

Igreja virtual online e offline: estudo do processo comunicacional em sites institucionais católicos¹

*Paulo Vitor Giraldi PIRES²
Maria Cristina GOBBI³*

1. A Igreja no virtual

O crescimento do mundo virtual e múltiplas formas de comunicação no ciberespaço, as igrejas, ainda, parecem estar sob o encantamento exercido por essas tecnologias, principalmente pela internet. De alguns anos para cá, tem crescido o número de sites religiosos principalmente de domínio da Igreja Católica, como de arquidioceses, dioceses, associações, movimentos e comunidades religiosas ligadas ao catolicismo. Não diferente do que tem acontecido em outras religiões, como no protestantismo e neopentecostalismo. Porém, ainda não é possível quantificar a presença dos sites religiosos na internet, haja visto a diversidade de critérios adotados pelos instrumentos de pesquisa como “Google”, “Cadê” e “Yahoo” e pela generalidade dos resultados que se obtém nas pesquisas. É considerável a inserção da religião na web, já que o espaço virtual é um campo fecundo para as igrejas, mediante as possibilidades oferecidas por essa tecnologia de comunicação.

Assim como para a religião, o acesso do Brasil à internet é também algo considerado recente, uma vez que o território brasileiro passou a fazer parte desta rede, oficialmente, em janeiro de 1989, o que era privilégio, apenas, de algumas instituições de pesquisa. Mas, com a entrada da internet nas residências e com a facilidade de pontos de acesso, é visível o crescimento acelerado do número de usuários da web. De acordo com dados divulgados pelo Comitê Gestor da Internet do Brasil (CGI.br)⁴, em 2010, o número estimado de pessoas que utilizam a internet é de 37,3 milhões.

É oportuno ressaltar que o CGI.br foi criado somente em 1995, pela Portaria Interministerial nº 147, de 31 de maio do mesmo ano e alterada pelo Decreto Presidencial nº 4.829, de 3 de setembro de 2003, para coordenar e integrar todas as iniciativas de serviços Internet no país, promovendo a qualidade técnica, a inovação e a disseminação dos serviços ofertados. Por esta portaria, é que foi criada a figura do provedor de acesso privado, possibilitando, na prática, a conexão à rede de qualquer cidadão comum.

Partindo destes dados sobre a presença da internet na vida da população e, sendo ela, um veículo de comunicação em potencial, não poderia a Igreja Católica, objeto deste estudo, assim como outras religiões, ignorarem o uso da espaço virtual. Sabemos que com a chegada das tecnologias de comunicação, as instituições religiosas têm, de alguma forma, buscado utilizar destas, para os fins de evangelização. Não diferente do que vem acontecendo com o uso da internet pelas religiões no Brasil, um fenômeno parecido foi constatado por pesquisadores, há um pouco mais de vinte anos, denominado de “Igreja eletrônica”. Conceito importado dos Estados Unidos, chegando ao Brasil na década de 1990, que foi a presença dos evangélicos na programação de alguns canais comerciais, antes de ser incorporado por emissoras como a Rede Record. Por outro lado, a Igreja Católica também não resistiu ao fascínio da mídia e, depois de diversas tentativas de possuir uma rede católica, nasce então a Rede Vida de Televisão, em 1995. Mas, o que parecia ser um sonho, se torna um pesadelo para a instituição religiosa. O

¹Trabalho apresentado no VI Eclesiocom 2011, Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial da Universidade Metodista | São Bernardo do Campo – São Paulo.

²Bolsista CAPES. Mestrando do Curso de Comunicação Midiática – UNESP. Email: pvgiraldi@hotmail.com

³Orientadora da Dissertação de Mestrado. Pós-Doutora - UNESP. Email: mcgobbi@terra.com.br

⁴Disponível em < www.cgi.br > Acessado em 26/07/2011.

entusiasmo, aos poucos tem sido abafado pelas necessidades e custos que exigem a alta tecnologia, principalmente a manutenção de uma emissora de TV.

Hoje, a internet se apresenta como uma alternativa mais barata para a Igreja, que em poucos anos, já possui milhares de sites, com fins religiosos, espalhados pela web, porém com uma comunicação ainda indefinida. Diante das novas possibilidades de comunicação que a internet oferece e, os novos tipos de relacionamento virtuais, a religião também tem buscado interagir de forma diferenciada com seus fiéis. O espaço virtual, ainda, com certos preconceitos, tem sido considerado um novo ambiente para o encontro da fé.

O homem moderno e tecnológico está conectado, acessa dados e informações pelas múltiplas plataformas midiáticas. A Pnad (Pesquisa Nacional Por Amostra de Domicílios) 2009, indicou que 34,7% dos domicílios brasileiros têm computador. Já a internet chega a 27,4% dos lares (IBGE, 2010⁵). Ela nasceu como um suporte bélico no final dos anos 60, em plena Guerra Fria. Foi idealizada para ser a rede nacional de computadores do Departamento de Defesa norteamericano. “Servia para garantir a comunicação emergencial caso os Estados Unidos fossem atacados pela União Soviética”. (FERRARI, 2003). Posteriormente, o projeto migrou para o campo acadêmico quando começou a ser pesquisada e em universidades americanas. Este sistema conecta computadores em diversos continentes utilizando tecnologias como linhas telefônicas, satélites, linhas de microondas e cabos de fibra óptica.

A forma como conhecemos a internet, hoje, se deve ao WWW (World Wide Web), a interface que permite às pessoas trocar informações como dados, textos, fotos, gráficos, sons e vídeos pela rede mundial de computadores. Como descreve Pinho (2003), “a web é provavelmente a parte mais importante da Internet e, para muitas pessoas, a única parte que elas usam”. Na sociedade atual, a internet disputa e vem ganhando espaço com os meios de comunicação tradicionais como rádio, televisão, cinema e mídia impressa. Com o crescimento espantoso da internet, também foram crescendo as possibilidades de comunicação e utilização oferecidas por este veículo. O espaço virtual, com suas características próprias e, ainda em processo de identificação, torna-se um ambiente “livre” para a manifestação de ideias, intercâmbio cultural e suporte para aquisição de conhecimentos, além de facilidade para compras, pesquisas e uma ampla rede de relacionamentos. Mas como a religião tem utilizado deste meio?

A partir destas constatações, a reflexão proposta neste projeto visa colaborar com as discussões referentes ao processo de comunicação gestão da informação nos sites das maiores (Arqui)dioceses, uma vez constatado o crescimento de sites institucionais católicos e a inserção destas igrejas particulares no espaço virtual. Buscaremos compreender quais são os pressupostos definidos pela Igreja Católica para fazer-se presente na web e como essas ações tem sido norteadas pela instituição católica, especificamente pela Comissão Episcopal para Comunicação Social da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB).

A visão da Teoria Geral dos Sistemas, aos estudar as “inter-relações” (BERTALANFFY, 1977), nos permitirá compreender um complexo de elementos de interações no sistema comunicacional dos sites católicos, ou seja, as interfaces comunicativas e informativas que se apresentam e necessitam de uma gestão própria, para atingirem seus objetivos.

Para comunicar e compreender e, muitas vezes também para produzir os dados de fato que funcionam como informações dentro do contexto comunicativo, é necessária a presença dos homens (LUHMANN, 1990, p.358).

Essa participação do fiel no processo comunicativo nos permitirá analisar como a relação entre Igreja e virtualidade, principalmente em se tratando dos sites das

⁵Disponível em < www.ibge.gov.br > Acessado em 26/07/2011.

Arquidioceses brasileiras. A proposta da “Igreja virtual” seria, então, a instituição católica deixar o encantamento pelas possibilidades que oferecem os Meios de Comunicação de Massa, principalmente a internet; aventurando-se de maneira pouco responsável, para buscar estabelecer uma prática comunicacional condizente com sua proposta do anúncio do evangelho, a partir da gestão de sua comunicação no ciberespaço, na tentativa de estabelecer suas próprias políticas. E, como acredita Zanon (2002), estar no espaço virtual é apresentar ao ser humano, cristão ou não-cristão, uma nova forma de viver sua fé:

A igreja virtual oferece muitas possibilidades para uma vivência da fé diferenciada. Ela não substitui a liturgia e a relação interpessoal, mas complementa-se e possibilita a participação do culto e da comunidade cristã e pessoas confinadas, distantes, perseguidas [...] A comunidade religiosa tem necessidade de se fazer presente no mundo virtual, apropriando-se dos instrumentos interativos típicos da cibercultura, a fim de criar novas maneiras de encontro com Deus e de manifestação da fé. (ZANON, 2002, p. 371)

2. Proposta inicial

Para esta pesquisa, selecionamos sete sites vinculados a instituição católica para serem analisados. A escolha se deve, além do caráter populacional, o que agrega valor a esta pesquisa, também por constatarmos logo de início, a existência de uma página na internet (site) destas instituições religiosas, que serão objeto deste estudo. Ao todo sete sites, dos regionais: Norte, Nordeste, Leste, Sul, Centro-Oeste, Oeste, Noroeste, sendo um de cada regional da CNBB, a saber:

Tabela 1
Sites Arquidiocesanos

Endereço Eletrônico	Regional da CNBB
www.arquidiocesedeagoiania.org.br	Centro-Oeste
www.arquidiocesebh.org.br	Leste
www.arquidioceselindarecife.org.br	Nordeste
www.arquidiocesedeportovelho.com.br	Noroeste
www.arquidiocesedebelem.org.br	Norte
www.arquidiocesecuiaba.org.br	Oeste
www.arquidiocesedesaopaulo.org.br	Sul

Fonte: Anuário Católico, 2010

Ter um site, já não é mais exclusividade de algumas Dioceses. Com base no Diretório da Liturgia (2010), atualizado anualmente, é possível verificar de forma parcial, o número de sites destas igrejas particulares: no total são 17 regionais, onde constam 42 sites arquidiocesanos, 107 sites diocesanos e, um site de prelados. Com a criação da diocese de Naviraí, sobe para 275 o número das circunscrições eclesiais no Brasil, segundo dados da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB⁶, assim distribuídas: 44 Arquidioceses, 211 Dioceses, 13 Prelazias, três Eparquias, um Exarcado, um Ordinariato para os fiéis de Rito Oriental sem Ordinário Próprio, um Ordinariato Militar e uma Administração Apostólica Pessoal. A representação geográfica destas Arquidioceses, também agrega valor quantitativo para esta análise, uma vez que pretendemos compreender como se dá o processo de comunicação virtual

⁶Disponível em < www.cnbb.org.br > Acessado em 25/07/2011.

nas Arqui(dioceses) do Brasil e como estas têm utilizado da internet em sua prática de evangelização. As regiões Leste e Sul se destacam no número de habitantes, como pode ser observado na tabela abaixo:

Tabela 2
Representação Geográfica da Arquidiocese

Arquidiocese	População por habitantes
Goiânia - GO	10.050.055
Belo Horizonte - MG	22.947.494
Recife - PE	18.172.013
Belém - PA	7.749.718
Cuiabá - MT	2.598.005
Porto Velho - RO	2.507.848
São Paulo – SP	41.025.193

Fonte: Anuário Católico, 2010

Além do caráter populacional, consideramos relevante estudar a presença da Igreja Católica no espaço virtual, pelo fato, de ter sido constatado durante uma pesquisa⁷ realizada com 54 jornalistas que atuam nas Dioceses, Regionais e Organismos da CNBB, que a internet é o veículo de comunicação mais utilizado por essas instituições católicas. Isso, talvez, possa ser justificado pelo custo-benefício oferecido por esta tecnologia, ao contrário de outros veículos, que exigem maiores investimentos financeiros. Com base nas respostas dos entrevistados, foi possível constatar que:

Tabela 3
Veículos de comunicação que a (Arqui)diocese possui?

Jornal Impresso	Rádio ou TV	Site	Revista	Mídias Sociais
21(70%)	18(60%)	29(97%)	16(53%)	19(63%)

Fonte: dados do pesquisador, 2011

É possível perceber com base na tabela acima, ainda que, de forma tímida, a Igreja tem ampliado sua atuação nos meios de comunicação, com destaque para o uso da internet, que corresponde a 97%, do universo das Dioceses que participaram da pesquisa. Para o catolicismo do Brasil, isso representa um avanço, mesmo diante de constatações, que há um atraso de cerca de vinte anos no uso dos veículos de massa, por parte da Igreja.

A iniciativa da Igreja Católica é plausível, uma vez que tem buscado incentivar seus bispos, padres, religiosos (as igrejas) a usarem deste 'admirável mundo novo', que é a internet. Por outro lado, surge a necessidade da própria Igreja em rever sua postura diante dos desafios impostos pela virtualidade. Acreditamos que o problema principal não é o uso da mídia e das possibilidades que ela oferece para a evangelização, mas como a Igreja tem utilizado, neste caso, a internet para a sua prática religiosa. Pois, a simples utilização dos meios, por falta de critérios e mecanismos de gestão destes conteúdos religiosos. A ausência de estratégias de comunicação pode produzir um efeito inesperado, como vem acontecendo, onde o religioso e a evangelização tornam-se um produto midiático e de 'espetáculo'. Para tanto, é necessário que a instituição religiosa estabeleça políticas próprias de comunicação e gestão de sua informação para o uso mais adequado da internet, condizente com sua proposta de evangelização do mundo moderno.

⁷Pesquisa realizada pelo autor, em março de 2011.

Nasce como sugestão deste estudo, o que chamamos de “Igreja virtual”, que seria um novo modelo de comunicação religiosa na internet, que visa o favorecimento da cultura do diálogo e solidariedade, da participação e prática da cidadania. Para que isso aconteça, não basta a Igreja reproduzir sua prática religiosa nos espaços virtuais, mas repensar seus pressupostos na relação entre religião e internet. A partir da teoria geral dos sistemas de Ludwing Von Bertalanffy (1977) e das contribuições posteriores de Niklas Luhmann (1990) e com base na análise quantitativa fenomenológica, examinaremos como ocorre o atual processo de comunicação por parte da Arquidioceses) nas páginas eletrônicas.

Esta análise terá como base as políticas, diretrizes e instruções pastorais sobre a comunicação, definidas por esta instituição religiosa, sendo um dos desafios desta pesquisa, por constatar, inicialmente, a ausência de documentos, principalmente sobre comunicação e a internet, produzidos pela Igreja. A investigação será um estudo dos casos desses espaços, buscando entender, a partir destes documentos, quais são os pressupostos definidos pela Igreja para fazer-se presente na internet e como essas ações tem sido norteadas pela instituição em nível nacional, pela Comissão Episcopal para a Comunicação Social da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). Com base na política do ciberespaço e na teoria geral dos sistemas, que analisa as possíveis relações entre sistema e o ambiente, principalmente nas influências que ocorrem entre eles. Este projeto pretende contribuir na relação comunicacional entre Igreja e internet, com a proposta da Igreja virtual.

3. Discussões sobre o tema

Ao pensarmos sobre a evangelização e mídia, é necessário que logo se questione sobre as consequências e possibilidades que mundo midiático apresenta à religião. Como que incidem essas características próprias do espaço virtual, como a linguagem, conteúdo e formato, no anúncio do evangelho? Ao propormos a análise dos sites das Arquidioceses, temos como meta, entender como a internet tem sido utilizada pela Igreja Católica, aqui representada por suas instituições locais (Dioceses), na tentativa de compreender quais os pressupostos e se existem políticas de comunicação definidas pelo catolicismo para fazer-se presente na web.

Um questionamento oportuno é apresentado por Palácio (2002), quando diz que o problema não é a Igreja fazer uso da mídia e das possibilidades oferecidas para a evangelização, mas a ausência de estratégias para o uso correto destas tecnologias, como aponta o autor:

A simples utilização dos meios, por falta de lucidez crítica sobre seus mecanismos, pode produzir um efeito inesperado: a mídia se apodera e utiliza o religioso e a evangelização. O uso da mídia em termos de evangelização, só pode ser algo derivado. Existe um problema prévio. Que se entende por evangelização? E quais as condições indispensáveis para que haja um autêntico anúncio do evangelho? (PALÁCIO, 2002, p. 310)

São oportunas as observações acima, levando em conta que não basta, apenas, ter um site da instituição católica, mas pensar em como fazer uso mais adequado desta tecnologia de comunicação. A proposta é que a religião seja favorecida pela mídia, e não o contrário. O que temos visto é a religião tornando-se um produto midiático.

O recente documento sobre comunicação lançado pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) é o estudo 101, e traz como título: *Comunicação na vida da Igreja no Brasil*, busca trazer algumas reflexões oportunas sobre a presença da Igreja nas múltiplas formas de mídia. O material é apresentado com objetivo de oferecer aos bispos, agentes de pastorais de todo o país um instrumento de reflexão que motive e oriente o planejamento da própria atividade

de comunicação presente na vida e missão da Igreja Católica. O estudo coloca, ainda, que sem entender a comunicação como experiência de vida, torna-se inviável pensar uma evangelização coerente com as necessidades dos tempos de hoje.

A Internet pode se tornar um extraordinário meio de comunicação e de progresso cultural da sociedade. [...] Adequadamente valorizada e sabiamente utilizada, a Internet pode tornar-se não somente um lugar de encontro, mas também de verdadeira e adequada elaboração da cultura católica, voltada, sobretudo, para a paz, para a solidariedade e o diálogo. (Estudos da CNBB, 2011, item 90)

O estudo apresenta de forma tímida a relação da Igreja e Internet, ainda com uma visão parecida com a do Concílio Vaticano II, ao ressaltar as novas tecnologias como “maravilhosas invenções”, mas sem um olhar crítico sobre este “poderoso” e “perigoso” meio de comunicação. O sentido mais frequente de estar na mídia por parte da Igreja é simplesmente ocupar um espaço com um conteúdo religioso, seja noticioso ou doutrinal, uma transmissão de missa ou mesmo a simples divulgação de acontecimentos eclesiais. Mas o que pretende a Igreja Católica com a inserção frenética e despreparada no ciberespaço? Se a resposta for para evangelizar, então é preciso repensar urgente essa relação entre internet e evangelização. Pois evangelizar através da mídia, poderia ser uma justificativa para os não esforços da Igreja na sua missão pastoral.

É certa e notável a expansão pentecostal em áreas pastorais onde a opção pelos pobres foi excluída do planejamento pastoral da Igreja Católica. Vale salientar também que um dos fatores para o significativo desenvolvimento das Igrejas pentecostais e neopentecostais é o calor humano que sempre foi peculiar em suas práticas religiosas, em especial, as comunicativas. Falar para todos os povos consiste a missão da Igreja. Então, pensar a presença da Igreja no espaço virtual é compreender antes, quais os pressupostos definidos pela instituição católica para o uso da internet.

A evangelização consistiria só em servir-se dos meios para veicular conteúdos de tipo religioso? Não haveria outra maneira de anunciar o evangelho? Entrar nos debates da cultura, discutir valores, apresentar alternativas, não poderia ser uma maneira de anunciar o evangelho levando em conta a nova situação da Igreja na sociedade moderna. A primeira e fundamental forma do anúncio é a vida. E numa sociedade como a nossa, o estilo de vida – o testemunho – é tão importante como os meios e o modo de anunciar. (PALÁCIO, 2002, p. 311)

Quando se pensa em Igreja virtual não é com o objetivo de visualizar que a comunidade de pessoas, reunidas em um espaço físico, irá deixar de existir. A proposta é justamente compreender o processo comunicacional próprio de cada ambiente, seja físico ou virtual, para o fortalecimento da cultura católica, a partir de suas ações comunicativas, como alerta do documento sobre “Igreja e Internet” do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais:

A Internet é relevante para muitas atividades e programas da Igreja: a evangelização, incluindo a reevangelização, a nova evangelização e obra missionária tradicional ad gentes, a catequese e outros tipos de educação, notícias e informações, a apologética, governo e administração, assim como algumas formas de conselho pastoral e de direção espiritual. Embora a realidade virtual do espaço cibernético não possa substituir a comunidade

interpessoal concreta, a realidade da encarnação dos sacramentos e da liturgia, ou a proclamação imediata e direta do Evangelho, contudo pode completá-las, atraindo as pessoas para uma experiência mais integral da vida de fé e enriquecendo a vida religiosa dos usuários. Ela também oferece à Igreja forma de comunicação com grupos específicos – adolescentes e jovens, idosos e pessoas cujas necessidades obrigam-nas a permanecer em casa, indivíduos que vivem em regiões remotas e membros de outros organismos religiosos – que, de outra forma, seria difícil alcançá-los. (IGREJA E INTERNET, 2006, p. 13-14)

Outros documentos, não muito recentes, como o relatório MacBride (1980, n.3, p.4 *apud* PUNTEL, 1994, pg. 139) já afirmavam a importância da comunicação pessoal para o desenvolvimento da Igreja. Por outro lado, a instituição católica sempre teve em suas mãos a missão principal de tornar a mensagem de Cristo universal. Há de se considerar que a mensagem evangélica, desde sua gênese, é vocacionada à universalidade. Portanto, o imperativo de que a Igreja deve comunicar é mais que uma missão, é fator imprescindível para que a mensagem de Cristo possa chegar às mais distantes e diferentes comunidade.

Puntel (2011), no artigo publicado no material de divulgação do 45º Dia Mundial das Comunicações, celebrado em 5 de junho de 2011, aponta que a Igreja reconhece as transformações sociais e culturais provocadas pelas novas tecnologias, que introduzem não somente um modo de comunicar, mas fazem olhar a mudança da própria comunicação em si mesma.

Daí a decorrência de que não se trata somente de “novidades” das tecnologias, mas “está nascer uma nova maneira de aprender e pensar”. É como se estivéssemos vivendo uma nova civilização. Aprender e pensar, ousamos dizer, necessita absorver uma modalidade nova, nos sistemas de educação, de elaboração do pensamento, entre outros. A consequência pode ser óbvia, como entendimento, mas como prática, requer a mudança de métodos de ensino, de informar, de comunicar, de evangelizar. (PUNTEL, 2011, p.11 *apud* CNBB, 2011, pg. 11)

Essa imensa vontade de renovar conceitos e de fazer valer a proposta de Cristo através da comunicação é revelada em assembléias episcopais e documentos como o Concílio Vaticano II (de outubro de 1962 a dezembro de 1965), o decreto *InterMirifica*, o 2º dos 16 documentos publicados pelo Vaticano II e aprovado em quatro de dezembro de 1963, e a Instrução Pastoral *Communio et Progressio* (1971), assim como a Conferências Episcopais da América Latina, de Medellín (1968), Puebla (1979) e Santo Domingo (1992), além da chamada Teologia da Libertação, nascida na América Latina na década de 1960, mas inicialmente inspirada pelo Concílio Vaticano II e nas encíclicas subsequentes *Mater et Magistra* (1961) e *Pacem in Terris* (1963).

Em sua última Instrução Pastoral *Aetatis Novae* (1992) sobre a comunicação, o agora, beato João Paulo II relembra que a partir dos documentos *Inter Mirifica* e *Communio et Progressio* apareceu, as expressões como "sociedade da informação", "cultura da mídia de massa", e "geração de mídia". E afirmou que hoje, muito mais que os homens e as mulheres sabem e pensam sobre a vida é condicionada pelos meios de comunicação, em grande medida, da experiência humana em si é uma experiência de mídia. Para ele já era visível a evolução notável no domínio da tecnologia de comunicação. “A utilização de novos meios de comunicação dá origem ao que alguns falam de ‘novas linguagens’ e deu origem as novas possibilidades para a missão da Igreja” (AETATIS NOVAE, 1992, n. 02).

Nesta mesma preocupação de seu antecessor, Papa Bento XVI, em sua mensagem por ocasião do 45º Dia Mundial das Comunicações Sociais, comemorada em 5 de junho de 2011, refletiu sobre as novas tecnologias, principalmente a internet e suas possibilidades de comunicação. A Igreja reconhece a importância deste fenômeno e alerta os cristãos para o uso correto destas mídias, que se resume ao tema “Verdade, anúncio e autenticidade de vida, na era digital”, proposto esse ano. O Papa continua, em sua reflexão:

No mundo digital, transmitir informações significa com frequência sempre maior inseri-las numa rede social, onde o conhecimento é partilhado no âmbito de intercâmbios pessoais. A distinção clara entre o produtor e o consumidor da informação aparece relativizada, pretendendo a comunicação ser não só uma troca de dados, mas também e cada vez mais uma partilha. Esta dinâmica contribuiu para uma renovada avaliação da comunicação, considerada primariamente como diálogo, intercâmbio, solidariedade e criação de relações positivas. (BENTO XVI, 2011)

Em sua fala, o Papa reconhece que a comunicação não pode ficar restrita apenas na divulgação de informações, mas uma possibilidade para a troca de conhecimento, de ações solidárias e que criem relações fraternas entre as pessoas. Portanto, vem reafirmar a necessidade da Igreja Católica compreender melhor sua presença do espaço virtual, uma vez que não é concebível utilizar a internet, neste caso, os sites diocesanos, apenas para propagar a fé e evangelizar, mas pensar na proposta de favorecer uma cultura de diálogo, que ultrapasse os “muros” da instituição e os paradigmas religiosos.

4. A busca pelo diálogo

A proposta de uma comunicação mais ampla e plural nos sites das (Arqui)dioceses não tem como objetivo reduzir a expressividade do catolicismo em seu ambiente de evangelização ou desprezar suas doutrinas e práticas. Trata apenas de uma oportunidade para repensar a forma de comunicar ou de falar exclusivamente dos assuntos que dizem respeito às temáticas religiosas, uma vez que isso estaria excluindo um grupo de pessoas que não professam a fé católica, o que não seria mais viável para uma diversidade de possibilidades para o diálogo inter-religioso, que a Internet poderia servir de suporte para tal proposta. Mesmo sendo um site institucional, de propriedade das Arquidioceses da Igreja Católica, nada impede que ela trate de assuntos que dizem respeito à vida da comunidade em geral, incentivando o diálogo também fora da Igreja. O Beato João Paulo II (1992), em sua última Instrução Pastoral sobre a Comunicação *Aetatis Novae*, no item 8, exorta para a necessidade urgente de um diálogo que envolva a todos:

Esse diálogo exige, portanto, que a Igreja seja ativamente preocupada com a mídia secular, e especialmente com a definição da política de comunicação social. Os cristãos têm de fato a responsabilidade de fazer ouvir a sua voz em todos os media, e a sua tarefa não se limita apenas à transmissão de notícias da Igreja. O diálogo envolve também o apoio a artistas de mídia, que exige o desenvolvimento de uma antropologia e uma teologia da comunicação - não menos importante, de modo que a própria teologia pode ser mais comunicativa, mais bem sucedido na divulgação de valores do Evangelho e aplicá-las às realidades contemporâneas da condição humana, que exige que os líderes da Igreja e dos agentes de pastoral responder de bom grado e com prudência para a mídia, quando solicitado, procurando estabelecer relações de confiança e respeito mútuos, baseada em valores fundamentais comuns, com aqueles que não são da nossa fé.

A Instrução Pastoral *Aetatis Novae* deixa claro ao dizer que o papel da comunicação não deve se limitar apenas a transmitir notícias da Igreja, uma vez que estaria persistindo em um diálogo fechado, sem que haja progresso no que diz respeito ao anúncio da Palavra de Deus a todos os povos e nações. O Papa diz que “a mídia pode ser usada para anunciar o Evangelho ou para reduzir ao silêncio nos corações humanos. Como a mídia cada vez mais interligada com o cotidiano das pessoas, eles influenciam o modo como as pessoas entendem o significado da própria vida” (item 8). Neste caso, este projeto é uma oportunidade para a Igreja Católica repensar como ela pode estar na mídia, principalmente na Internet, de forma que contribua como instituição no espaço virtual - *online*, para relações culturais, fomentar o processo democrático, abrindo espaço para discussões de diferentes temáticas que se apresentam cotidianamente na vida da sociedade - *offline*, na tentativa de buscar propostas de melhorias.

Breves considerações

As mudanças na sociedade contemporânea têm exigido que a instituição religiosa esteja presente no mundo das comunicações sociais, utilizando destas mídias para propagação da fé dentro e fora da Igreja. Esta pesquisa visa contribuir para o entendimento dos processos de comunicação virtual adotados pelas Arquidioceses, na tentativa de compreender quais são os pressupostos definidos pela Igreja Católica para fazer-se presente na web, a partir da análise da gestão de informação. Sabemos que, a encarnação evangélica no ciberespaço ou em outras plataformas midiáticas, tão defendidas pelo catolicismo exige, no entanto, mais competência profissional, investimentos na comunicação institucional católica, possibilitando a abertura para o diálogo. Estar no universo *online*, é contribuir de forma efetiva, para fortalecer e ampliar as discussões no espaço *offline*, ou seja, no cotidiano da sociedade. A Instrução Pastoral *Communio et Progressio* é clara ao dizer que a Igreja precisa estar aberta para dialogar com o mundo, com todas as raças e culturas. Evangelizar pela mídia poderia ser o início de prática de cidadania mais participativa, baseada no valor humano, social e cristão. Mas como é possível comunicar (evangelizar) pela internet? Ao final desta pesquisa, pretendemos trazer discussões sobre a necessidade da gestão da informação e políticas de comunicação nos sites institucionais, principalmente no uso da internet pela Igreja. Essa, talvez seja uma forma mais interessante de ser Igreja virtual, para estabelecer pontes e ser ponte, que contribua para o bem comum e favoreça o diálogo.

Referências Bibliográficas

BENTO XVI, P. 45º Dia Mundial das Comunicações, São Paulo, v. 1, n. 1, jun. 2011. Disponível em: <<http://www.vatican.va/>>. Acesso em: 23 jun. 2011.

BERTALANFFY, Ludwing Von. **Teoria Geral dos Sistemas**. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 1977.

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

DIRETÓRIO DE LITURGIA E DA ORGANIZAÇÃO DA IGREJA NO BRASIL. **Ano C – São Lucas**, Brasília: Edições CNBB, 2010.

ESTUDOS DA CNBB – 101. **A comunicação na vida e na missa da Igreja no Brasil**, São Paulo: Paulus, 2011

FERRARI, P. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

IGREJA E INTERNET. **Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais**. 3ª ed. São Paulo: Paulinas, 2006.

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

INSTRUÇÃO PASTORAL AETATIS NOVAE. **Encíclica sobre os meios de comunicação social**. São Paulo: Paulinas, 1992

LUHMANN, Niklas. **Sistemi Sociali: Fondamenti di una Teoria Generale**. Bolonha: Il. Mulino, 1990.

_____; PALÁCIO, Carlos. **Do Templo Tradicional ao púlpito eletrônico**. Revista Perspectiva Teológica. Minas Gerais, nº34, p. 301-318, 2002.

PUNTEL, Joana. **A Igreja e a democratização da comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1994.

PUNTEL, J. **45º Dia Mundial das Comunicações**, São Paulo, v. 1, n. 1. CNBB. 2011

_____; ZANON, Darlei. **O Mistério da Fé no fenômeno da cibercultura**. Revista Perspectiva Teológica. Minas Gerais, nº34, p. 351-375, 2002.