro na gratuidade do amor”. O ponto de partida é a família como o primeiro lugar onde se aprende a comunicar. A referência é o texto evangélico do encontro entre Maria e Isabel (Lc 1, 39-56). A reflexão de Francisco nos coloca diante das dimensões comunicativas do corpo, da palavra (vínculo, oração e bênção), dos gestos (proximidade e limitações) e dos meios de comunicação social.

O Pontífice adverte ainda para as novas tecnologias que podem se tornar uma forma de se subtrair à escuta, de se isolar, de saturar todo o momento de silêncio. Também neste campo, escreve o Papa, os primeiros educadores são os pais. “Mas não devem ser deixados sozinhos; a comunidade cristã é chamada a colocar-se ao seu lado, para que saibam ensinar os filhos a viver segundo os critérios da dignidade da pessoa humana e do bem comum.”

Descentralização, diversificação e adequação aos públicos-alvo serão objetivos a ter em conta pelas mídias. O velho sistema de comunicação de massa, em que todos assistiam à mesma coisa e ao mesmo tempo, vai-se findando. De acordo com Castells “não estamos a viver numa aldeia global, mas em domicílios sob medidas, globalmente produzidos e localmente distribuídos”.

Pelo que vamos estudando e constatando, a Igreja católica está atenta a evangelização do continente digital aproveitando este novo areópago.

Percorremos meio século da história da Igreja Católica na sua relação mais direta com o fenômeno das tecnologias de informação e comunicação. Estivemos atentos ao acolhimento dado pelos sucessores de Pedro às novas mídias de cada tempo. Passados pelos cinquenta anos de pronunciamentos pontifícios e feita a revisão das teorias de comunicação, chegamos as conclusões que partilhamos: a Igreja sempre esteve atenta as novas tecnologias, mesmo que apenas em teoria.

No contexto da Arquidiocese do Rio de Janeiro, percebe-se problemas estruturais e financeiros das iniciativas da Igreja na área de comunicação, cujos projetos (como a WebTV Redentor) muitas vezes estão marcados pelo amadorismo e pelo clericalismo. Necessita, portanto, um planejamento global das políticas de comunicação.

6. Referências bibliográficas

ASSMANN, H. *A Igreja eletrônica e seu impacto na América Latina*. Petrópolis: Vozes, 1986.

BABIN, Pierre; MCLUHAN, Marshall, *Era Eletrônica – Um Novo Homem, Um Cristão Diferente*, Lisboa: Multinova, 1978.

BENTO XVI, *Mensagem para o XLV Dia Mundial das Comunicações Sociais*. 2011.

BERGER, Peter e LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes, 1973.

BOMBONATTO, V. I. *Evangelizar é comunicar*. São Paulo: Paulinas, 2009.

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede – A Era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. *A Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

CNBB. *A Comunicação na vida e missão da Igreja no Brasil*. Brasília: Edições CNBB, 2011.

_____. *Diretório de comunicação da Igreja no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 2014.

DARIVA, Noemi (Org.). *Comunicação social na Igreja – Documentos fundamentais*. São Paulo: Paulinas, 2003.

FRANCISCO, *Mensagem para o XLVIII Dia Mundial das Comunicações Sociais*. 2014.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 2008.

INSTRUÇÃO PASTORAL COMMUNIO ET PROGRESSIO. Encíclica sobre os meios de comunicação social. São Paulo: Paulinas, 1971.

INTER MIRIFICA. Concílio Vaticano II. In: COMPÊNDIO DO VATICANO II. Petrópolis: Vozes, 1972.

JOÃO PAULO II, *Redemptoris Missio*, 1990.

_____. *O Rápido desenvolvimento das tecnologias no campo dos meios de comunicação*, 2005

KRACAUER, S. *O ornamento da massa*. São Paulo: Cosac Naif, 2009.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da Inteligência*. São Paulo: Editora 34, 1993.
_____. *Cybercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARTINO, Luis Mauro Sá. *Mídia e poder simbólico. Um ensaio sobre comunicação e campo religioso*. São Paulo: Paulus, 2003.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 2005.

PESSINATTI, N.L. *Políticas de comunicação da Igreja Católica no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1998.

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, Igreja e Internet. 2002

_____. *Ética na Internet*. 2002

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

_____. *Cultura Midiática e Igreja, uma nova ambiência*. São Paulo: Paulinas, 2008.

SPADARO, A. *Ciberteologia: Pensar o Cristianismo nos tempos da rede*. São Paulo: Paulinas, 2012.

_____. *Web 2.0: Redes Sociais*. São Paulo: Paulinas, 2013.

WINKIN, Yves. *A Nova Comunicação*. Campinas: Papirus, 1998.

WU, Tim. *Impérios da Comunicação: do telefone à internet, da AT&T ao Google*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.