

A COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA DA IGREJA

-NUMA NOVA ERA

Introdução

Falar de surgimento de uma nova Era pode, às vezes, assustar os homens da Igreja. Outras vezes, entretanto, pode até fasciná-los. Uma nova fase na história denota mudanças na maneira de pensar, agir, planejar ou evangelizar. Toda era traz consigo processos próprios e ferramentas inovadoras, relacionados à modernização da comunicação e à transformação da cultura como um todo. Diante disso, algumas estruturas de comunicação estão-se a flexibilizar, enquanto outras acabam por se finar. Isto ocorre também na Igreja, enquanto, contemporaneamente, o público vai adquirindo habilidades inéditas e lança expectativas cada vez mais inovadoras.

A última era midiática distinguiu-se por mensagens unidirecionais: o destinatário tinha poucos recursos para responder à mensagem recebida. Já na era das novas mídias, os destinatários se relacionam de forma interativa acerca do conteúdo proposto, porque o emissor pressupõe que o destinatário aja e interaja sobre tal conteúdo. O surgimento de uma nova era midiática costuma ocorrer de tempos em tempos. No momento, o fenômeno se tornou particularmente evidente. Não há dúvida de que as maneiras de gerar conteúdos - utilizadas há apenas alguns anos - já nos parecem, hoje, antiquadas. Isto ocorre porque os meios de comunicação, principalmente as mídias 'sociais', estão sempre a evoluir.

Uma nova era na mídia

A era digital mudou o mundo da comunicação e continuará a revolucioná-lo. Os usuários estão constantemente em contato com o mundo, os amigos, a família, as notícias e os eventos. A tecnologia leva o público a se tornar mais ativo e a buscar inovações. As empresas de todo o mundo estão entrando na nova era da comunicação com admirável profissionalismo, oferecendo aos usuários produtos relacionados a todas as áreas da vida¹. Além disso, na era das novas mídias, qualquer usuário pode se tornar fonte de notícias. As

¹ ISPGROUP, La nueva era de la comunicación: la comunicación digital, <https://www.ispgrup.cat/nueva-era-la-comunicacion-digital/>.

ha formattato: Spagnolo (Spagna)

ha formattato: Spagnolo (Spagna)

tecnologias da informação e da comunicação permitem que, em princípio, um único usuário de mídia possa desempenhar o papel de uma agência de notícias e influenciar milhões de pessoas em todo o mundo². As habilidades adquiridas na criação de conteúdo e a familiaridade com as mídias sociais e a internet (SEO, algoritmos) são suficientes para difundir informações de maneira 'viral' – qual vírus que, cedo ou tarde, se espalha e chega a muitos lugares do mundo.

A consultora de relações públicas Anastasiya Golovatenko diz que a pandemia de Covid-19 marcou, em 2021, o início de uma nova era de comunicação nas redes sociais. A especialista aponta cinco tendências que caracterizam a mudança da era das mensagens: maior ênfase nas estratégias digitais e na ferramenta SEO; criação de grandes quantidades de conteúdo; eventos virtuais integrados à comunicação corporativa; rápido crescimento das vendas on-line; valorização dos responsáveis pelo gerenciamento da comunicação de alto nível (CEO)³. Michelle Marasch Ouellette, especialista em RP, Comunicação de Crise, Planejamento Estratégico e Storytelling, afirma, por sua vez, que, após a pandemia, o mundo mudou radicalmente a forma de nos comunicarmos. Alguns dos princípios dessa mudança de estilo no modo de nos comunicar são: a importância de ser autêntico, de exercer uma escuta ativa do público, de falar uma nova linguagem, de manter um relacionamento direto com o público-alvo e de oferecer uma mensagem que esteja ligada a valores⁴. Em 2017, o especialista em marcas Andy Stalman (Mr. Branding) afirmou que não estamos somente a passar por uma época de mudanças mas também a viver uma verdadeira mudança de era; e que cada nova era gera uma nova pessoa. De acordo com o especialista, a essência do novo homem é o *'humanoffon'*, um ser humano que vive simultaneamente nos mundos off-line e on-line (*human-off-on*), mundos que há apenas uma década eram separados e que hoje já não são ~~mais~~⁵.

Relativamente à mídia, a mudança de era concerne a uma evolução na forma em como a humanidade se comunica e consome as informações. A metamorfose dos meios de

² Paolo Mancini, L'evoluzione della comunicazione: vecchi e nuovi media, https://www.treccani.it/enciclopedia/l-evoluzione-della-comunicazione-vecchi-e-nuovi-media_%28Atlante-Geopolitico%29/.

³ Entrepreneur, Anastasiya Golovatenko, Five trends signalling a new era in communication, <https://www.entrepreneur.com/en-ae/growth-strategies/five-trends-signalling-a-new-era-in-communication/364001>.

⁴ PRsay, Michelle Marasch Ouellette, 7 Rules for a New Era of Communications, <https://prsay.prsa.org/2021/01/06/7-rules-for-a-new-era-of-communications/>.

⁵ Diario de Mallorca, David Arráez Palma, Andy Stalman: "No estamos en una era de cambio, sino en un cambio de era", <https://www.diariodemallorca.es/economia/foro-negocios-businessdm/2017/01/27/andy-stalman-cambio-cambio-3476168.html>; Andy Stalman, Humanoffon: ¿Está internet cambiándonos como seres humanos?, Deusto 2018.

comunicação inspira o desenvolvimento social de maneira significativa – e este tema é já objeto de diversos estudos teóricos sobre mídia⁶. As mudanças tecnológicas, as tendências, os hábitos causam um impacto fundamental em tais transformações. O desenvolvimento tecnológico dos smartphones, dos vídeos on-line, de uma internet cada vez mais rápida, da personalização dos conteúdos ou do marketing on-line – tudo conduz os usuários e os geradores de conteúdo a uma nova era. O encontro entre os processos de globalização e a mídia acarreta novas formas de comunicação e as acelera⁷. “A tecnologia mais dominante do futuro é, sem dúvida, a Internet, também definida como plataforma de comunicação, ciberespaço, nova sociedade”⁸.

A comunicação na nova era distingue-se pela atenção dada ao público-alvo que se deseja alcançar, de modo a criar conteúdos adequados, tendo em mente que o futuro da comunicação se encontra, cada vez mais, no mundo digital. Há, além disso, que focalizar a criação de conteúdos variados e adequados aos específicos canais de comunicação; daí o papel do criador de conteúdo. A etapa seguinte considera o uso de técnicas de ‘storytelling’ na criação dos conteúdos, combinando fatos, narrativas e emoções, e promovendo nas mensagens uma linguagem de comunicação moderna.

Uma nova era na Igreja

As novas tecnologias e o desenvolvimento da Internet estão a mudar o modo de a Igreja abordar a evangelização. Graças aos instrumentos recentemente descobertos, a Igreja criou púlpitos capazes de ser vistos e ouvidos por bilhões de pessoas em todo o mundo. Em teoria, uma história contada por pessoas da Igreja no Facebook, p. ex., pode ser assistida e ouvida por cerca de 3 bilhões de pessoas. Esta nova era da evangelização pode, por vezes, parecer desconcertante; e, outras, representar um desafio, ao qual muitas pessoas estão respondendo como um dom do Espírito Santo. Vale mencionar que um dos maiores desafios da Igreja neste início do Século XXI é a comunicação bidirecional e interativa, tornada - quando se trata de comunicações midiáticas - praticamente um evento cotidiano. Consequentemente, a teologia da comunicação não atua tão somente na esfera religiosa mas, neste mundo em evolução, ajuda outrossim a dar sentido às formas seculares

⁶ Stanisław Michalczyk, Teorie mediów w nauce o komunikowaniu, in: M. Kita, M. Ślawska (red.), Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną, T. 1, Stan wiedzy i postulaty badawcze (33-51), Katowice 2012, p. 36-38; Marek Łuczak, Media jako katalizator globalizacji, Media i społeczeństwo, nr 6/2016, p. 16.

⁷ Asy Briggs, Peter Burke, Społeczna historia mediów, tłum. J. Jedliński, Warszawa 2010, p. 21.

⁸ Marek Łuczak, Rola nowych technologii w ewolucji globalizacji, Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, nr 317, 2017, p.13.

de comunicação. Ela indica, como atitude fundamental, a centralidade da Pessoa e enfatiza a dimensão espiritual da comunicação⁹. “Estamos a viver uma mudança de época: uma metamorfose não somente cultural mas também antropológica, que gera novas linguagens e descarta, indiscriminadamente, os paradigmas que nos foram transmitidos pela história”¹⁰.

Bem diante dos nossos olhos está a ocorrer uma *mudança* de época e, com *ela*, uma reformulação de paradigmas. Mudanças na comunicação implicam mudanças no modo de chegar às pessoas com a mensagem do Evangelho, modo que, por anos, ficou inalterado. O Papa Francisco compreende esta situação e procura convencer os homens da Igreja a se adaptarem à nova realidade. “Tudo isto se reveste duma valência particular no nosso tempo, porque estamos vivendo, não simplesmente uma época de mudanças mas igualmente uma mudança de época. Encontramo-nos, portanto, num daqueles momentos em que as mudanças já não são lineares, mas epocais”¹¹.

A antiga cultura do encontro face a face está cedendo lugar a um modo de comunicar que se verifica por meio de ferramentas tecnológicas. ~~Embora isto, ocorra cada vez mais cada vez mais, ocorra~~ sem contato presencial, ~~a~~ As pessoas estão se comunicando ~~mais mais~~ rapidamente. Na comunicação bidirecional, as fronteiras de tempo e espaço estão desaparecendo e cedendo ~~o seu~~ lugar a uma sensação de poder, fomentada pelo desenvolvimento da tecnologia. Este fato levanta uma questão no campo da religião: Deus também existe no mundo virtual? A resposta é inequívoca: Deus é onipotente e, por isso mesmo, pode ser reconhecido, no mundo digital, por meio de signos, símbolos e imagens. Uma imagem no espaço virtual, ~~p. ex., é emble,~~ ainda é uma ferramenta; todavia, assim como ocorre com as imagens nas igrejas e nos museus, pode se tornar um ~~modo e maneira~~ de estabelecer uma relação interpessoal com o Criador. As ferramentas de comunicação do mundo digital pertencem ao mundo real e possibilitam processos de evangelização no vasto Areópago dos tempos modernos.

Conclusão

⁹ Bianchi Jean, Bourgeois Henri, Teologia e comunicazione, in Franco LEVER - Pier Cesare RIVOLTELLA - Adriano ZANACCHI (edd.), La comunicazione. Dizionario di scienze e tecniche, www.lacomunicazione.it.

¹⁰ Francesco, Patto Educativo Globale,

<https://www.educationglobalcompact.org/resources/Risorse/vademecum-italiano.pdf>.

¹¹ Udienza del Santo Padre alla Curia Romana in occasione della presentazione degli auguri natalizi, 21.12.2019, <https://press.vatican.va/content/salastampa/it/bollettino/pubblico/2019/12/21/1022/02087.html#inglese>.

Relativamente à troca de informações, o Séclo XXI está é-marcado por uma nova era ~~no que se refere à troca de informações~~, que começa a adentrar um território desconhecido. As pessoas, hoje, se comunicam de maneira diferente do que há ~~dez 10~~ anos; ~~e~~, daqui a mais ~~dez 10~~-anos, a situação poderá mudar radicalmente. A forma ~~de como nos comunicar nos~~ e consumir ~~nos~~-conteúdos está se transformando. Como já ~~se disse dito~~-antes, não se trata apenas de uma mudança temporal ~~mas~~ de uma mudança de era, ~~tanto seja~~-em nível institucional ~~quanto como~~-pessoal. A internet, as redes sociais e a inteligência artificial revolucionaram ~~o modo de as a forma com a qual as~~-pessoas interag~~ir, em~~-graças, principalmente, às ferramentas modernas, criando diferentes conteúdos e explorando ~~de~~-novos canais de comunicação.

No grande quebra-cabeça cultural-religioso-comunicativo, as mídias vêm definindo tendências progressivas ligadas ao mundo digital. No que diz respeito à Igreja, o desafio está em encontrar um equilíbrio entre a evangelização, a transmissão de valores e o uso dos meios de comunicação modernos, para, neste espaço midiático tão habitado, transmitir informações ~~neste espaço midiático tão habitado~~. Neste sentido, a Igreja precisa adotar uma comunicação que seja multicanal e interativa, e se adaptar à evolução das realidades, uma vez que recebeu de Jesus Cristo a tarefa de evangelizar o mundo universointeiro – o que ~~isto~~-inclui também o continente digital, que, afinal, não é tão pequeno assim.

Bibliografia

Al Jazeera Journalism Review, Konstantinos Antonopoulos, What is ChatGPT and why is it important for journalists?, https://institute.aljazeera.net/en/ajr/article/2229?fbclid=IwAR1m8pJ2ZX6-izikistzmxChTQg8sU94mgDMNFeLFqxY-yhZsA_jgTaBAis.

Bianchi Jean, Bourgeois Henri, Teologia e comunicazione, in Franco LEVER - Pier Cesare RIVOLTELLA - Adriano ZANACCHI (edd.), La comunicazione. Dizionario di scienze e tecniche, www.lacomunicazione.it.

Briggs Asy, Burke Peter, Społeczna historia mediów, tłum. J. Jedliński, Warszawa 2010.

Catholic Chat, Get Answers from the Catechism of the Catholic Church, https://catholic.chat/?fbclid=IwAR0dCi2mCyTZFWJuTV5nCNvpj7xEIVQkgC9XCW1jW0Sem9y8DbIYGy2s2BM_aem_th_Af0vAWnWov9aHEUjElxUah1sw4CINzeZ_Zv2UmOtpcTpBfo99eOvZLgpyiAdGRgBOic.

ha formattato: Portoghese (Brasile)

ha formattato: Inglese (Regno Unito)

Diario de Mallorca, David Arráez Palma, Andy Stalman: "No estamos en una era de cambio, sino en un cambio de era", <https://www.diariodemallorca.es/economia/foro-negocios-businessdm/2017/01/27/andy-stalman-cambio-cambio-3476168.html>.

ha formattato: Spagnolo (Spagna)

Entrepreneur, Anastasiya Golovatenko, Five trends signalling a new era in communication, <https://www.entrepreneur.com/en-ae/growth-strategies/five-trends-signalling-a-new-era-in-communication/364001>.

Francesco, Evangelii gaudium, Vaticano 2013.

ha formattato: Spagnolo (Spagna)

Francesco, Patto Educativo Globale, <https://www.educationglobalcompact.org/resources/Risorse/vademecum-italiano.pdf>.

ISPGRUP, La nueva era de la comunicación: la comunicación digital, <https://www.ispgrup.cat/nueva-era-la-comunicacion-digital/>.

Łuczak Marek, Media jako katalizator globalizacji, Media i społeczeństwo, nr 6/2016.

Łuczak Marek, Rola nowych technologii w ewolucji globalizacji, Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, nr 317, 2017.

Mancini Paolo, L'evoluzione della comunicazione: vecchi e nuovi media, https://www.treccani.it/enciclopedia/l-evoluzione-della-comunicazione-vecchi-e-nuovi-media_%28Atlante-Geopolitico%29/.

Michalczyk Stanisław, Teorie mediów w nauce o komunikowaniu, in: M. Kita, M. Ślawska (red.), Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną, T. 1, Stan wiedzy i postulaty badawcze (33-51), Katowice 2012.

PRsay, Michelle Marasch Ouellette, 7 Rules for a New Era of Communications, <https://prsay.prsa.org/2021/01/06/7-rules-for-a-new-era-of-communications/>.

Przybyłowski Jan Kazimierz, Komunikacja w nowej kulturze i w Kościele, Studia Włocławskie 20, 2018, 361-376.

Rejman Krzysztof, Porada Mateusz, Social media – a new era of communication, Humanities and Social Sciences, Research Journal 29, No. 2 (2022), pp 43-49.

Stalman Andy, Humanoffon: ¿Está internet cambiándonos como seres humanos?, Deusto 2018.

ha formattato: Italiano (Italia)

Udienza del Santo Padre alla Curia Romana in occasione della presentazione degli auguri natalizi, 21.12.2019, <https://press.vatican.va/content/salastampa/it/bollettino/pubblico/2019/12/21/1022/02087.html#inglese>.

WIRE19, Priyanka Dadhich, AI's new era of communication with ChatGPT brings concerns about cybersecurity and search engine ranking, finds GlobalData, <https://wire19.com/chatgpt-brings-concerns-about-cybersecurity-and-search-engine-ranking-globaldata/>.

Maciej Makula SDB