



Pontificia Universidade Católica do Paraná

PUCPR
GRUPO MARISTA

POLLYANA DEVIDES NABARRO

**ECUMENISMO NO CIBERESPAÇO: ESTUDO DE CASO DA CORDENADORIA
ECUMÊNICA DE SERVIÇO – CESE**

**MESTRADO EM
TEOLOGIA
PUCPR**

PUCPR
CURITIBA
2018

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ
ESCOLA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TEOLOGIA**

POLLYANA DEVIDES NABARRO

**ECUMENISMO NO CIBERESPAÇO: ESTUDO DE CASO DA CORDENADORIA
ECUMÊNICA DE SERVIÇO – CESE**

CURITIBA

2017

POLLYANA DEVIDES NABARRO

**ECUMENISMO NO CIBERESPAÇO: ESTUDO DE CASO DA CORDENADORIA
ECUMÊNICA DE SERVIÇO – CESE**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Teologia em
Mestrado da Pontifícia Universidade
Católica do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Elias Wolff

CURITIBA

2017

Dados da Catalogação na Publicação
Pontifícia Universidade Católica do Paraná
Sistema Integrado de Bibliotecas – SIBI/PUCPR
Biblioteca Central
Giovanna Carolina Massaneiro dos Santos – CRB 9/1911

N113e Nabarro, Pollyana Devides
2017 Ecumenismo no ciberespaço: estudo de caso da coordenadoria ecumênica de serviço - CESE / Pollyana Devides Nabarro; orientador: Elias Wolff. – 2017. 104 f.: il. ; 30 cm

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, 2017

Bibliografia: f. 94-104

1. Teologia. 2. Ciberespaço. 3. Comunicação. 4. Movimento ecumênico. 5. Redes sociais. I. Wolff, Elias. II. Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Programa de Pós-Graduação em Teologia. III. Título

CDD 22. ed. – 230



Pontifícia Universidade Católica do Paraná
Escola de Educação e Humanidades
Programa de Pós-Graduação em Teologia
Mestrado e Doutorado

**ATA DA SESSÃO PÚBLICA DE EXAME DE DISSERTAÇÃO Nº. 143
DEFESA PÚBLICA DE DISSERTAÇÃO DE Mestrado DE
POLLYANA DEVIDES NABARRO**

Aos trinta e um dias, do mês de agosto de dois mil e dezessete, às quatorze horas reuniu-se na sala 313, - Terceiro andar da Escola de Direito da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, a banca examinadora constituída pelos professores: Elias Wolff, Marcial Maçaneiro e David Mesquiati de Oliveira, para examinar a dissertação da candidata Pollyana Devides Nabarro, ingressante no programa de Pós-graduação em Teologia - Mestrado, no segundo semestre de dois mil e quinze. Linha de pesquisa: Bíblia e Evangelização. A mestrandia apresentou a dissertação intitulada: "ECUMENISMO NO CIBERESPAÇO: ESTUDO DE CASO DA CORDENADORIA ECUMÊNICA DE SERVIÇO – CESE "A Candidata fez uma exposição sumária da dissertação, em seguida procedeu-se à arguição pelos Membros da Banca e, após a defesa, A Candidata foi aprovada pela Banca Examinadora. A sessão encerrou-se às 16 h 00 min. Para Constar, lavrou-se presente Ata, que vai assinada pelos Membros da Banca Examinadora.

Prof. Dr. Elias Wolff

Presidente/Orientador

Prof. Dr. Marcial Maçaneiro

Convidado Interno

Prof. Dr. David Mesquiati de Oliveira

Convidado Externo

CIENTE

Prof. Dr. Alex Villas Boas Oliveira Mariano
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Teologia- *Stricto Sensu*
PPGT - PUCPR



AGRADECIMENTOS

A Deus, minha família, meus amigos, colegas de curso e meu orientador.

A todos que acreditaram e lutam pelo bem comum das comunidades.

RESUMO

Tendo em vista o crescimento dos movimentos religiosos no ciberespaço bem como as influências que exercem na sociedade contemporânea, o presente trabalho visa concentrar-se na análise do uso ciberespaço, especificamente pela CESE. Com objetivo de analisar as redes sociais como espaço de encontro e diálogo ecumênico, a construção desta pesquisa partiu da hipótese de que o ciberespaço pode ser um novo ambiente de encontro e interatividade entre diferentes públicos, fomentando o encontro. Composto por três capítulos, o primeiro capítulo explana acerca da Teoria da Comunicação abordando, ainda, os fenômenos da Comunicação Social em seus aspectos sociais e tecnológicos tomando como base o modelo de comunicação de Shannon e Weaver, e fazendo uma abordagem da comunicação em seu aspecto teológico. Neste primeiro capítulo, se debate sobre o ciberespaço e suas interfaces com a comunicação, apresentando também uma breve análise sobre os processos de comunicação da CESE. O segundo capítulo se destinou a compreensão do ecumenismo enquanto instrumento de serviço e inspiração às dinâmicas da igreja e dos diferentes organismos ecumênicos que se formaram com propostas teológicas e político sociais, alicerçados no Evangelho fazendo uma referência as principais organizações ecumênicas no Brasil. Já, o terceiro capítulo busca analisar o uso do ciberespaço em função da promoção do diálogo e do ecumenismo, analisando o Facebook como instrumento de interação, mais precisamente à CESE. Também apresenta uma proposta de utilização do ciberespaço em função da promoção do diálogo. Com a realização desta pesquisa foi possível compreender que para o caminho da unidade entre cristãos defendido e debatido pelo ecumenismo, é preciso que se utilize meios comunicacionais como o ciberespaço para vivenciar com o outro uma relação de diálogo aberto, baseado na mútua compreensão e no respeito, pois, esta é a melhor maneira de se alcançar a credibilidade da mensagem cristã no mundo multicultural e multi religioso de hoje.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação. Ciberespaço. Ecumenismo. Diálogo.

ABSTRACT

Considering the growth of religious movements in cyberspace as well as the influences they exert in contemporary society, this paper aims to focus on the analysis of cyberspace use, specifically by the CESE. With the objective of analyzing socially networks as a meeting place and ecumenical dialogue, the construction of this research started from the hypothesis that cyberspace can be a new environment of encounter and interactivity between different publics, fomenting the encounter. The first chapter explores the Theory of Communication, addressing the social communication phenomena in its socially and technological aspects based on the communication model of Shannon and Weaver, and making a communication approach in its aspect theological. In this first chapter, there is a debate on cyberspace and its interfaces with communication, and a brief analysis of the CESE communication processes. The second chapter was intended to understand ecumenism as an instrument of service and inspiration to the dynamics of the church and the different ecumenical organizations that were formed with theological and social-political proposals, based on the Gospel, making a reference to the main ecumenical organizations in Brazil. Already, the third chapter seeks to analyze the use of cyberspace in function of promoting dialogue and ecumenism, analyzing Facebook as an instrument of interaction, more precisely to the CESE. It also presents a proposal to use cyberspace in order to promote dialogue. With the realization of this research it was possible to understand that for the path of unity between Christians defended and debated by ecumenism, it is necessary to use communication means such as cyberspace to experience with the other a relationship of open dialogue based on mutual understanding and respect, because this is the best way to achieve the credibility of the Christian message in today's multicultural and multi-religious world.

KEY-WORDS: Communication. Cyberspace. Ecumenism. Dialogue.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Esquema de Comunicação de Shannon e Weaver	19
Figura 2 – tempo gasto em redes sociais	27
Figura 3 – Página inicial do site da Cese	72
Figura 4 – Fotolegendas dos projetos e programas da Cese	73
Figura 5 – Atuação da Cese no Brasil	74
Figura 6 – Notícias relacionadas ao brasil divulgadas pela Cese.....	75
Figura 7 – Fechamento da primeira página da Cese.....	76
Figura 8 – Divulgação das redes sociais da Cese.....	76
Figura 9 – Página inicial da Cese no Facebook	77
Figura 10 – Esquema para realizar doação à Cese	78
Figura 11 – Sistema de mensagem do perfil da Cese no Facebook	79
Figura 12 – Avaliação da Cese em sua página no Facebook	80
Figura 13 – Feedback da Cese no Facebook.....	81
Figura 14 – Causas da utilização das redes sociais por instituições sem fins lucrativos	83
Figura 15 – Pessoas que acessam o Facebook.....	84

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Ranking das maiores redes sociais.....	27
Tabela 2 – Redes sociais utilizadas pela Cese.....	58
Tabela 3 – Visualizações da Conic nas redes sociais.	60
Tabela 4 – Média mensal de acessos de redes sociais da Cese.....	69
Tabela 5 – Vídeos da Cese mais visualizados no Youtube	69
Tabela 6 – Seguidores da Cese por país.....	70

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO 1	12
2 TEORIA DA COMUNICAÇÃO	13
2.1 COMUNICAÇÃO E TEOLOGIA	15
2.2 TEORIA DA COMUNICAÇÃO E MODELO DE COMUNICAÇÃO DE SHANNON E WEAVER	18
2.3 CIBERESPAÇO E SUAS INTERFACES COM A COMUNICAÇÃO	20
2.3.1 Revisão de conceito e definição de Ciberespaço	20
2.3.2 Uso do Ciberespaço para a Comunicação	21
2.4 INTERAÇÃO E INTERATIVIDADE	22
2.4.1 Revisão de conceito e definição	22
2.4.2 Perspectivas da interatividade	24
2.5 CIBERESPAÇO, INTERATIVIDADE E NOVAS MÍDIAS	24
2.5.1 Novas mídias e seu espaço na sociedade contemporânea	24
2.5.2 Novas mídias como facilitadoras da Interatividade	26
3 IGREJA E COMUNICAÇÃO	29
3.1 COMUNICAÇÃO E DISCURSO RELIGIOSO	34
3.1.1 Discurso religioso	34
3.1.2 A relação entre a comunicação e o discurso religioso	35
3.2 COMUNICAÇÃO NO CIBERESPAÇO COMO FORMA DE ENCONTRO E COMUNHÃO	38
4 PROCESSO DE COMUNICAÇÃO DA COORDENADORIA ECUMÊNICA DE SERVIÇO – CESE	41
CAPÍTULO 2	43
1 MOVIMENTO ECUMÊNICO	44
1.2 ECUMENISMO E AS PRINCIPAIS ORGANIZAÇÕES ECUMÊNICAS NO BRASIL	50

2 ECUMENISMO E O CIBERESPAÇO	65
2.1 Estudo de Caso CESE.....	68
CAPÍTULO 3	71
1 CIBERESPAÇO, UM LOCAL DE INTERAÇÃO DA CESE	72
1.1 FACEBOOK COMO INSTRUMENTO DE INTERAÇÃO	81
1.2 ANÁLISE DE IMPACTO E A RELEVÂNCIA PARA O DIÁLOGO ECUMÊNICO ..	85
2 CIBERESPAÇO, UM ESPAÇO PARA O ECUMENISMO	87
2.1 PROPOSTA DE UTILIZAÇÃO DO CIBERESPAÇO EM FUNÇÃO DA PROMOÇÃO DO DIALOGO	89
3 CONCLUSÃO	95
REFERÊNCIAS.....	98

1 INTRODUÇÃO

O ciberespaço vem ganhando cada vez mais relevância no cenário mundial. Sua rápida expansão e desenvolvimento são notáveis e podem ser atribuídas, ao menos em partes, às criações e popularizações das redes sociais. Crescem a cada dia os números de acesso, compartilhamentos de conteúdo e interatividade entre os usuários. Acompanhando a crescente linha traçada pelas redes sociais, e por meio delas, os movimentos religiosos estão se apropriando do ciberespaço para se comunicar e interagir com seus públicos. Publicado em 2002, um documento do Pontifício Conselho¹, que dá as diretrizes para as Comunicações Sociais; Igreja e a Internet e Ética na Internet, deixa claro o entusiasmo com a comunicação quando diz que não se deve ter medo de abrir as portas dos meios de comunicação a Cristo.

Tendo em vista o crescimento dos movimentos religiosos no ciberespaço, por meios das redes sociais, bem como as influências que elas exercem na sociedade contemporânea, o presente trabalho visa concentrar-se na análise do uso ciberespaço, especificamente pela Coordenadoria Ecumênica de Serviço (CESE) e principalmente através do Facebook. A escolha dessa rede social para o desenvolvimento desta pesquisa se deu em virtude de sua abrangência, uma vez que seu número de usuários no mundo é de cerca de 1,94 bilhão de pessoas e desses usuários 02 milhões são brasileiros.

O espaço virtual que o Facebook dispõe é um ambiente que oportuniza diferentes interlocuções tornando-se um campo fértil para a disseminação do ecumenismo. O processo inclusivo dos movimentos ecumênicos no mecanismo cibercultural denota um conjunto multifatorial de variáveis da comunicação, contribuindo dinamicamente para sua efetivação. Esta pesquisa busca discorrer sobre a relevância de condutas que fundamentem o papel do pluralismo e do diálogo por entidades de apoio e estruturação do ecumenismo.

Com objetivo de analisar as redes sociais como espaço de encontro e diálogo ecumênico, a construção desta pesquisa partiu da hipótese de que o ciberespaço pode ser um novo ambiente de encontro e interatividade entre diferentes públicos, fomentando o encontro e não as diferenças. O objetivo principal desta pesquisa é o

¹ PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. **ÉTICA NA INTERNET**. Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_et_hics-internet_po.html

de estudar a atuação ecumênica no ciberespaço, tendo como objeto de estudo a Coordenadoria Ecumênica de Serviço. Sendo que o objetivo específico é o de compreender a importância do ciberespaço e da comunicação para o ecumenismo. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica e documental cujos dados foram levantados a partir de livros, artigos e periódicos, fundamentando seu desenvolvimento e que se apresenta em três capítulos, sendo que: o primeiro capítulo aborda a Teoria da Comunicação, o segundo explana acerca do movimento ecumênico e o terceiro capítulo retrata a utilização do ciberespaço como um local de interação da CESE e um espaço para o ecumenismo.

A reflexão da questão ecumênica no ciberespaço, em um primeiro momento, parece ser adversa uma vez que os movimentos ecumênicos buscam promover encontros reais e no ciberespaço os mais variados encontros virtuais se realizam. Contudo, esse antagonismo se converte em conciliação no momento que o ciberespaço se apresenta como um ambiente promissor na promoção do diálogo ecumênico.

Com a realização desta pesquisa foi possível compreender que para o caminho da unidade entre cristãos defendido e debatido pelo ecumenismo, é preciso que se utilize meios comunicacionais como o ciberespaço para vivenciar com o outro uma relação de diálogo aberto, baseado na mútua compreensão e no respeito, pois, esta é a melhor maneira de se alcançar a credibilidade da mensagem cristã no mundo multicultural e multi religioso de hoje.

CAPÍTULO 1

Neste capítulo será abordada a teoria da comunicação a partir da análise de estudos acadêmicos voltados à compreensão dos efeitos e fenômenos da comunicação social em seus aspectos sociais e tecnológicos, tomando como base o modelo de comunicação de Shannon e Weaver por ser reconhecida como uma das principais fontes do estudo da comunicação e que admite a comunicação como transmissão de mensagens. Aborda-se a comunicação no aspecto teológico, apontando-a como um fenômeno inerente ao ser humano pela vontade de Deus.

Serão explanados, ainda, os temas relativos ao ciberespaço e suas interfaces com a comunicação, interação, interatividade e as novas mídias, bem como será feita uma breve análise sobre os processos de comunicação da CESE. O objetivo deste capítulo é o de compreender os efeitos da comunicação no ciberespaço.

2 TEORIA DA COMUNICAÇÃO

Sendo objeto de estudo de diferentes áreas a comunicação abrange distintas interpelações. A partir do século XX com a expansão dos meios de comunicação, é que teve início os estudos acerca da Teoria da Comunicação. Segundo Gerbner (2003, p.13) a Teoria da Comunicação estuda a interação social através das mensagens, caracterizando-a como os “Estudos da Comunicação”. Para Fiske (2002, p. 14) a teoria da comunicação é composta pelo conjunto de estudos e pesquisas que englobam em sua realização os aspectos sociológicos, antropológicos, psicológicos, linguísticos e filosóficos acerca da comunicação social.

Os estudos relativos a Comunicação, só se tornaram efetivos e articulados após a Segunda Guerra Mundial, sendo analisada e debatida pela primeira vez como Ciência nos Estados Unidos (MCQUAIL e WINDAHL, 2003, p.14).

Explicam DeFleur e Ball-Rokeach (1988, p. 170) apesar da existência de diversos estudos sobre a comunicação, antes da Segunda Guerra a comunicação de massa não existia enquanto campo acadêmico consolidado. Os estudos abrangiam somente a investigação das ciências sociais básicas ou de comportamento.

Atualmente, é comum a afirmação de que vivemos na sociedade da comunicação. Esta afirmação não conceitua, porém, que nas sociedades anteriores a comunicação não existia, o fator que distingue nossa sociedade conceituando-a como sociedade da comunicação, tem seus pilares sustentados em componentes elementares como a tecnologia, a ideologia, a economia e a cultura (SERRA, 2007, p.75).

A componente tecnologia, fundamentando-se na teoria de McLuhan² relativo a evolução das sociedades, pode-se afirmar que a sociedade da comunicação se caracteriza por três principais aspectos (SERRA, 2007, p. 75):

- Automatização – A automatização da comunicação é proveniente dos meios eletrônicos representados pelo cinema, rádio, televisão e computadores.

² MCLUHAN, Herbert Marshall. Foi um teórico da comunicação e educador canadense criador de várias ideias que provocaram a sociedade. Autor da obra com título em português “Os meios de comunicação como extensões do homem” (1964), em que expõe suas teses sobre o conhecimento e a tecnologia. Uma importante ideia de McLuhan foi a de “Aldeia Global” em que ele queria dizer simplesmente que o progresso tecnológico estava reduzindo todo o planeta à mesma situação que ocorria em uma aldeia, ou seja, a possibilidade de se intercomunicar diretamente com qualquer pessoa que nela vive.

- Mundialização – Corresponde ao descrito por McLuhan como “aldeia global”, é fruto das redes de telecomunicações e tem como papel central a imagem na comunicação. A mundialização da comunicação prioriza a transparência e a “tele presença”.

Explica Serra (2007, p. 75) que a componente ideologia surgiu a partir do final da Segunda Guerra Mundial, quando se começou a debater acerca de uma sociedade da comunicação. Esta componente, em grande parte, correlaciona-se com a “utopia da comunicação” que surgiu nos Estados Unidos ligada a cibernética de Norbert Wiener³.

Ainda, segundo Serra (ibidem) a componente política só existe em uma sociedade democrática, onde a comunicação desempenha um papel fundamental nas tomadas de decisões e suas avaliações, na resolução pacífica de conflitos e na escolha de governos e programas. O autor descreve, também, que na componente econômica a sociedade da comunicação é proeminentemente “pós-industrial”, em que os bens materiais perdem a importância face aos bens relacionados a informação e a cultura.

Por fim, Serra (2007, p. 75) apresenta que a componente cultural na sociedade da comunicação, caracteriza-se pela dialética e pela junção do local com o global, possibilitada pelas redes transnacionais de comunicação.

Em meio a estas componentes, descreve-se o pensamento de Miége (1989, p. 211) ao apontar que a sociedade moderna foi conquistada pela comunicação, em que de maneira individual ou coletiva, nos encontramos subordinados à uma verdadeira “obrigação de comunicação”.

Refere Davallon:

A comunicação, enquanto processo, é indissociável do universo em que ocorre. Qualquer ato comunicativo está ligado ao todo, tudo está ligado com tudo. No entanto, para tornar a realidade compreensível, ou seja, para tornar compreensíveis os atos comunicativos, os teóricos têm desenvolvido vários modelos dos processos comunicacionais (DAVALLON, 2007, p. 18).

³ WIENER, Norbert. Matemático americano, autor do livro “Cibernética ou regulação e Comunicação no animal e na máquina” (1948). A ideia principal defendida por Wiener é a de que somente a comunicação com a livre circulação de informação pode contrariar a desordem e a entropia que ameaçam a sociedade humana.

2.1 COMUNICAÇÃO E TEOLOGIA

Muitas teorias científicas se desenvolvem a partir da comunicação assim, nesta explanação, não se pode deixar de adentrar ao amago da comunicação teológica, pois ao longo da história da humanidade Deus veio até o homem, falou com seu povo e revelou-se. A plenitude dessa comunicação se dá na Encarnação do Verbo de Deus (João 1, 14).

Jesus Cristo é o Supremo Comunicador de Deus, é o realizador do maior diálogo realizado entre Deus e o ser humano, optando por um processo inculturado e dialógico da comunicação (CNBB, 1997).

Corretamente afirma-se que todo mistério cristão é um mistério de comunicação, assim, parece igualmente correto afirmar que Deus é comunicação, uma vez que Deus é amor, o amor que salva comunicando-se, revelando-se e nos dizendo seu nome.

Assim também descreve Bingemer:

Deus que se comunicou na história a um povo continua se comunicando agora a toda a humanidade em um homem que é divino e humano: Jesus de Nazaré. Jesus é o comunicador do Pai (BINGEMER, 2011, p.1).

O Cardeal Carlo Maria Martini (2012)⁴ faz uma descrição teológica da comunicação, isto é, que parte do se comunicar de Deus aos seres humanos. O Cardeal relata que normalmente a comunicação recebe uma definição empírica de que se comunicar é dizer algo a alguém e faz menção a comunicação no meio cibernético:

Esse "algo" pode se alargar em nível planetário, através do grande mundo da rede que se somou aos meios de comunicação clássicos. Mesmo esse "alguém" sofreu um crescimento no plano global, a tal ponto de que os ouvintes ou os fruidores da mensagem em tempo real não podem mais nem mesmo ser calculados (MARTINI, 2012, p.1).

⁴ Artigo publicado no Jornal dos Bispos Italianos Avvenire em setembro de 2012. Disponível em: <https://www.avvenire.it/>

O Cardeal refere, ainda, que essa concepção empírica faz emergir o maior problema da comunicação que é o seu acontecer somente exteriormente, sem que aquele que comunica e aquele que recebe a comunicação sejam nele muito envolvidos. Ele busca, então, dar uma descrição teológica à comunicação reforçando-a como aquela que parta do comunicar-se de Deus aos seres humanos e enunciando algumas reflexões que descrevem o fenômeno da comunicação teológica:

No túmulo de Jesus, na noite da Páscoa, realiza-se o gesto de comunicação mais radical de toda a história da humanidade. O Espírito Santo, vivificando Jesus ressuscitado, comunica ao seu corpo o próprio poder de Deus. Comunicando-se a Jesus, o Espírito se comunica à humanidade inteira e abre caminho para toda comunicação autêntica. Autêntica porque comporta o dom de si mesmo, superando assim a ambiguidade da comunicação humana em que nunca se sabe até que ponto sujeito e objeto estão envolvidos (MARTINI, 2012, p.1).

Conclui o Cardeal que a comunicação, portanto, será acima de tudo aquela que o Pai faz de si mesmo a Jesus, depois aquela que Deus faz aos seres humanos e por fim aquela que nós nos fazemos reciprocamente sobre o modelo dessa comunicação divina. Finaliza o Cardeal apresentando algumas reflexões sobre cada uma das nossas relações comunicativas:

1. Cada uma das nossas comunicações tem em sua raiz a grande comunicação que Deus fez ao mundo do seu Filho Jesus e do Espírito Santo, através da vida, morte e ressurreição de Jesus.
2. Toda comunicação deve ter como fundamento a grande comunicação de Deus, capaz de dar o ritmo e a medida justos a todo gesto comunicativo.
3. Toda mentira é uma rejeição dessa comunicação, quando nos separamos de Deus, tornamo-nos opacos e não comunicantes.
4. A comunicação nas famílias e nos grupos também depende desse modelo. Ela não é apenas transmissão de ordens ou proposta de regulamentos, mas também pressupõe uma dedicação, um coração que se doa e que, portanto, seja capaz de mover o coração dos outros.
5. A comunicação na Igreja também obedece a essas leis. Ela não transmite só ordens e preceitos, proibições ou interdições. É intercâmbio dos corações na graça do Espírito Santo. Por isso, as suas características são a confiança mútua, a parrésia, a compreensão do outro, a misericórdia.

A compreensão da comunicação à luz da Teologia retrata a Aliança de Deus com seu povo, a comunicação que ocorre por intermédio dos homens de Deus e que penetra na totalidade do ser humano que se reconhece como ouvinte. Nesta ótica comunicacional de Deus, é que a Bíblia em suas formas polifonicamente compostas, vem dar o testemunho da Palavra de Deus.

A visão da Bíblia como forma de comunicação é apresentada também por Nicholls (1983, p. 65) ao descrever que a Bíblia é a Palavra de Deus ouvida, vivida e experimentada compartilhada pela humanidade em diferentes tempos e lugares, é a comunicação de Deus com seu povo que resulta na comunicação entre as pessoas sobre a experiência de Deus.

A comunicação teológica é intrínseca ao homem a partir de sua criação e sua relação com Deus, assim ele não apenas se comunica, ele é comunicação. Neste contexto Tattersall (2006, p.75) aponta que Deus criou o ser humano para viver na dimensão da comunhão, da integração e da cooperação, dando ao homem o dom de se comunicar, sendo a comunicação inerente à condição humana.

Esta constatação, porém, só será proveitosa se o ser humano se projetar como instrumento de transformação social, transmitindo o conhecimento por meio dos processos de interação e socialização, produzindo e reproduzindo informação (GRECCO, 2006, p. 74).

A comunicação teológica é descrita também por Vanassi quando aponta que a comunicação e a comunhão se encontram entrelaçadas, apesar dos seus diferentes significados.

É preciso antes de tudo distinguir esses dois aspectos, justamente porque se encontram intimamente entrelaçados na realidade. A comunhão é a participação no mesmo bem. Tem um significado teológico profundo na linguagem no Novo Testamento, pois constitui a participação nos bens divinos, na salvação oferecida por Deus a todos os homens. O desígnio de Deus é que participemos todos da comunhão que Ele mesmo é, pois Deus é amor, comunhão do Pai com o Filho no Espírito Santo (VANASSI, 2003, p.745).

A esta contestação cabe a compreensão de que ainda que a comunicação não seja a comunhão do homem com Deus, está voltada para ela sendo seu instrumento. Se a Teoria da Comunicação a define como o ato ou o efeito de transmitir e receber

mensagens através da utilização de uma linguagem comum que permita ao emissor enviar e ao receptor receber corretamente uma mensagem, gerando uma resposta e completando assim a comunicação, por outro lado a Teologia da Comunicação nos traz a compreensão de que só existe verdadeiramente comunicação quando esta é realizada em função da aproximação da comunhão entre os homens e dos homens com Deus.

Para que avancemos nosso estudo da comunicação ecumênica no cenário cibernético, inicialmente faremos uma breve análise sobre o Modelo de Comunicação de Shannon e Weaver uma vez que este modelo comunicacional é o modelo que mais se aproxima ao utilizado no ciberespaço.

2.2 TEORIA DA COMUNICAÇÃO E MODELO DE COMUNICAÇÃO DE SHANNON E WEAVER

O modelo de comunicação de Shannon e Weaver surgiu no ano de 1949 com a publicação da “Teoria Matemática da Comunicação” cujo objetivo é mensurar a quantidade de informação contida em uma mensagem e a capacidade de informação de um determinado canal, quer a comunicação seja realizada entre duas máquinas, dois seres humanos ou uma máquina e um ser humano (PUIG, 1990, p.14).

Explica Freixo (2006, p. 38) na teoria de Shannon e Weaver, a fonte é responsável em decidir qual mensagem será enviada selecionando uma entre um conjunto de mensagens. A mensagem selecionada é transformada pelo transmissor num sinal, que é enviado ao receptor através do canal.

Este modelo traz uma importante inovação que é a tentativa de medir o conteúdo ou novidade informática. Essa quantidade mensurável que caracteriza a mensagem está ligada à sua extensão, às dimensões no espaço e no tempo, do seu suporte ou do seu canal de transferência, mas sobretudo à imprevisibilidade da sua ocorrência. Esta medição da informação é útil no desenvolvimento do computador moderno e que dá uma grande ajuda ao media pois facilita bastante na transmissão de informação (FREIXO, 2006, p. 38).

Ao avaliar a teoria de Shannon e Weaver, atesta Puig:

Desta teoria informacional, surgem ainda dois importantes conceitos: a entropia e a redundância. A entropia define-se como a medida do grau de desordem de um dado sistema de comunicação, a falta de previsibilidade numa situação, resultando em incerteza. A redundância é o oposto da entropia, resulta de uma previsibilidade elevada (PUIG, 1990, p.14).

Embora a teoria apresentada por Shannon e Weaver inicialmente tenha se desenvolvido para o estudo da comunicação eletrônica, o modelo por eles apresentado pode ser aplicado ao estudo de outras formas de comunicação (SOUZA, 2006, p.13).

Descreve Souza (ibidem) que segundo o esquema desenvolvido por Shannon e Weaver, a fonte de informação elabora e envia uma mensagem que chega a um transmissor, esse transmissor transforma a mensagem em um sinal. Este sinal pode estar sujeito a ruído ou interferências e, desta forma, o sinal emitido pode ser diferente do sinal captado pelo receptor. O receptor, então, capta o sinal e faz com que este retorne a forma inicial da mensagem (FIGURA 1).



Fonte: adaptado de Souza (2006, p. 13).

Orienta Freixo (2006, p. 38) que ao desenvolverem seu modelo Shannon e Weaver identificaram três classes de problemas no estudo da comunicação:

- Problemas Técnicos – Ligados à precisão dos sinais;
- Problemas Semânticos – Ligados à precisão do significado desejado para a mensagem;
- Problemas de Eficácia – Ligados à forma como o significado recebido influencia o comportamento do destinatário.

O modelo de Shannon e Weaver sofreu pesadas críticas por sua linearidade, incompletude e estatismo. Os autores não consideraram a interação com o receptor e o papel das redes de comunicação, não reconheceram fenômenos importantes como

o feedback e negligenciaram a componente semântica das mensagens. Entretanto, este modelo retratou uma progressão na figuração paradigmática do processo de comunicação (SOUZA, 2006, p.13).

Explica Stone (2014, p. 35) que a teoria de Shannon e Weave originalmente foi utilizada para encontrar os limites fundamentais no processamento de sinais e operações de comunicação como a compreensão de dados. Esta teoria que estuda a quantificação e armazenamento de informações, intitulada como "*A Mathematical Theory of Communication*", atualmente é aplicada nas mais diversas áreas como: inferência estatística, processamento de linguagem natural, criptografia, neurociência computacional, evolução, computação quântica, dentre outras.

Na mesma linha de pensamento, orienta Echeverría (2003, p. 44) que os aspectos matemáticos da teoria de Shannon e Weave foram amplamente adotados pela ciência da comunicação, fazendo parte também dos novos meios comunicacionais inseridos na esfera cibernética.

2.3 CIBERESPAÇO E SUAS INTERFACES COM A COMUNICAÇÃO

2.3.1 Revisão de conceito e definição de Ciberespaço

O termo ciberespaço surgiu pela primeira vez em um romance de ficção científica de Willian Gibson, chamado *Neuromancer*, em 1984. Para Gibson, o ciberespaço é:

[...] uma alucinação consensual vivida diariamente por bilhões de operadores autorizados, em todas as nações, por crianças aprendendo altos conceitos matemáticos [...] uma representação gráfica de dados abstraídos dos bancos de dados de todos os computadores do sistema humano. Uma complexidade impensável. Linhas de luz abrangendo o não-espço da mente; nebulosas e constelações infindáveis de dados. Como marés de luzes da cidade. (GIBSON, 2003, p. 67).

O romance narra a história de um hacker contratado para invadir uma inteligência artificial. Não era apenas um espaço virtual, mas continha informações e explorações de dados, transmitindo-os para diversos atores.

No entanto, as definições de Gibson para o ciberespaço foram contestadas por autores mais atuais. Segundo Kellner (2001, p. 36), o ciberespaço constitui-se em sistemas de bancos de dados onde é possível comunicar-se por meio de mensagens online.

Outro autor que define o ciberespaço, Silva e Silva (2004, p.17), diz que o ciberespaço é uma região abstrata invisível que permite a circulação de informações em diferentes formas e formatos, onde pessoas de diferentes lugares do mundo tem acesso as mensagens, constituindo assim um espaço social de troca.

A definição mais utilizada e aceita nos dias atuais sobre o conceito de ciberespaço é de Pierre Lévy, segundo o qual o ciberespaço é um fato real e concreto em nossa sociedade e compreende mais do que a simples delimitação de um ambiente:

O termo [ciberespaço] especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo (LÉVY, 1994, p. 166).

E, ainda, “O ciberespaço é uma espécie de objetivação ou de simulação da consciência humana global que afeta realmente essa consciência, exatamente como fizeram o fogo, a linguagem, a técnica, a religião, a arte e a escrita” (LÉVY, 1994, p.167).

Assim o ciberespaço, como veremos a seguir, se converte também como um ambiente que favorece a comunicação.

2.3.2 Uso do Ciberespaço para a Comunicação

Pode-se entender que o ciberespaço não é exclusividade de uma área de conhecimento ou informação, podendo ser utilizado por todas, ainda que de diversas formas. Sendo o ciberespaço um ambiente não físico e não palpável, que não se prende a barreiras geográficas, esta apropriação de todas as áreas de conhecimento se faz mais forte e facilitada. Vale ressaltar aqui que se fala de ciberespaço como um ambiente virtual e que, em nenhum momento, o virtual se opõe ao real. Ciberespaço é um ambiente real e cada vez mais presente e influente na sociedade atual:

[...] o espaço cibernético é um terreno onde está funcionando a humanidade hoje. É um novo espaço de interação humana, que já tem uma importância enorme sobretudo no plano econômico e científico e, certamente, essa importância vai ampliar-se e vai estender-se a vários outros campos, como, por exemplo, na Pedagogia, Estética, Arte e Política. O espaço cibernético é a instauração de uma rede de todas as memórias informatizadas e de todos os computadores (LÉVY, 1994, p.167).

Lévy ainda nos ajuda a entender que esse processo de virtualização vem acompanhado de um detalhe muito relevante: a velocidade. O ciberespaço e os movimentos que o acompanham se desenvolvem em um ritmo cada vez mais acelerado, possibilitando a cada momento uma nova possibilidade. A velocidade vem acompanhada de uma outra palavra importante para o contexto do ciberespaço: tempo.

Já se entende que ciberespaço não está ligado a um espaço físico, com delimitações geográficas, porém, está fortemente ligado ao tempo, e não da mesma maneira que os outros ambientes. No ciberespaço, o tempo não é uma barreira. Lá, toda informação, troca de conteúdo e relações não ficam impossibilitadas por este. Tudo está disponível ao alcance de um simples acesso, pelo tempo que for necessário. Lemos (2007, p.93) reforça em seus estudos que o ciberespaço, a partir de uma compreensão diferenciada de espaço-tempo, permite aos utilizadores o acesso a informação sem se preocupar com barreiras físicas, promovendo uma comunicação ágil, livre e social.

Concluindo, diante do exposto, o ciberespaço permite que se desenvolva um processo de interação e interatividade.

2.4 INTERAÇÃO E INTERATIVIDADE

2.4.1 Revisão de conceito e definição

No início dos anos noventa, a palavra interatividade uniu-se ao ciberespaço causando muitas interpretações sobre o conceito. Spirus Kiouisis (2002, p. 54) reforça

que a interatividade é repetidamente encontrada quando o contexto é associado à comunicação e às suas novas tecnologias, as chamadas novas mídias. Kiouisis chama a atenção para o fato de que um ambiente pode ser mais interativo do que outro, dependendo, para isto, da forma com que ele apresenta sua possibilidade de interatividade para o usuário. Porém, o autor também destaca que existe um problema com os pesos usados para definir a maior ou menor interatividade de um meio, e que esta pode ser uma tarefa difícil e ambígua. Kiouisis diz que as definições existentes de análise sempre priorizam um aspecto indicado no conceito (mensagem, contexto, canal ou sujeito) e não analisam todos de forma homogênea. Para ajudar a criar uma análise e detectar a presença de uma comunicação realmente interativa, ele sugere alguns elementos que devem ser levados em consideração, como estrutura do meio (tecnologia), contexto de comunicação ou, ainda, pela percepção do usuário.

Sally McMillan (2002, p. 221) reflete sobre a importância de entender e estudar o conceito para desdobrar o seu uso. A autora reforça que interatividade pode representar coisas diferentes, para pessoas diferentes e em contextos muito diferentes também, e, com isso, deve-se colocar uma certa atenção na forma de abordagem, já que são muitas as possíveis. Com ajuda de Rafaeli (1988, p. 41), McMillan (2002) esclarece que a interatividade é geralmente assumida como um atributo natural da conversação face a face, mas tem sido proposta a sua ocorrência também em configurações de comunicação mediada no contexto da ocorrência mediada.

Spirus Kiouisis (2002, p. 54) apresenta uma revisão de usos para o termo interatividade, com o olhar em diversas perspectivas. Entretanto, reforça que seu emprego é repetidamente encontrado quando o contexto é associado à comunicação e suas novas tecnologias, as chamadas “novas mídias”. Após uma reflexão do que é central para o conceito de interatividade e mais algumas análises dos estudiosos do tema, chega um desenho que apresenta as três dimensões que englobam a interatividade. Para Kiouisis, ela pode ser estudada pela estrutura do meio (tecnologia), pelo contexto de comunicação ou, ainda, pela percepção do usuário. Em cada uma dessas dimensões encontramos autores e estudos específicos, porém o autor ressalta que é um grande problema encontrar estudos e autores que tenham conseguido entender as três dimensões de forma simultânea e completa.

Rafaeli (1988, p. 41), um estudioso do tema, traz alguns pontos importantes para discussão no que diz respeito não somente ao conceito, mas à sua aplicação

prática. Para o autor, que desenvolve um modelo chamado de Responsivo – que leva em consideração o reaproveitamento de todas as mensagens trocadas durante o processo de comunicação – não é toda comunicação que é interativa. A interatividade não é uma característica do ambiente e sim do contexto, e ter potencial para ser interativo não é o mesmo que ser. Rafaeli diferencia interatividade de feedback, o qual considera um subelemento. Pode-se entender que Rafaeli, em seu modelo, se preocupa com as mensagens e não tanto com os aparatos técnicos, mas, mesmo assim, sustenta a ideia de que os meios são as ferramentas para que a interatividade tome corpo, muito embora não sejam condições suficientes para tal.

2.4.2 Perspectivas da interatividade

Muito embora a interatividade não seja exclusividade das novas mídias, não se pode negar que foi nesta perspectiva que ela ganhou destaque e alcançou um lugar de destaque na sociedade – seja ela acadêmica ou não. Como Sally McMillan (2002, p. 222) esclarece, as novas mídias são grandes facilitadoras da interatividade. É neste ambiente que ela encontra um solo fértil para se desenvolver.

Muitos dos estudos das novas mídias tentam entender este novo formato em comparação às antigas mídias, e, para isso, McMillan, explora as diferenças entre novo e antigo. Nessas diferenças está a interatividade. A forte presença interatividade é uma característica importante no desenho das novas mídias, entretanto, a autora observa que, mesmo sendo um fator predominante na formação, ele ainda é subdefinido ou até mesmo indefinido.

Segundo McMillan (2002, p. 222), “as novas mídias trazem inquestionavelmente mudanças às comunicações humanas”. Para a autora, uma vez que agora se adiciona uma camada de tecnologia, uma mediação por alguma ferramenta tecnológica na comunicação humana, o impulso para a comunicação é inerente ao humano e pode ser mais facilmente simulado através da tecnologia.

2.5 CIBERESPAÇO, INTERATIVIDADE E NOVAS MÍDIAS

2.5.1 Novas mídias e seu espaço na sociedade contemporânea

Segundo Bergmann (2006, p. 20), o ciberespaço é visto como uma dimensão da sociedade onde ficam definidas novas formas de relações sociais no ambiente virtual, que no mundo real são concretizadas. Isso resulta em uma nova forma de sociedade e de relações. O ciberespaço permite que os internautas coloquem seus pontos de vista de forma individual ou coletiva, iniciando uma interação com os demais e abrindo um canal de comunicação e diálogo. As novas relações no ciberespaço convidam os cidadãos a estarem em novos ambientes, interagindo sobre diferentes temas. Mas não são apenas os internautas que utilizam o ciberespaço para se colocarem lá. As organizações, as empresas e o poder público utilizam esse espaço como ambiente de participação, análise de temas e comércio de produtos e serviços para debater temas importantes para a comunidade e de interesse próprio. Para Lemos (2007, p. 153), o ciberespaço se configura, então, como um espaço de práticas sociais com função de impactar no mundo real.

Com o ciberespaço, surgiram novas formas de organizações nesses ambientes. Um exemplo são as comunidades virtuais, com práticas e funções distintas, que utilizam do ciberespaço para formarem grupos sociais com ideais em comum. Além das comunidades virtuais, o ciberespaço constitui-se em espaços de manifestações sociais de ordem humanitária, por exemplo.

Rheingold, um dos primeiros autores a utilizar o termo “comunidades virtuais”, define-as como:

[...] agregados sociais que surgem da Rede [Internet], quando uma quantidade suficiente de gente leva adiante essas discussões públicas durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no espaço cibernético [ciberespaço] (RHEINGOLD, 1996, p. 20).

Outro exemplo de organizações são as redes sociais, nas quais o internauta as escolhe para realizar diferentes manifestações no ciberespaço, sendo elas por meio de imagens, textos, músicas, vídeos, frases ou da interação em fóruns ou comunidades.

O termo “redes sociais” não faz referência ao termo “mídias sociais”. Segundo Telles, as redes sociais fazem parte das mídias sociais:

Os sites de relacionamento, ou redes sociais, são ambientes que focam reunir pessoas, os chamados membros, que, uma vez inscritos, podem expor seu perfil com dados como fotos pessoais, textos, mensagens, vídeos, além de interagir com outros membros, criando listas de amigos e comunidades (TELLES, 2010, p. 78).

O acesso às redes sociais vem crescendo em ritmo acelerado. Segundo uma pesquisa realizada pela empresa eMarketer, em 2014, no Brasil, eram 78,1 milhões de usuários ativos, número que aumentou para 86,5 milhões em 2015 e 93,2 milhões em 2016.

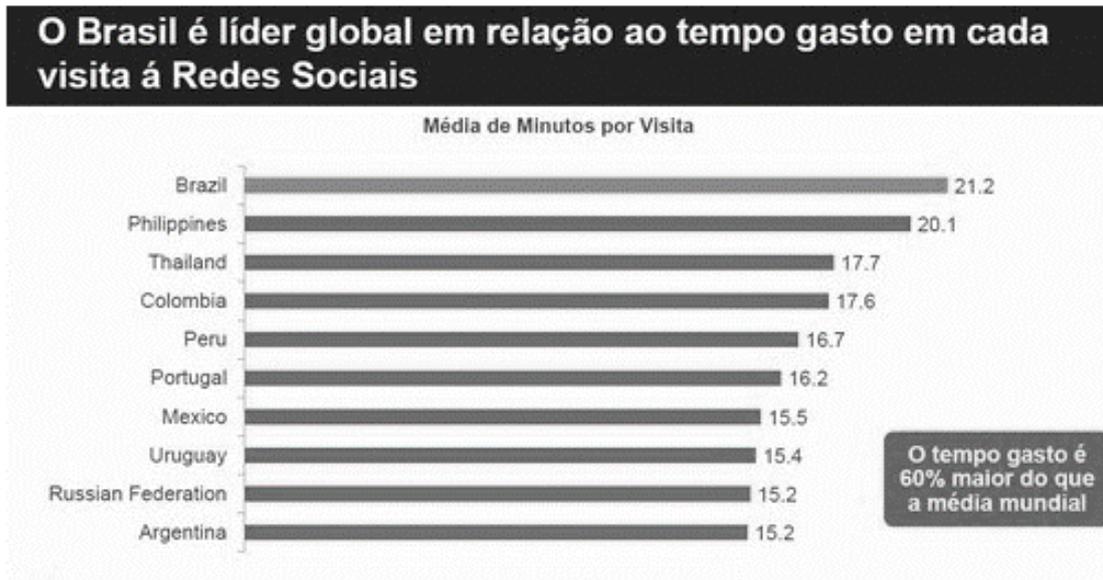
2.5.2 Novas mídias como facilitadoras da Interatividade

Conforme já citado, a comunicação por meio da interatividade está transformando as relações e alterando a maneira como as pessoas se relacionam, interagem, convivem e consomem. As redes sociais são uma grande impulsionadora dessa alteração de relação, evidenciando as preferências de relações. São compostas de uma organização, estrutura e dinâmica, três elementos que as diferenciam.

No Brasil, a primeira rede social de grande abrangência e adesão foi o Orkut, que, em 2003, atingiu as diferentes classes sociais e ensinou os internautas a interagirem no ciberespaço. Dentro do ciberespaço, existem diferentes tipos de redes sociais, utilizadas pelos internautas para interação mútua. De acordo com Telles (2010), há redes de compartilhamento de vídeos, como o Youtube e Vimeo; e compartilhamento de fotos, como o Flickr, e o Instagram. Há redes para o compartilhamento de textos, como blogs e o próprio Twitter. E há, ainda, as redes de relacionamento social, como o Facebook.

O poder de abrangência e interação das redes sociais segue o ritmo da globalização e do tempo com que as informações são pulverizadas, segundo a pesquisa realizada pela consultoria comScore, chamada "Futuro Digital em Foco Brasil 2015" (Digital Future Focus Brazil 2015). A pesquisa mostrou que o Brasil é líder global em relação ao tempo gasto em cada visita as redes sociais, o tempo gasto é 60% maior do que a média mundial. Outra informação revelada na pesquisa é sobre o uso de internet móvel: 38,3 milhões de pessoas acessam a internet por meio de tablets e smartphones (FIGURA 2).

Figura 2 – tempo gasto em redes sociais



Fonte: O Globo (2016).

Dados mais recentes sobre redes sociais, de abril de 2016, são do portal de estatística “Statista”, que elenca as principais redes sociais em todo mundo, classificadas por usuários ativos. O Facebook é líder absoluto atualmente, somando 1,59 bilhão de usuários ativos. O WhatsApp ocupa a segunda posição, com 1 bilhão de usuários e é considerado uma rede social por ser utilizado no relacionamento entre pessoas e possibilitar trocas de experiências individuais ou em grupos. Na sequência, ainda vem Tencent QQ, We chat, QZone, Tumblr, Instagram, Twitter, Baidu Tieba e Skype (TABELA 1).

Tabela 1 – Ranking das maiores redes sociais

RANKING DAS MAIORES REDES SOCIAIS	
REDES SOCIAIS	USUÁRIOS ATIVOS
Facebook	1.590.000.000
WhatsApp	1.000.000.000
Facebook Messenger	900.000.000
Tencent QQ	853.000.000
WeChat	697.000.000
QZone	640.000.000
Tumblr	555.000.000
Instagram	400.000.000
Twitter	320.000.000
Baldur Thief 3	300.000.000
Skype	300.000.000
Viber	249.000.000
Sina Weibo	222.000.000

Line	215.000.000
Snapchat	200.000.000
YouTube	122.000.000
Vkontakte	100.000.000
Pinterest	100.000.000
BBM	100.000.000
Linkedin	100.000.000
Telegram	100.000.000

Fonte: adaptado de Oficina da Net (2016).

Redes sociais como o Facebook são ambientes focados em conectar pessoas por meio de perfis pessoais. Os usuários expõem dados como nome, fotos pessoais, textos e vídeos, entre outros. A intenção é manter contato rápido com a lista de amigos. A interação se dá por meio de uma “linha do tempo”, na qual o usuário pode visualizar tudo o que os seus amigos publicaram. Existem configurações de privacidade que ajudam a controlar o que o visitante vê. Também é possível trocar mensagens privadas entre duas pessoas ou grupos maiores.

Outras redes como o Youtube, líder de conteúdo em vídeo, fazem uso de postagens e comentários, possibilitando a interação entre os usuários e entre marcas e consumidores.

O compartilhamento de fotos também é uma ferramenta muito utilizada. O site de compartilhamento de fotos Flickr é uma grande biblioteca de imagens e o Instagram permite interação com as imagens postadas e compartilhadas.

No Twitter, site que possibilita micro postagens, o usuário publica mensagens que são vistas por outros perfis que o seguem. A interação acontece por meio de conversas, e também é possível trocar mensagens privadas, na qual só duas pessoas têm acesso ao conteúdo. É, talvez, a rede social mais rápida que existe, segundo Telles (2010, p. 79).

As redes sociais são grandes facilitadoras da interatividade e é nesse ambiente que ela encontra um solo fértil para se desenvolver. Segundo McMillan (2002, p. 223), a interatividade nas redes sociais é uma importante característica nos desenhos das novas mídias e das novas relações.

3 IGREJA E COMUNICAÇÃO

Após conceitualizarmos a comunicação, compreendendo sua concepção teológica e termos debatido acerca de sua teoria e de que forma atua no ciberespaço, debatemos neste tópico o tema que se refere à comunicação na Igreja.

O primeiro documento que aborda o tema comunicação publicado pelo Vaticano foi a Encíclica do Papa Pio XII, “*Miranda Prorsus*”, em 1957, voltada para os meios de comunicação eletrônicos: cinema, rádio e televisão. Mas o documento mais expressivo publicado pela Igreja Católica sobre comunicação foi o decreto “*Inter Mirifica*”, publicado pelo Vaticano II em 1964. Pela primeira vez, um documento oficial da Igreja voltado às questões de comunicação era discutido em um concílio ecumênico, assegurando a obrigação de utilizar os instrumentos de comunicação social disponíveis. O decreto orientava a Igreja sobre a utilização dos meios de comunicação:

A Igreja Católica, tendo sido constituída por Cristo Nosso Senhor, a fim de levar a salvação a todos os homens e, por isso, impelida pela necessidade de evangelizar, considera como sua obrigação pregar a mensagem de salvação, também com o recurso dos instrumentos de comunicação social, e ensinar aos homens seu correto uso. Portanto, pertence à Igreja o direito natural de empregar e possuir toda sorte desses instrumentos, enquanto necessários e úteis à educação cristã e a toda a sua obra de salvação das almas [...] (VATICANO, *INTER MIRIFICA*, 1964 p. 146).

A Igreja assume a comunicação como processo de relações entre as pessoas e não mais como simples instrumentos de veiculação das mensagens. A comunicação proporciona às pessoas o encontro com o Nosso Senhor e promove uma educação cristã a todos.

Um marco importante no cenário da comunicação do Vaticano se deu em 1964, quando Paulo VI constituiu o Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, deixando de ser um secretariado apenas. Com a criação do conselho, novos documentos foram construídos, como o documento “*Communio et Progressio*”:

A Igreja encara estes meios de comunicação social como "dons de Deus", (1) na medida em que, segundo intenção providencial, criam laços de solidariedade entre os homens, pondo-se assim ao serviço da Sua vontade salvífica. (JOÃO PAULO II, 1971 p. 02).

O documento traz a instrução pastoral sobre os meios de comunicação social, destacando a presença da tecnologia e os comportamentos observáveis em cada ser humano: “[...] a Igreja deve saber como reagem nossos contemporâneos, católicos ou não, aos acontecimentos e correntes de pensamento atual” (VATICANO, CP, 1971, p. 122).

No ano de 1990, por ocasião do 25º aniversário do Decreto Conciliar *Ad gentes*, é publicado o documento “*Redemptoris Missio*”. O tema comunicação está presente nos oitos capítulos que estão no documento.

Outro importante documento foi “*Aetatis Novae*”, publicado em 1992, evidenciando elementos de comunicação na atuação pastoral, unificando os temas como forma de potencializar as ações pastorais. Em 1989, foi publicado pelo Vaticano, no campo da comunicação social, o documento de Colaboração Ecumênica e Inter-religiosa nas comunicações sociais⁵. Os documentos: *Ética na Publicidade* (1997)⁶, *Ética nas comunicações sociais* (2000)⁷, *Igreja e Internet* (2002)⁸, *Ética na Internet* (2002)⁹ e *O Padre e a Pastoral no Mundo Digital* (2010)¹⁰ são os recentes publicados pelo Vaticano. Os documentos atuais incluem o termo “novas mídias” nos processos de comunicação social. A primeira vez que o termo apareceu foi no documento “*Redemptoris Missio*”. Outros importantes documentos publicados pelo Vaticano

⁵ **Mensagem do papa João Paulo II para o 23º Dia Mundial das Comunicações Sociais 1989.** Disponível em: https://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011989_world-communications-day.html

⁶ **Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais. Ética da publicidade.** Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22021997_et_hics-in-ad_po.html

⁷ **Ética nas Comunicações Sociais 2000.** Disponível em: <http://www.veritatis.com.br/etica-nas-comunicacoes-sociais-04-06-2000/>

⁸ Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais. **Igreja e Internet.** Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_po.html

⁹ Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais. **Ética na Internet.** Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_et_hics-internet_po.html

¹⁰ Mensagem do Papa Bento XVI para o 44º Dia Mundial das Comunicações Sociais. **O sacerdote e a pastoral no mundo digital: os novos media ao serviço da Palavra.** Disponível em: https://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/pt/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20100124_44th-world-communications-day.html

abordam o tema comunicação em suas construções, como: Declarações Nostra Aetate ((Concílio Vaticano II, 1965)¹¹, Dignitatis Humane (Vaticano, 1965)¹² e Decreto Unitatis Redintegratio (VATICANO, 1964)¹³.

Segundo Joana T. Puntel (2010. p. 323), essa ampliação consiste em não mais olhar a comunicação como apenas “instrumento” ou “meio”, mas como um ambiente de relações onde todos participam, criando uma nova cultura. Neste contexto, afirma Sua Santidade João Paulo II:

O primeiro areópago dos tempos modernos é o mundo das comunicações... 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[...] 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 media* foram deixados à iniciativa de particulares ou de pequenos grupos, entrando apenas secundariamente na programação pastoral. O uso dos mass media, no entanto, não têm 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 [...] (JOÃO PAULO II, 1990, p. 62).

O trecho acima retrata a mudança de compreensão da Igreja com a mídia, na qual o novo conceito se coloca não somente como uma mudança de “instrumentos”, mas como importante processo na formação das pessoas e na disseminação de informações e ideologias, guiando os comportamentos no ambiente real, sejam individuais, familiares ou sociais.

Também Papa Francisco mostrou-se preocupado com o processo de comunicação, tendo em 2014 redigido a carta intitulada “*Comunicação ao serviço de*

¹¹ CONCÍLIO VATICANO. **NOSTRA AETATE**. Disponível em: http://w2.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decl_19651028_nostra-aetate_po.html

¹² VATICANO. **DIGNITATIS HUMANE**. Disponível em: http://w2.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decl_19651207_dignitatis-humanae_po.html

¹³ VATICANO. **UNITATIS REDINTEGRATIO**. Disponível em: http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19641121_unitatis-redintegratio_po.html

*uma autêntica cultura do encontro*¹⁴ por ocasião XLVIII Dia Mundial das Comunicações Sociais. Na referida carta o Santo Padre relata que os progressos dos transportes e das tecnologias de comunicação deixam-nos mais próximo, interligando-nos sempre mais, e a globalização faz-nos mais interdependentes, e mostra sua preocupação porque apesar dessa aproximação oferecida pelo avanço tecnológico da comunicação dentro da humanidade permanecem divisões muito acentuadas.

O Papa Francisco aborda na carta o tema relativo ao mass-media, alertando que:

Neste mundo, os mass-media podem ajudar a sentir-nos mais próximo uns dos outros; a fazer-nos perceber um renovado sentido de unidade da família humana, que impele à solidariedade e a um compromisso sério para uma vida mais digna. Uma boa comunicação ajuda-nos a estar mais perto e a conhecer-nos melhor entre nós, a ser mais unidos. Os muros que nos dividem só podem ser superados, se estivermos prontos a ouvir e a aprender uns dos outros. Precisamos harmonizar as diferenças por meio de formas de diálogo, que nos permitam crescer na compreensão e no respeito. A cultura do encontro requer que estejamos dispostos não só a dar, mas também a receber de outros. Os mass-media podem ajudar-nos nisso, especialmente nos nossos dias em que as redes da comunicação humana atingiram progressos sem precedentes. Particularmente a internet pode oferecer maiores possibilidades de encontro e de solidariedade entre todos; e isto é uma coisa boa, é um dom de Deus (PAPA FRANCISCO, 2014, VATICANO).

No atual cenário global, a comunicação, sendo ela online ou offline, ganha novas redes, integrando e interligando pessoas e criando novas relações, novos olhares e novos posicionamentos.

Este processo acelerado da comunicação mostrou-se também uma preocupação para Papa Francisco (2014, *ibidem*), que observa aspectos problemáticos como a velocidade da informação que supera nossa capacidade de reflexão e discernimento, não permitindo uma expressão equilibrada e correta de si mesmo. Pontua o Santo Padre que embora a variedade de opiniões expressas pode ser vista como riqueza, é possível também se fechar em uma esfera de informações que correspondem apenas às nossas expectativas e às nossas ideias, ou mesmo a determinados interesses políticos e económicos. O ambiente de comunicação pode

¹⁴ Mensagem do Santo Padre Francisco para o XLVIII Dia Mundial das Comunicações Sociais. Disponível em:

https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html

ajudar-nos a crescer ou, pelo contrário, desorientar-nos. O desejo de conexão digital pode acabar por nos isolar do nosso próximo, de quem está mais perto de nós. Sem esquecer que a pessoa que, pelas mais diversas razões, não tem acesso aos meios de comunicação social corre o risco de ser excluído.

Segue Papa Francisco apontando que, ainda que estes limites sejam reais, não justificam uma rejeição dos mass-media; devendo antes recordamos que, em última análise, a comunicação é uma conquista mais humana que tecnológica. Assim, questiona o Papa se há alguma coisa, no ambiente digital, que nos ajuda a crescer em humanidade e na compreensão recíproca.

Nesta carta, claramente Papa Francisco não deseja coibir a utilização do ciberespaço pela Igreja, mas sim, alertar sobre a necessidade de que se reflita sobre seu uso com moderação e responsabilidade, não fazendo dele o único elo entre as igrejas e seus fiéis, pois em suas palavras aponta: “Hoje, corremos o risco de que alguns mass-media nos condicionem até ao ponto de fazer-nos ignorar o nosso próximo real”.

Orienta o Papa Francisco que:

É preciso saber-se inserir no diálogo com os homens e mulheres de hoje, para compreender os seus anseios, dúvidas, esperanças, e oferecer-lhes o Evangelho, isto é, Jesus Cristo, Deus feito homem, que morreu e ressuscitou para nos libertar do pecado e da morte. O desafio requer profundidade, atenção à vida, sensibilidade espiritual. Dialogar significa estar convencido de que o outro tem algo de bom para dizer, dar espaço ao seu ponto de vista, às suas propostas. Dialogar não significa renunciar às próprias ideias e tradições, mas à pretensão de que sejam únicas e absolutas (PAPA FRANCISCO,2014).

O Santo Padre encerra a carta orientando, ainda, que a Igreja não teve ter receio em adentrar o ambiente digital, pois é importante sua presença neste mundo comunicacional para dialogar com o homem de hoje e leva-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”.

3.1 COMUNICAÇÃO E DISCURSO RELIGIOSO

3.1.1 Discurso religioso

O discurso religioso é um tema tratado desde o início da civilização e das instituições religiosas. No processo de comunicação, quando o discurso está presente, evidenciamos a presença do emissor e receptor. No discurso religioso, o papel principal é do emissor, pois ele é o responsável, naquele momento, pela palavra, transmitindo em seu discurso a doutrina para o povo. E para o povo, receptores da palavra, fica a responsabilidade da interpretação da mensagem anunciada, fazendo relação com suas experiências de vida.

Segundo Orlandi, o discurso religioso:

[...] não apresenta nenhuma autonomia, isto é, o representante da voz de Deus não pode modificá-lo de forma alguma [...]. Há regras estritas no procedimento com que o representante se apropria da voz de Deus: a relação do representante com a voz de Deus é regulada pelo texto sagrado, pela igreja e pelas cerimônias (ORLANDI, 1996, p. 245).

O emissor tem a liberdade de transmitir o discurso religioso utilizando meios e ferramentas para acessar o povo, pois “aquele em que fala a voz de Deus: a voz do padre – ou do pregador, ou em geral, de qualquer representante seu – é a voz de Deus” (ORLANDI, 2003, p. 242).

Para Orlandi, existem três tipologias de discurso religioso: o discurso lúdico, o discurso polêmico e o discurso autoritário:

Nesse sentido, podemos caracterizar os três tipos de discursos da seguinte maneira: o discurso lúdico é aquele em que o seu objeto se mantém presente enquanto tal e os interlocutores se expõem a essa presença, resultando disso o que chamaríamos de polissemia aberta. O discurso polêmico mantém a presença do seu objeto, sendo que os participantes não se expõem, mas, ao contrário, procuram dominar o seu referente, dando-lhe uma direção, indicando perspectivas particularizantes pelas quais se olha e se o diz, o que resulta na polissemia controlada. No discurso autoritário, o referente está ausente, oculto pelo dizer; não há interlocutores, mas um agente exclusivo, o que resulta na polissemia contida (ORLANDI, 1996, p. 15).

Ainda segundo Orlandi, o discurso religioso é, em sua maioria, um discurso autoritário com tendências a ser monossêmico. Entretanto não podemos dizer que todo discurso autoritário é monossêmico, pois todo discurso é incompleto, necessita de outras relações:

Todo discurso é incompleto e seu sentido é intervalar: um discurso tem relação com outros discursos, é constituído pelo seu contexto imediato de enunciação e pelo contexto histórico social, e se institui na relação entre formações discursivas e ideológicas. Assim sendo, o sentido (os sentidos) de um discurso escapa (m) ao domínio exclusivo do locutor. Poderíamos dizer então, que todo discurso, por definição, é polissêmico, sendo que o discurso autoritário tende a estancar a polissemia (ORLANDI, 1987, p. 244).

O discurso não é de domínio apenas do locutor ou emissor. Ele engloba outros contextos importantes para o entendimento do que está sendo profetizado em nome de Deus:

Portanto, o discurso religioso tendo como essência a persuasão, quer convencer os fiéis (receptores) a tomar uma decisão diante da verdade revelada no discurso. Diferente dos outros discursos, o discurso religioso tem o emissor, de certa forma, oculto. Seguindo essa linha de pensamento, no próprio discurso, na sua natureza religiosa, Deus é locutor por excelência, os líderes religiosos tornam-se, a partir dessa visão, os interlocutores desse discurso, que, por sua vez, persuade o público ouvinte (TEIXEIRA, 2014, p 124-125).

3.1.2 A relação entre a comunicação e o discurso religioso

Cresce a maneira com que os meios de comunicação influenciam e transformam os povos, utilizando o ciberespaço para disseminar suas propostas e influenciar a vida da sociedade. O rápido processo de mudança social, acompanhado do aumento das diferenças e da desigualdade, retrata uma sociedade em transformação, inclusive em seus credos e culturas.

As instituições religiosas englobam essa transformação, com discursos religiosos cada vez mais presentes na mídia, influenciando a maneira com que o

indivíduo se relaciona com o mundo e com sua religiosidade. As suas mensagens chegam a todas as pessoas, independentemente da sua veracidade e tendências ideológicas, causando impactos sociais e individuais:

Ela tem a impressionante 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 (Cf. *Ética na Internet*, 2002, pp. 10 e 17)¹⁵.

A barreira de território já não é mais um empecilho para pessoas se encontrarem e interagirem. A expansão do território modifica a atuação e compreensão do ciberespaço, exigindo das instituições religiosas uma nova abordagem e linguagem diferenciada com o público. A forma de se comunicar no ciberespaço segue a forma com que o usuário se comporta nesses ambientes, e a interação é um importante ferramental de análise:

O uso dos mass-média, no entanto, não tem somente a finalidade de multiplicar o anúncio do Evangelho: trata-se de um facto 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 (JOÃO PAULO II, 1990).

Integrar a mensagem nos novos formatos é o grande desafio das instituições religiosas que estão atuando nas diferentes redes. Manifestar-se no Twitter em apenas 140 caracteres e passar uma mensagem é um grande desafio. As mensagens, atualmente, estão em diferentes formatos, não apenas em texto, mas em fotos, imagens, gifs, vídeos e áudios.

A esse apontamento, Lima (2011, p. 33) lembra a importância de que se aprofunde no contexto religioso e ecumênico a percepção da necessidade das pontes

¹⁵ Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, Igreja e Internet. Vaticano, Roma, 2002. Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_et_hics-internet_po.html

comunicacionais para que o discurso religioso de unidade e cooperação não esbarre nas estruturas divergentes das instituições. O autor acrescenta que a comunicação existente no ciberespaço deve ser concebida como forma de encontro e comunhão, e é justamente neste enfoque que desenvolvemos o próximo tópico.

Em sua mensagem por ocasião do 50º Dia Mundial da Comunicação, Sua Santidade Papa Francisco (2016)¹⁶ relata que a comunicação tem o poder de criar pontes, favorecer o encontro e a inclusão, enriquecendo assim a sociedade: “As palavras podem construir pontes entre as pessoas, as famílias, os grupos sociais, os povos. E isto acontece tanto no ambiente físico como no digital.”

Papa Francisco nos ensina em sua mensagem que a palavra do cristão visa fazer crescer a comunhão e, mesmo quando deve com firmeza condenar o mal, deve procurar não romper jamais o relacionamento e a comunicação. Doutrina Sua Santidade:

Como filhos de Deus, somos chamados a comunicar com todos, sem exclusão. Particularmente próprio da linguagem e das ações da Igreja é transmitir misericórdia, para tocar o coração das pessoas e sustentá-las no caminho rumo à plenitude daquela vida que Jesus Cristo, enviado pelo Pai, veio trazer a todos. Trata-se de acolher em nós mesmos e irradiar ao nosso redor o calor materno da Igreja, para que Jesus seja conhecido e amado; aquele calor que dá substância às palavras da fé e acende, na pregação e no testemunho, a «centelha» que os vivifica (PAPA FRANCISCO, 2016).

Ainda, Papa Francisco esclarece que as redes sociais podem ser formas de comunicação plenamente humanas, porém não é a tecnologia que irá determinar se a comunicação é autêntica ou não, mas sim, o coração do homem e a sua capacidade de fazer bom uso dos meios ao seu dispor. Explica Sua Santidade que as redes sociais são capazes de favorecer as relações e promover o bem da sociedade, mas podem também levar a uma maior polarização e divisão entre as pessoas e os grupos.

Por outro lado, o Papa observa que nas redes sociais é possível se construir uma verdadeira cidadania, podendo ser utilizada para se fazer crescer uma sociedade sadia e aberta à partilha. Sua Santidade predica que:

¹⁶ PAPA FRANCISCO. **Comunicação e Misericórdia: um encontro fecundo**. 50º Dia Mundial da Comunicação. Disponível em: https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20160124_messaggio-comunicazioni-sociali.html

O ambiente digital é uma praça, um lugar de encontro, onde é possível acariciar ou ferir, realizar uma discussão proveitosa ou um linchamento moral. Rezo para que o Ano Jubilar, vivido na misericórdia, nos torne mais abertos ao diálogo, para melhor nos conhecermos e compreendermos; elimine todas as formas de fechamento e desprezo e expulse todas as formas de violência e discriminação (*Misericordiae Vultus*, 23, PAPA FRANCISCO, 2016).

Assim, como bem apostolado por Sua Santidade, é preciso que os espaços e os instrumentos da comunicação permitam o alargamento de horizontes. A comunicação sendo um dom de Deus, deve promover proximidade. A comunicação é, portanto, uma forma de aplicar o discurso religioso com misericórdia e comunicar com misericórdia é, conforme prega Papa Francisco: “contribuir para a boa, livre e solidária proximidade entre os filhos de Deus e irmãos em humanidade.”

Essa rede comunicacional oferecida pelo ciberespaço oportuniza o encontro e a comunhão entre os homens e dos homens com Deus, tema que será debatido no próximo tópico.

3.2 COMUNICAÇÃO NO CIBERESPAÇO COMO FORMA DE ENCONTRO E COMUNHÃO

A concepção de que o ciberespaço transformou a realidade humana com o advento da internet e das redes sociais, tornando esses instrumentos um hábito diário entre os homens, remete a concepção de que também transforma a forma do homem pensar. Essa premissa reporta a conclusão de que havendo a transformação do modo como o homem pensa, mudará também sua antropologia e se a inserção da cultura digital transforma nossa antropologia, por conseguinte altera também a forma que o homem pensa e vive a fé.

A sociedade contemporânea vive a era da comunicação, na qual o acesso às informações torna-se cada dia mais presente na rotina diária da população. Os números de acessos às redes sociais, no Brasil e no mundo, têm aumentado consideravelmente nos últimos anos, retratando uma nova forma de encontro entre pessoas:

[...] especialmente nas duas últimas décadas, com a popularização da internet e, mais recentemente, com a intensa proliferação de redes sociais, os ambientes online têm ganhado força como ferramentas didáticas relevantes para acesso à informação, interação e produção coletiva de saberes (PASSOLLI; NASCIMENTO; DA SILVA, 2015, p. 2).

O ciberespaço pode ser um espaço de encontro, troca de experiências, partilha de informações e até mesmo de vida, um espaço de comunhão entre pessoas. Mas, se promovemos um espaço único, encontramos diferenças e divergências, principalmente quando falamos de credos religiosos. Os posicionamentos nas redes sociais evidenciam a intolerância religiosa e abertura ao outro. Essas manifestações são compartilhadas em diferentes redes de forma cada vez mais veloz.

A velocidade ganhou importância tanto quanto a mobilidade de acesso. Os acessos ficaram mais fáceis, modificando as formas de interação e interatividade com os usuários, proporcionando novas experiências e novos espaços.

Em uma perspectiva cristã, a comunicação possui lugar de destaque e de profunda importância. Ela é “entendida como sinal e instrumento da comunhão, a comunicação precisa ser pensada teologicamente a partir da comunhão” (PASQUALETTI, 1992, p. 986). É por isso que “o significado da comunicação é a fraternidade. A mensagem adequadamente comunicada harmoniza os espíritos, leva à partilha dos bens culturais e até materiais, visada pelo próprio Criador, que os destina a todos os homens” (PASQUALETTI, 1992, p. 986).

Com isso, analisando os dados do Censo 2010, apesar de a maioria da população se dizer cristã, vivem-se, ainda, dilemas conflituosos diante das diferenças entre cristãos de variadas denominações. Isso se apresenta também no ciberespaço das Igrejas e organizações religiosas:

[...] a Igreja precisa compreender a Internet. Isto é necessário a fim de que ela possa comunicar-se eficazmente com os indivíduos — de modo especial com os jovens — que se encontram mergulhados na experiência desta nova tecnologia, e também em ordem a fazer bom uso da mesma (Cf. *Ética na Internet*, pp. 10 e 17)¹⁷.

¹⁷ *Ibidem*.

As igrejas são convidadas a mergulhar no ciberespaço, posicionar-se conforme sua missão e atuar de maneira ética, utilizando as redes para o bem comum da população.

O documento do Concilio Vaticano II¹⁸, da Igreja Católica, traz a importância da união e comunhão dos povos em vista do bem comum, tanto das comunidades quanto dos indivíduos, incluindo em seu discurso o ecumenismo. Para Krischke e Prado (apud Wolf, 2005, p. 29) “o ecumenismo exerce positivamente sobre a Igreja o papel de arrancar o astro solitário de sua trajetória, introduzi-lo num sistema de movimento cujo centro não mais se situa nele próprio, mas para além de si”

No olhar de Freire (1978, p.67) a comunicação deve ser concebida como a coparticipação dos sujeitos no ato de pensar, um diálogo que não deve ser visto como a transferência do saber, mas um encontro de interlocutores que buscam a significação dos significados.

Pontua Freire:

Por isso, a ação comunicativa dialogal torna-se educadora, não apenas por ensinar fazeres, mas também saberes partilhados a partir de olhares locais sobre fenômenos que podem manifestar-se de modo global ou aí ter repercussões que a todos interessem. Porém, não se pode falar de encontro apenas entre os similares, mas também do encontro que se precisa fazer possível entre os diferentes (FREIRE, 1978 p. 67-69).

A interpretação das palavras de Freire (*ibidem*) aplicada à comunicação no ciberespaço como forma de encontro e comunhão remete a compreensão de a atuação dos segmentos religiosos no ciberespaço não devem se limitar ao noticiar, ao tornar conhecido, mas sim que resulte na ação libertadora, promovendo o encontro e a interação dos homens.

Olhar a comunicação como forma de expressão religiosa é olhar para o outro com os olhos de Deus, construindo uma relação, cooperação e comunhão entre diferentes culturas e igrejas, garantindo a afirmação da dignidade humana, prática da justiça, da ética e a transformação dos indivíduos em vista da convivência pacífica no meio social.

¹⁸ Decreto *Unitatis Redintegratio*. **Sobre o Ecumenismo**. Disponível em: http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19641121_unitatis-redintegratio_po.html

4 PROCESSO DE COMUNICAÇÃO DA COORDENADORIA ECUMÊNICA DE SERVIÇO – CESE

As estratégias de ação de comunicação da CESE priorizam essencialmente os debates e diálogos, articulando com redes e fóruns ligados a movimentos sociais e a igrejas e entidades do movimento ecumênico.

Sua política institucional valoriza as relações ecumênicas e o diálogo inter-religioso, promovendo em caráter permanente reflexões de inspiração teológica e manifestando-se publicamente em relação a questões ecumênicas e inter-religiosas que digam respeito ao enfrentamento das desigualdades sociais

As ações e materiais de comunicação da CESE expressam sua concepção e contribuem para a valorização da contribuição social, cultura, econômica e política nas diferentes áreas dos direitos humanos.

A CESE, por intermédio de sua Assessoria de Comunicação, desenvolve sua política de comunicação visando a participação na discussão e implementação de estratégias comunicacionais, responsáveis pela comunicação institucional, *marketing* e assessoria de imprensa.

A Assessoria de Comunicação da CESE, também é responsável pela mobilização de recursos e a articulação com setores de comunicação, movimentos sociais, empresas, institutos e fundações, entidades afins, redes de trabalho, igrejas e organismos ecumênicos que contribuam na potencialização das ações e ampliação da visibilidade da instituição.

Através da produção de textos institucionais como matérias, boletins, relatório de atividades, entre outros, apresentados em seu site oficial, a CESE mantém seu processo de articulação e diálogo com seus parceiros e apoiadores.

Conforme descreve Rodrigues:

Na trajetória de direitos a comunicação transforma ideias, reestrutura pensamentos e assim, mudamos uma realidade ou a perpetuamos. Afinal, compreendemos o mundo com base naquilo que ele é transmitido a nós seja por valores, costumes ou crenças. A informação e comunicação, como liberdade de expressão, resta compreendida como um direito, que necessita ser consolidado (RODRIGUES, 2014, p. 37).

Compreendendo a comunicação como um direito, a CESE defende que a comunicação e a liberdade de expressão ocupam relevância central nas esferas sociais, políticas e religiosas e reconhece as redes sociais como espaços de constante debate.

Ainda que em uma era conectada e informatizada a comunicação passe pelos desafios da realidade virtual com a real, no ciberespaço encontra uma maneira de dar voz a luta pela inclusão e pela igualdade. Assim, a CESE busca aliar a comunicação a fé e a superação de intolerâncias.

A comunicação como ferramenta religiosa é explanada por Azevedo (2010, p. 92) como uma realidade das religiões que prezam uma relação de respeito e que traz a primazia de uma relação com Deus, uma vez que buscam no diálogo a formação de laços de amor, inclusão e esperança.

Assim, ações que oportunizem campanhas e encontros mobilizados junto a mídias sociais são alternativas defendidas pela CESE como um caminho que oportuniza se pensar em um processo e novos horizontes de esperança, que sinalizam uma nova produção de conhecimento, práticas políticas de uma nova maneira de participação cidadã e possíveis caminhos de diálogo.

CAPÍTULO 2

Este capítulo destinamos a explanação do ecumenismo enquanto instrumento de serviço e inspiração às dinâmicas das igrejas e dos movimentos populares. A ideologia ecumênica é a contribuição para o ruir dos muros que desprendem as igrejas, ruindo também preconceitos e frutificando o diálogo, testemunhando entre os cristãos que se é possível viver unificados. A partir desta premissa, diferentes organismos ecumênicos se formaram com propostas teológicas e político sociais, alicerçados no Evangelho e vivenciado, a luz da espiritualidade, a unidade entre cristãos.

As diferentes organizações ecumênicas em atividade hoje no Brasil têm procurado a promoção da liberdade religiosa e dos direitos humanos. Este capítulo, portanto, fará uma referência a algumas dessas organizações.

1 MOVIMENTO ECUMÊNICO

Em seu sentido estrito, ecumenismo nada mais é do que a busca da unidade em todas as igrejas cristãs. Seu propósito é reunir o mundo cristão dentro de um processo de entendimento e respeito da diversidade entre as igrejas, estabelecendo boas relações de amizade (BRAKEMEIER, 2004, P. 83).

No sentido etimológico, a palavra ecumenismo, segundo Wolff (2002, p.27), significa a casa de todos, o mundo habitado, a responsabilidade comum pela administração/cuidado da casa comum (oikonomia-oikoumene).

Segundo Hortal (1989, p.15) o termo "Ecumênico" tem relação com o conceito de unidade na extensão geográfica, é aquilo que se estende pelo mundo todo. Hortal conceitua o termo segundo a literatura patrística explicando que:

Na literatura patrística, o Ecúmeno pode significar tanto a extensão geográfica do mundo inteiro, onde ressoa a mensagem de Cristo, quanto a Igreja que se espalha por toda a Terra, sendo Orígenes que definiu a Igreja como um Ecúmeno. [...]Os Concílios que representavam a Igreja em sua universalidade receberam o nome de ecumênicos (HORTAL, 1989, p.15).

Importante ressaltar que, quando se trata de ecumenismo, não se refere a um movimento de unificar todas as igrejas cristãs, tornando-as uma só, como algumas pessoas entendem ainda hoje. É um processo de crescimento de comunhão e fé de umas igrejas em relação às outras, movido pela força do Espírito Santo de Deus.

A tentativa de aproximação entre as igrejas protestantes teve início a partir da metade do século XIX, mas foi no início do século XX, principalmente na Europa, que os esforços se fortaleceram, essencialmente em torno dos temas da missão, da ação social e da doutrina (TILLICH, 1992, p. 181).

Em 1919 o Arcebispo luterano Nathan Söderblom traz um novo significado ao adjetivo ecumênico ao escrever um artigo que remetia pela primeira vez o ecumenismo a ideia de um "Conselho Ecumênico de Igrejas" para que fossem resolvidas questões relativas a paz durante a Primeira Guerra Mundial e, a partir dessa ideia, concentraram-se esforços para a existência de uma unidade entre as diversas denominações cristãs, passando a ser chamado de Movimento Ecumênico (NAVARRO, 1995, p.11).

Conforme Desseaux:

O movimento ecumênico é um movimento suscitado pelo Espírito Santo com vistas a restabelecer a unidade de todos os Cristãos a fim de que o mundo creia em Jesus Cristo. Desse movimento participam aqueles que invocam o Deus Trino e confessam Jesus Cristo como Senhor e Salvador e que, as comunidades onde ouviram o Evangelho, aspiram a uma Igreja de Deus, una e visível, verdadeiramente universal, enviada a todo o mundo para que este se converta ao Evangelho e se salve para a glória de Deus (DESSEAUX, 1983, p. 106).

Importantes encontros ocorreram na Europa na história dos Movimentos Ecumênicos, como a Conferência Missionária Mundial, em Edimburgo em 1910, a Conferência Universal do Cristianismo Prático Vida e Ação, em Estocolmo em 1925, na qual a expressão Movimento Ecumênico passou a ser utilizada, e a Conferência Universal Fé e Ordem, em Lausanne em 1927 (TILLICH, 1992, p. 181).

Descrevem Baubérot e Lueba (1995, p. 1085) que essas diversas iniciativas levaram a formação, em Amsterdam no ano de 1948, do Conselho Mundial de Igrejas – CMI que passou a organizar assembleias, conferências e comitês responsáveis em dinamizar as discussões e práticas ecumênicas a nível internacional. Até este momento o movimento era eminentemente protestante, mas também anglicano e ortodoxo, sendo que a Igreja Católica passou a contribuir mais efetivamente a partir do concílio Vaticano II.

O movimento ecumênico inicialmente se caracterizou pela busca da unidade entre os cristãos visando a apresentar um testemunho positivo do amor de Deus, que deseja unidade de todos os seres humanos sobre a base de uma justiça compartilhada que permitirá o desenvolvimento de uma sociedade mais humana, mais fraterna e mais disposta a repartir os bens e comungar ideais (NAVARRO, 1995, p. 14).

Explanando sobre a compreensão do que é ecumenismo, em um sentido mais restrito o termo é empregado para a promoção da unidade entre as igrejas cristãs. O sentido lato pode designar a busca da unidade entre as religiões. Neste contexto, mister se faz a análise da relação identitária da Bíblia e do Ecumenismo (LOPES, 1988, p. 11).

A Bíblia se constitui no único conjunto de livros em torno dos quais as igrejas cristãs estabelecem um consenso acerca da palavra de Deus. Ela caracteriza um fator de aproximação, convergência e consenso de fé entre as diferentes igrejas.

Explica Henn que

As igrejas envolvidas no movimento ecumênico têm consciência da importância fundamental da Bíblia na busca da unidade dos cristãos. Trata-se de uma relação de identidade entre Bíblia e ecumenismo, no sentido que, de um lado, o verdadeiro ecumenismo é essencialmente bíblico; e, de outro lado, a Bíblia exige uma leitura ecumênica para ser compreendida de modo a sustentar a unidade dos cristãos e da Igreja (HENN, 1990, p. 111).

Bases indispensáveis para a unidade dos cristãos são fornecidas pela Bíblia, como a revelação de Deus a um povo e em resposta a Sua proposta, esse povo se reúne em comunidade. Desta forma, para conhecermos o ecumenismo devemos conhecer a Bíblia (CONIC, CLAI, 1998, p, 25).

Para Santana e Barros (1990, p. 107) muitas comunidades cristãs compreendem a Bíblia como um instrumento de diálogo e comunhão em virtude da sintonia hermenêutica que antepõem a releitura contextual da Sagrada Escritura. Neste mesmo sentido, explica Mesters (1982, p. 84) que a hermenêutica bíblica imputa a concepção da comunhão como eixo dinamizador das igrejas.

Conclui Seibert que:

A comunidade dos cristãos é o lugar eclesial do texto, o *lócus* hermenêutico por excelência, de modo que se supera a preocupação exclusiva pelo texto, estabelecendo a interação entre Bíblia, liturgia, teologia, história, sociologia, espiritualidade e assim por diante, numa impostação do debate hermenêutico interdisciplinar e ecumênico. A Igreja é, assim, uma comunidade hermenêutica, onde encontram-se as bases e critérios para a realização de uma hermenêutica da unidade na releitura bíblica (SEIBERT, 1995, p. 70).

A Bíblia apresenta diversos fatores que demonstram sua relação com a realidade ecumênica. Explica Cereti (1997, p. 78) que a relação bíblica com o ecumenismo ocorre a partir de sua estrutura, pois, ainda que existam diferentes versões da história do povo de Deus, o *Cânone* das Escrituras nos confere a única

verdade do Evangelho dentro de uma pluralidade de sentidos de um mesmo texto bíblico. Esta colocação é complementada pela CLAI/CONIC (1998, p. 19) ao referir que a diversidade em si mesma não constitui obstáculo para a comunhão, uma vez que, na Bíblia a história do povo de Deus é narrada de forma ecumênica.

A mensagem bíblica permite que todos os cristãos compartilhem a revelação de Deus e sua realidade divina caracterizada como comunhão. A igreja é que congrega os fiéis em Cristo na comunhão fraterna e torna-se na história responsável pela tarefa de eliminar todas as divisões existentes no povo de Deus (CERETI, 1997, p. 78).

A relação entre Igreja e ecumenismo é de fundamental importância no movimento da busca da unidade cristã. O ecumenismo possibilita a reforma e a renovação da Igreja, restaurando a visibilidade histórica da sua unidade.

Como conceitua o *Unitatis Redintegratio*¹⁹, o ecumenismo contribui para estabelecer a força profética da Igreja, devolvendo-lhe a capacidade de testemunhar a unidade, a comunhão e a solidariedade no mundo. Dessa forma, ecumenismo e Igreja se pertencem mutuamente, a causa do ecumenismo é a causa da Igreja e vice-versa.

Orienta André (1976, p. 55) que o ecumenismo só pode ocorrer quando intencionado como solidariedade e quando se refere à manifestação da unidade do Reino de Deus entre os homens, sendo este pensamento que levaram as Igrejas e suas sociedades missionárias a buscar um entendimento mútuo e a começar a estender linhas de cooperação.

Neste prisma, se compreende que a relação entre Igreja e ecumenismo é de fundamental importância no movimento da busca da unidade cristã. É uma relação tão estreita que a natureza, identidade e finalidade de um desses elementos implicam diretamente na natureza, identidade e finalidade de outro. Igualmente, as forças e fragilidades de um são também as forças e fragilidades do outro (SCHWANTES, 1994, p. 40).

Para Schwantes (1994, p. 40) o ecumenismo favorece a reforma e a renovação da Igreja como era o desejo do Concílio Vaticano, restaurando a visibilidade histórica da sua unidade.

¹⁹ Concílio Vaticano II, Decreto sobre o ecumenismo, *Unitatis Redintegratio*, n. 6.

Entretanto, o pluralismo interligado ao ecumenismo ao trazer a ideia de que não existe uma verdade absoluta e aceitando verdades divergentes torna o ecumenismo cristão um elemento de extrema fragilidade. Isto decorre da interpretação pluralista de algumas doutrinas que levam ao conflito entre as diferentes igrejas, sendo tidas como verdade universal somente a importância de se promover a paz, o amor e a felicidade dos seres humanos. Esta análise leva a compreensão de que quanto mais abrangente for o ecumenismo menor será a verdade (FITZMYER, 1997, p.92).

Orienta Bonino (1980, p. 20) que de maneira geral as igrejas apresentam algumas dificuldades em relação ao ecumenismo como:

- A fragilidade das convicções ecumênicas no âmbito institucional;
- A setorização do ecumenismo nas igrejas, pela sua concentração na ação de pessoas ou grupos;
- Motivações, concepções e práticas ecumênicas diferentes e em contradição no interior de uma mesma tradição eclesial, o que dilacera o ideal ecumênico;
- A carência da formação ecumênica dos fiéis;
- A não recepção estrutural dos resultados dos esforços ecumênicos;
- As motivações diplomáticas nas relações entre as igrejas suplantam as motivações teológicas;
- A notória contradição entre os pronunciamentos oficiais a favor do ecumenismo e as práticas anti-ecumênicas;
- A dificuldade da contextualização social da busca da unidade.

Esses elementos, de certa forma, talvez possam explicar a letargia ocorrida nas motivações e iniciativas ecumênicas das igrejas que parecem ser motivadas somente pelos fenômenos que fazem avançar o movimento ecumênico sem, contudo, tornarem a causa ecumênica uma opção fundamental para o agir eclesial. O que se observa é que se existe reservas em relação aos movimentos ecumênicos por parte das igrejas, o mesmo não se tem observado por parte desses movimentos que buscam sintonia com as lideranças eclesiásticas (STEIL, 1987, p. 20).

Quanto as questões sociais, como explica Dias (1998, p. 127), começaram a ser observadas pelos movimentos ecumênicos e gradativamente o tema da responsabilidade social das igrejas começou a fazer parte dos debates entre os movimentos ecumênicos, especialmente após eventos marcantes de grande importância para a história mundial como o contexto pós a Segunda Guerra Mundial,

os efeitos decorrentes da bomba atômica no Japão, a Guerra Fria, o bloqueio de Berlin, a revolução chinesa, a guerra da Coréia, os processos de descolonização e a eminência do comunismo.

Com estes eventos o Conselho Mundial de Igrejas passou a se preocupar de forma diferenciada com sua responsabilidade para com o mundo social e, assim, os conceitos de missão e evangelização passaram a incluir além da palavra de Deus e da doutrina, a dimensão da transformação social e da denúncia profética (DIAS, 1998, p.127).

Neste contexto, em 1954 na cidade de Evanston – EUA, se realizou a Segunda Assembleia do CMI cujo papel foi essencial para os rumos que tomaram os movimentos ecumênicos, refletindo também sobre os movimentos da América Latina e do Brasil, com a elaboração do Relatório da III Seção visando as questões sociais e a responsabilidade social em uma perspectiva mundial (SANTA ANA, 1987, p. 72).

Descrevem Kinnamon e Cope que o referido relatório pronunciava em sua introdução que:

A responsabilidade social cristã está fundamentada nos poderosos atos de Deus, que é revelado em Jesus Cristo, nosso Senhor. Ele criou o mundo e todo o tempo está envolvido em seu propósito eterno. Ele se move e age na história como o Deus que vive eternamente. O centro da história mundial é a vida terrena, a cruz e a ressurreição de Jesus Cristo. Deus estabeleceu com os homens uma viva relação de promessa e mandamento, na qual são chamados a viver em fiel obediência a Seu propósito. A promessa para aqueles que ouvem e seguem o chamado divino é o dom da vida abundante como filhos de Deus. O mandamento é que os homens deveriam amar a Deus e a seus próximos. No chamado para a ação social responsável, a promessa e o mandamento do Deus reto e amoroso requer de nós reconhecer que em cada ser humano o próprio Cristo vem demandar nosso serviço. Respondendo ao amor de Deus em Cristo e estando conscientes de Seu julgamento final, os cristãos agirão responsabilmente. O chamado à retidão social é sustentado pela confiante esperança de que a vitória está com Deus, que em Cristo derrotou os poderes do mal e no dia apropriado tornará esta vitória totalmente manifesta em Cristo (KINNAMON e COPE, 1997, P. 282).

Segundo descreve Dias (1998, p. 128) tais conteúdos foram interpelados por processos históricos, de certa forma, externos ao universo religioso e mediados pela conjuntura que possibilitou o composto de acontecimentos que envolveram o Movimento Ecumênico.

Essa conjuntura teológica social teve suas manifestações também no Movimento Ecumênico brasileiro, introduzida entre as décadas de 50 e 60 pelo americano Richard Shaull. Presbiteriano, Shaull tornou-se teólogo em *Princeton* sob a influência de John Mackay, importante teólogo e destacado líder ecumênico (ALVES, 1985, P 43).

Relata Alves (1985, P 43) que Shaull chegou ao Brasil em 1952 para atuar junto ao Seminário Presbiteriano do Sul, em Campinas – São Paulo. Tão logo chegou, começou a promover encontros entre estudantes protestantes e dominicanos durante estudos bíblicos e de reflexões acadêmicas, encontrando entre eles um solo fértil para sua teologia. Passou a desenvolver os estudos bíblicos também junto à União Cristã de Estudantes do Brasil – UCEB, exercendo profunda influência sobre determinado grupo de estudantes o qual o adotou como mestre, líder espiritual e intelectual responsável por guia-los na caminhada de transformação que conduzia o Brasil e suas massas à miséria, a despertar para a solução de seus problemas rumo à revolução.

Descreve Cesar (2007, p. 51) que Shaull era um homem de iniciativa, professor carismático e escritor frutífero que influenciou amplamente o pensamento ecumênico brasileiro acerca das questões sociais. Aponta o autor que a abertura teológica e a cultura geral de Shaull associados ao seu estilo simples e cordial, realocava os membros dos movimentos ecumênicos ao mundo da fé e da vida ao mesmo tempo que os situava às questões sociais. Seus seguidores se tornavam cada vez mais críticos e exigentes por uma igreja e uma sociedade que se aproximavam rapidamente de uma das maiores crises da história brasileira. Todos os veículos institucionais disponíveis foram usados para propagar sua mensagem que a integração no mundo era a única e verdadeira expressão da fé cristã e do compromisso com Jesus Cristo.

1.2 ECUMENISMO E AS PRINCIPAIS ORGANIZAÇÕES ECUMÊNICAS NO BRASIL

Como mencionado anteriormente, o movimento ecumênico começou a se desenvolver no Brasil e na América Latina de maneira mais expressiva a partir da década de 50.

Explica Neto (2002, p. 23) que a história do movimento ecumênico no Brasil foi marcada por avanços e recuos, sendo que nas três primeiras décadas do século XX as palavras unidade, união e cooperação permearam discursos, sermões e palestras

ligadas aos movimentos ecumênicos. O autor aponta, ainda, que no caso brasileiro, um ponto importante para o acordo entre as igrejas foi a conjugação de esforços para a evangelização do país, quando a preocupação em desenvolver um evangelismo eficiente e que evitasse a duplicação de esforços foi um dos motivadores das iniciativas ecumênicas.

Para Mendonça (1997, p. 81) todo o processo de desenvolvimento ecumênico no Brasil ocorreu a partir das ações missionárias, responsáveis pelos debates das principais metas e justificativas para a prática da cooperação entre as igrejas, enfoque que predominou no ecumenismo brasileiro. Conforme o autor foi nos campos missionários que as missões modernas verificaram a necessidade de colaboração para atingir com maior eficiência o objetivo de levar a mensagem cristã a um mundo

Retrata Mendonça:

Um dos primeiros contextos que trouxeram para o seio das igrejas o debate a respeito da convivência e da prática da cooperação institucional foi a significativa expansão do cristianismo no século XIX, através da ação evangelizadora empreendida por diversas sociedades missionárias europeias e norte-americanas. Foram através das sociedades missionárias que surgiram as primeiras manifestações do chamado movimento ecumênico moderno brasileira (MENDONÇA, 1997, p. 81, 82).

O movimento ecumênico no Brasil erigiu um discurso pautado na ética social. Com a ingressão do capitalismo eclodiram novos problemas sociais as igrejas buscaram estabelecer formas de cooperação apresentando propostas alternativas (DIAS, 2003, p. 52).

Inicialmente o movimento ecumênico brasileiro ocorreu entre as diversas missões protestantes cujo projeto de civilização eram traçados por ideais liberais. Esses agrupamentos foram delimitados pelos ideais do protestantismo missionário e do catolicismo reformista sendo que um discurso de aproximação se formulou a partir das críticas realizadas a esse projeto missionário protestante e a nova cristandade proposta pela Igreja Católica (VAN DER GRIJP, et al, 1992, p. 140).

Descreve Fernandes (1986, p. 11) que os movimentos da juventude e de estudantes no espaço protestante e a colaboração do teólogo Richard Shaull foram determinantes na formulação de um primeiro discurso ecumênico em torno do movimento ecumênico. O autor acrescenta que a maior articulação do movimento

ecumênico no Brasil ocorreu na década de 1950 através da Confederação Evangélica do Brasil – CEB, restringindo-se as denominações protestantes.

Orienta Fernandes que:

Essa instituição promoveu a construção do pensamento ecumênico e do pensamento social em direção do entendimento de que a revolução era inevitável e as igrejas deveriam se posicionar a favor das transformações. Com a crise instalada na CEB no período da ditadura militar, o movimento ecumênico se articulou em diversas organizações ecumênicas sem vínculos com as instituições eclesiais (FERNANDES, 1986, p.11).

A atuação da Igreja Católica Apostólica Romana junto ao movimento ecumênico foi deliberada pelo Concílio Vaticano II, tornando-se a principal protagonista do movimento na década de 1960. No Brasil e na América Latina a proposta ecumênica defendida pela Igreja Católica Apostólica Romana fundamentava-se preferencialmente pelo assistencialismo ao pobre sendo que essa proposta passou a ser o eixo norteador da pastoral e encontrou na reflexão teológica da revolução uma conexão conciliadora entre católicos e protestantes progressistas (RAMALHO, 1988, p.12).

Descreve Fernandes (1986, p. 11) que o movimento ecumênico, buscando a concretização de sua proposta, contou com três elementos de implementação para o discurso formulado: o teológico, o sociológico e o político. A teologia não mais se confinava ao espaço sagrado, o mundo inteiro se fazia sagrado, assim a teologia realizada pelo movimento ecumênico deixava de ser um discurso para a igreja ou da igreja, passando a ser um discurso do movimento ecumênico para os movimentos populares.

Aponta Ramalho que:

As principais características dessa teologia foram uma cristologia histórica, uma eclesiologia a partir do leigo, uma hermenêutica histórico-social e uma ética comprometida com a libertação. Nesse sentido, a teologia ecumênica foi uma expressão da teologia da libertação, que inaugurou uma nova forma de política eclesial e de engajamento das igrejas na problemática da América Latina e em especial do Brasil (RAMALHO, 1988, p.12).

Segundo (2000, p. 200) explica que a implantação da democracia e do modelo de desenvolvimento para o Brasil após a Segunda Guerra Mundial traçaram os pontos comuns entre as igrejas, definidos a partir da preocupação tanto de católicos como de protestantes com as rápidas transformações pelas quais o mundo estava passando.

Eventos importantes marcaram a história do movimento ecumênico internacional e nacional, como a Conferência Missionária de Edimburgo (1910), do Panamá (1916), a criação do Conselho Mundial de Igrejas (1948), o Conselho Nacional de Igrejas Cristãs do Brasil (CONIC 1982), as comissões de diálogo entre as igrejas no Brasil e no mundo, a Campanha da Fraternidade Ecumênica (2000) e a Semana de Oração pela Unidade dos Cristãos (1926)²⁰.

Refere Dias (2003, p. 141) que a década de 80 foi o período mais marcante para o movimento ecumênico no Brasil e na América Latina, sendo que em 1982 na cidade de Lima – Peru, com o objetivo de promover a unidade dos cristãos evangélicos no continente latino americano foi criado o Conselho Latino-Americano de Igrejas – CLAI, que contou com a filiação de 150 igrejas e movimentos ecumênicos, tornando-se a mais importante organização que reúne os evangélicos da América Latina e Caribe.

Já no Brasil, neste mesmo ano, foi formado o Conselho Nacional de Igrejas Cristãs – CONIC, com o objetivo de praticar o ecumenismo com ênfase na convivência ecumênica, troca mútua de aprendizagens e aproximação gradativa. Fazem parte desse conselho: Igreja Católica, Igreja Episcopal Anglicana do Brasil, as Igrejas Evangélicas de Confissão Luterana no Brasil – IECLB, Igreja Presbiteriana Unida e Igreja Ortodoxa *Sirian de Antioquia* (DIAS,2003, p.141).

O movimento ecumênico produziu uma reflexão que colaborou para a formação da teologia da libertação, configurando uma corrente ecumênica, contudo, sua consolidação ocorreu entre as décadas de 80 e 90, quando esse movimento vivenciou também uma forte crise no modelo construído em seus primórdios. As instituições ecumênicas se multiplicaram e tiveram em comum entre elas a construção de um ideal de diálogo, cooperação e justiça social.

²⁰ No hemisfério Sul as Igrejas geralmente celebram a Semana de Oração no período de Pentecostes (como foi sugerido pelo movimento Fé e Ordem, em 1926), que também é um momento simbólico para a unidade da Igreja. No Brasil, o Conselho Nacional de Igrejas Cristãs (CONIC) lidera e coordena as iniciativas para a celebração da Semana em diversos estados.

No Brasil, sob influência do Concílio Vaticano II, a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) mantém elementos bem definidos sobre ecumenismo: a formação da consciência ecumênica; o desenvolvimento de relações institucionais com as outras confissões cristãs; e a publicação de orientações teológicas-pastorais sobre ecumenismo (WOLFF, 2002, p. 28). A CNBB compreende e norteia as relações ecumênicas entre as igrejas cristãs como movimentos de comunhão.

Outros movimentos importantes no Brasil são o Centro Ecumênico de Serviços à Evangelização e Educação Popular – CESEEP, um centro latino-americano e ecumênico de formação popular fundado em 1982 com o objetivo de prestar serviços às lideranças de movimentos sociais e comunidades das diferentes Igrejas cristãs em seus trabalhos pastorais e de promoção humana; a Rede Ecumênica da Juventude (REJU), formada e protagonizada pelas juventudes no Brasil que buscam, a partir de distintas formas de espiritualidades, a promoção dos direitos juvenis. A REJU foi criada em 2007 pelo Fórum Ecumênico Brasil (FE Brasil); a KOINONIA – Presença Ecumênica e Serviço, fundada em 1994 com a missão de mobilizar a solidariedade ecumênica e prestar serviços a grupos histórica e culturalmente vulneráveis e em processo de emancipação social e política; a Coordenadoria Ecumênica de Serviço – CESE, que tem a missão de fortalecer organizações da sociedade civil, especialmente as populares, empenhadas nas lutas por transformações políticas, econômicas e sociais que conduzam a estruturas em que prevaleça a democracia com justiça.

A Campanha da Fraternidade, em seu histórico de temas, já abordou o ecumenismo em 4 edições, no ano 2000 com o tema Dignidade Humana e Paz, em 2005 com o tema Solidariedade e Paz, no ano de 2010 com o tema Economia e Vida. Em 2016, a CNBB lançou a Campanha da Fraternidade com o tema “Casa Comum, nossa responsabilidade”, e o lema “Quero ver o direito brotar como fonte e correr a justiça qual riacho que não seca” (Am 5,24). O objetivo da campanha foi assegurar o direito ao saneamento básico para todas as pessoas e empenharmo-nos, à luz da fé, por políticas públicas e atitudes responsáveis que garantam a integridade e o futuro de nossa Casa Comum:

A motivação para essas Campanhas fundamentou-se na compreensão de que, no centro da vivência ecumênica, está a fé em Jesus Cristo. Isso se deu, porque o movimento ecumênico está marcado pela ação e pelo desafio de construir uma Casa Comum (oikoumene) justa, sustentável e habitável para todos os seres vivos. Essa luta é profética, pois questiona as estruturas que

causam e legitimam vários tipos de exclusão: econômica, ambiental, social, racial e étnica. São discriminações que fragilizam a dignidade de mulheres e homens (CNBB, 2016).

A Campanha da Fraternidade Ecumênica de 2016 contou com a parceria internacional da participação da *Misereor*, entidade episcopal da Igreja Católica da Alemanha que trabalha na cooperação para o desenvolvimento na Ásia, África e América Latina. Além da *Misereor*, integraram a campanha as cinco igrejas membros do CONIC: Igreja Católica Apostólica Romana, Igreja Episcopal Anglicana do Brasil, Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil, Igreja *Sirian* Ortodoxa de Antioquia e Igreja Presbiteriana Unida, além da Aliança de Batistas do Brasil, do Centro Ecumênico de Serviços à Evangelização e Educação Popular (CESEEP) e da Visão Mundial.

Assim, frente à pluralidade de crenças religiosas, com o propósito de fortalecer o diálogo inter-religioso formaram-se diferentes organizações ecumênicas. Entre essas organizações prepondera a premissa de fortalecimento como espaço de encontro, formação, formação, diálogo, cooperação, incidência pública e articulação, em relação a processos, dentro do universo ecumênico. Sentenciam as organizações ecumênicas o desenvolvimento de um trabalho voltado à promoção, garantia e defesa dos direitos humanos e, essencialmente, o reconhecimento do pluralismo e da diversidade de todos como criação de Deus.

No Brasil, as principais organizações ecumênicas são:

1. Coordenadoria Ecumênica de Serviço – CESE

Fundada em 13 de junho de 1973 na cidade de Salvador – Bahia, sua fundação contou com a participação da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil – CNBB, da Igreja Episcopal do Brasil, da Igreja Evangélica Pentecostal O Brasil para Cristo, da Igreja Metodista, da Missão Presbiteriana do Brasil Central e com o apoio do Conselho Mundial de Igrejas. A CESE tem como objetivo estudar, pesquisar, assistir, avaliar, promover e coordenar projetos destinados a promoção da vida integral do homem na sociedade nos moldes da fé cristã, sem discriminação social, econômica, religiosa ou racial²¹.

A Coordenadoria Ecumênica de Serviço foi criada com a missão de fortalecer organizações da sociedade civil, especialmente as populares, empenhadas nas lutas

²¹ Declaração Universal da ONU. **Edição Histórica da CESE Coordenadoria Ecumênica de Serviço**. Disponível em: <http://www.dhnet.org.br/direitos/deconu/textos/cese.htm>

por transformações políticas, econômicas e sociais que conduzam a estruturas em que prevaleça a democracia com justiça. Atualmente é composta pela Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil; Igreja Presbiteriana Independente do Brasil; Igreja Presbiteriana Unida do Brasil; Igreja Episcopal Anglicana do Brasil; Igreja Católica Apostólica Romana; CNBB; e Aliança de Batistas do Brasil.

O atendimento prioritário é feito a populações rurais e urbanas em âmbito nacional, que vivem diretamente as consequências da extrema desigualdade e estende-se também aos movimentos populares, associações, sindicatos, grupos de base, cooperativas, fóruns e articulações, organizações não-governamentais, organizações ecumênicas e setores de ação social de igrejas.

As estratégias de ação da CESE são: apoio a projetos de organizações populares, movimentos sociais, entidades do movimento ecumênico, redes e articulações, por meio de aporte financeiro através de vários programas; formação sobre temas diversos para organizações da sociedade civil, tais como gestão de projetos, comunicação, mobilização de recursos, defesa de direitos, entre outros; e diálogo e articulação com redes e fóruns estratégicos da sociedade civil, agências da cooperação internacional, movimentos sociais, Igrejas e entidades do movimento ecumênico, além dos setores empresariais e governamentais.

Os principais programas²² oferecidos focam em comunidades, territórios, crianças, mulheres e juventudes. Um exemplo disso é o Programa Produção Comunitária e Renda, que visa fortalecer empreendimentos produtivos qualificando sua gestão e ampliando a produção e venda de produtos da economia popular. Por meio do programa, a CESE apoiou, desde 2009, 41 empreendimentos em diversos municípios nos estados de Maranhão, Pernambuco, Ceará, Paraíba, Bahia, Minas Gerais e Mato Grosso. Esses empreendimentos envolvem mais de 3,6 mil pessoas, das quais 942 são mulheres.

Entre os projetos aprovados no ano de 2016, entre outros encontram-se:

- **Afirmação da entidade quilombola, organização e legalização da associação e comunidade quilombolas:** O objetivo desse projeto é o de promover a inserção social dos sócios: incentivar o progresso e o desenvolvimento de seus associados através de aperfeiçoamento técnico, visando melhorar o seu relacionamento e produtividade; legalizar a associação,

²² CESE. **PROGRAMAS**. Disponível em:

<https://www.cese.org.br/programas/programas-de-pequenos-projetos-ppp/o-programa/>

obter uma personalidade jurídica e garantir uma representação quilombola que possibilite o acesso à gestão de direitos territórios, sociais, educacionais e culturais; incentivar o combate a qualquer forma de violência contra crianças, jovens, mulheres e idosos; combater o racismo e lutar pela igualdade de oportunidade e justiça social.

- **Formação e readequação das normativas estatutária da associação de *Mumbuca*:** Com o objetivo de possibilitar à Associação e a comunidade uma maior compreensão sobre sua identidade negra e quilombola; ser uma Associação organizada, desenvolvendo seu papel de acordo com o seu estatuto; garantir uma representação quilombola que possibilite o acesso à gestão de direitos territórios, sociais, educacionais e culturais.
- **Negra-sendo:** Cujo objetivo é o de colaborar no fortalecimento da intervenção pública de mulheres negras, em diálogo com outras mulheres para a defesa de direitos humanos e de políticas públicas de promoção da igualdade de gênero, raça-etnia e diversidade sexual.
- **Negras da Amazônia brasileira compreendendo o estado e incidindo politicamente:** Seu objetivo visa contribuir para o fortalecimento da Rede FULANAS - Negras da Amazônia Brasileira- NAB, para que suas filiadas sejam capazes de se apropriar e replicar informações sobre o papel e funcionamento do Estado brasileiro - Executivo, Legislativo e Judiciário, nos níveis municipal, estadual e federal, e a importância da participação no mesmo para o processo de empoderamento político das mulheres negras amazônicas; Fortalecer as mulheres da Rede Fulanas Negras da Amazônia Brasileira; Garantir a participação de uma delegação APA (Amapá-Pará) na Marcha das Mulheres Negras a Brasília, em novembro de 2015 (M.M.Negras 2015).

Os princípios éticos que orientam a CESE são:

- Justiça – Busca fortalecer grupos e movimentos de maneira que se faça prevalecer a democracia com justiça na perspectiva dos direitos humanos.
- Democracia – Focando nos interesses e no bem comum;
- Transparência na gestão de recursos – Apresentando relatórios anuais de todo recurso levantado e das ações desenvolvidas;

- Participação popular na gestão pública – Incentivando a participação pública nas questões governamentais que possam atingir positiva ou negativamente a população brasileira;
- Equidade – Sem discriminação de raça, etnia, gênero, orientação sexual e credo religioso;
- Desenvolvimento socialmente justo e ambientalmente sustentável;
- Respeito à diversidade religiosa.

A CESE considera sua estratégia de atuação de suma importância por permitir que a organização amplie seu olhar, diversificando os campos de atuação e revisando prioridades. É uma forma de se manter sintonizada com as questões de interesse da sociedade brasileira.

A CESE se dispôs ao alcance das redes sociais, ampliando sua divulgação no Youtube por intermédio da realização de entrevistas e depoimentos de representantes de movimentos sociais. Compreende uma ferramenta estratégica de divulgação de suas atividades. Os objetivos da CESE junto as redes sociais são os de viabilização do impacto do trabalho da organização na vida de representantes das organizações apoiadas, estimular a doação, convocar para o envio de propostas para as chamadas públicas dos programas e projetos da CESE e fazer incidência política.

Desta forma, o trabalho da comunicação em redes visa fortalecer os movimentos populares, movimento ecumênico e a imagem institucional da Coordenadoria Ecumênica de Serviço.

A atuação no ciberespaço está concentrada na página oficial da CESE, <https://www.cese.org.br>, que contém informações sobre a organização, atuação, programas e projetos, notícias e um campo de doações. As redes sociais utilizadas estão informadas no site oficial, e são plataformas integradas: Facebook, Instagram, Youtube, Twitter e Flickr (TABELA 2)²³.

Tabela 2 – Redes sociais utilizadas pela Cese

REDE SOCIAL	SEGUIDORES
Facebook	13.325
Youtube	85
Twitter	642

²³ Os dados referentes ao número de seguidores foram colhidos em março de 2017.

Instagram	55
Flickr	

Fonte: Cese, 2017.

Através de curtidas e compartilhamentos das postagens que o apoio público se expressa, revelando ainda, o envolvimento da audiência e um sentimento de identificação. O Facebook é a rede social de maior alcance da CESE, apresentando uma média de 12.491 curtidas em suas postagens. Quanto aos seguidores da página, os Estados do Norte e Nordeste representam a parcela mais expressiva compreendendo 85% do total seguidores, tendo maior expressividade também junto as capitas de São Paulo com 8% dos seguidores e Rio de Janeiro com 7%.

2. Conselho Nacional das Igrejas Cristãs do Brasil – CONIC

Considerada a mais importante organização ecumênica do Brasil o CONIC é uma associação brasileira de Igrejas cristãs reunidas em busca do serviço a Deus, à confissão de fé comum e ao compromisso missionário, visando aumentar a comunhão cristã e o testemunho do Evangelho no Brasil. As Igrejas-membro assumem o compromisso ecumênico de testemunhar a unidade em Cristo, respeitando a identidade de cada Igreja particular (CORREA, 1988, p.30).

Fundado em Porto Alegre, no estado do Rio Grande do Sul, no ano de 1982, sua criação resultou de prolongado processo de articulação entre as igrejas Católica Apostólica Romana, Evangélica de Confissão Luterana no Brasil, Episcopal Anglicana do Brasil e Metodista.

Atualmente o CONIC encontra-se sediada em Brasília, no Distrito Federal e mantém entre seus objetivos a promoção das relações ecumênicas entre as igrejas e o fortalecimento do testemunho conjunto das igrejas-membro na defesa dos Direitos Humanos. As igrejas membros do CONIC são:

- Igreja Católica Apostólica Romana – ICAR
- Igreja Episcopal Anglicana do Brasil – IEAB
- Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil – IECLB
- Igreja Sirian Ortodoxa de Antioquia – ISOA
- Igreja Presbiteriana Unida – IPU

O CONIC tem como missão fortalecer o testemunho ecumênico das Igrejas-membro, fomentar o diálogo inter-religioso e promover a interlocução com

organizações da sociedade civil e governo para a incidência pública em favor de políticas que promovam a justiça e a paz.

A visão do CONIC é ser um organismo com um maior número de Igrejas-membro, comprometidas com o ecumenismo no Brasil, fortalecido em sua dinâmica regional, reconhecido pelas Igrejas, organismos ecumênicos, movimentos sociais, agências parceiras e governo brasileiro como interlocutor que contribui para a promoção da justiça e da paz. O CONIC está presente nas seguintes regionais: Espírito Santo, Mato Grosso, Minas Gerais, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte e Rio Grande do Sul.

Seus valores compreendem: ecumenismo, diálogo inter-religioso, promoção e defesa dos direitos humanos e promoção de uma cultura de paz.

Compreendendo a importância do ciberespaço na atualidade, o CONIC mantém canais abertos junto as redes sociais Facebook, Twitter e Youtube, além de seu informativo trimestral de distribuição eletrônica disponibilizado em sua página oficial na internet.

Segundo dados da própria associação, as notícias relacionadas a eventos publicadas em seu site apresentam em média um total de 18.600 acessos e menção em diferentes textos da internet em um total de 22.000 vezes.

A Assessoria de Comunicação do CONIC apresentou um relatório apontando a visibilidade da Associação junto as redes sociais para os anos de 2015 e 2016, conforme apresentado na tabela 3:

Tabela 3 – Visualizações da Conic nas redes sociais.

ANO	VISUALIZAÇÕES	HORÁRIO	SISTEMA OPERACIONAL			
2015	900.000	Entre 15 e 22 horas	91,2% Windows	3,9 % Linux	1,4 % IOS	
2016	1,3 milhões		62% Google Chrome	27,9% Internet Explore	4,2% Firefox	1,4% Safari

Fonte: Assessoria de Comunicação CONIC, 2017.

O referido relatório aponta ainda que entre os países que mais acessaram as redes sociais e a página oficial da CONIC no período analisado foram, em ordem decrescente, contudo não foram encontrados dados quanto ao número de acessos por país:

- China;
- Estados Unidos;

- Rússia;
- Colômbia;
- Alemanha;
- Brasil.

A Assessoria de Comunicação da CONIC tem se engajado na divulgação através das publicações virtuais como estratégia de fortalecimento do movimento ecumênico levando a diferentes comunidades a experiência de sua missão.

3. Centro Ecumênico de Serviços à Evangelização e Educação – CESEEP

O Centro Ecumênico de Serviços à Evangelização e Educação Popular é um centro latino-americano e ecumênico de formação popular, fundado em 1982, com o objetivo de prestar serviços às lideranças de movimentos sociais e comunidades das diferentes Igrejas cristãs em seus trabalhos pastorais e de promoção humana. Com sede em São Paulo, seu âmbito de atuação estende-se a toda a América Latina e ao Caribe.

Idealizado por um grupo formado por bispos, pastores, biblistas e cientistas sociais e inspirado na proposta de Educação Popular desenvolvida pelo educador Paulo Freire, desde sua formação coloca-se a serviço dos movimentos populares, das pastorais sociais e das comunidades e igrejas no acompanhamento de seus trabalhos.

Através de cursos específicos e com duração diferenciada, desenvolveu diversos programas de formação cuja proposta metodológica compreende, além da orientação ecumênica, duas dimensões: a popular e a latino-americana e caribenha. Os cursos oferecidos pelo CESEEP podem ser presenciais ou a distância e entre eles, oferece o curso destinado as redes digitais com o objetivo de tecer relações, construir comunidades e exercer a cidadania.

O curso aborda, de maneira crítica e propositiva, o mundo das redes sociais e de suas virtualidades pessoais, políticas, sociais e religiosas, com ênfase no impacto que provoca nos jovens e na apropriação que esses fazem das redes. Além disso, destaca os pontos de aproximação entre a dinâmica das redes sociais, a prática da educação popular e a vivência religiosa.

Esta é uma alternativa que o CESEEP preparou para a formação de lideranças dos movimentos populares, CEBs, Pastorais sociais e de outras pessoas comprometidas com a aquisição de novos conhecimentos, aprofundamento de sua fé

e maior capacitação para sua atuação pedagógica, profissional, eclesial e de militância social, política ou cultural.

4. Rede Ecumênica da Juventude – REJU

Criada em 2007, pelo Fórum Ecumênico Brasil (FE Brasil), a REJU²⁴ é uma articulação de organizações ecumênicas, comunidades religiosas e movimentos sociais em prol da promoção dos direitos humanos, econômicos, sociais, culturais e ambientais.

Surgiu com a perspectiva de ser um espaço que favorecesse a construção de redes regionais ecumênicas das juventudes, para a promoção dos direitos juvenis e o diálogo contra a intolerância reunindo jovens representantes de diferentes localidades, movimentos, religiões e entidades, tendo em vista que essa parcela da população sofre inúmeras violações de direitos.

A rede possui, desde sua proposta inicial o objetivo do: fortalecimento político das ações das juventudes; o apoio e intercâmbio para a garantia de direitos das juventudes; estimular a capacitação e articulação das juventudes para que ocupem espaços de protagonismo em meio à institucionalidade governamental e não-governamental; ser um organismo de debate e reflexão sobre a violação e superação dos direitos da juventude.

Por meio de reuniões virtuais os jovens organizam estratégias de comunicação e reuniões virtuais que têm uma periodicidade determinada e é realizada entre o facilitador nacional e os facilitadores regionais. A pauta é decidida coletivamente e para que a REJU tivesse assessoria de conteúdos criou-se um grupo voluntário de cientistas sociais, teólogos e filósofos e jovens. O papel desse grupo é alimentar os processos formativos e cooperar com a elaboração de documentos propostos pelos jovens.

Neste processo a REJU realizou seis Jornadas Ecumênicas regionais – quatro delas apenas de juventude. Está articulada em quatro regiões no País (Sudeste, Nordeste, Sul e Centro-Oeste). Agrega diretamente um conjunto de 500 jovens dessas regiões. Realizou um curso de formação de lideranças jovens para promoção de direitos de juventude, com a participação de 32 jovens das quatro regiões. Realizou

²⁴ Dados extraídos do site oficial da REJU, disponível em: <http://reju.org.br/>

uma ação nacional para indicar ao governo federal propostas de superação da violência, a partir das ações realizadas pela juventude.

A REJU utiliza as redes sociais para a divulgação de seu trabalho como: Facebook, Twitter e Youtube.

5. Presença Ecumênica e Serviço – KOINONIA

É uma organização ecumênica²⁵, fundada em 1994, por ex participantes do Centro Ecumênico de Documentação e Informação (CEDI), instituição que funcionou entre os anos 1974 e 1994. A criação da nova entidade teve como marco sua Assembleia de Associados, composta militantes históricos²⁶ da luta pela democracia e afirmação dos valores do Movimento Ecumênico no Brasil. O objetivo da nova organização, em continuidade com a tradição ecumênica, foi inicialmente prestar serviços às comunidades religiosas, ao movimento social e às igrejas.

Os primeiros anos de existência foram dedicados ao estabelecimento da instituição, implementação de projetos inovadores e desenvolvimento de novas metodologias de trabalho junto aos seus públicos de interesse. Ainda no fim da década de 1990, KOINONIA se consolida e já assume papel de destaque entre as organizações ecumênicas do Brasil, fortalecendo suas intervenções nos campos da promoção de direitos e justiça socioambientais, formação de educadores populares, busca de condições de vida dignas para populações histórica e culturalmente vulneráveis, ação emergencial diante de reveses climáticos, bem como na reflexão teológica e na comunicação alternativa.

No início dos anos 2000, KOINONIA buscou aperfeiçoar o seu desenvolvimento institucional. Para isso, as estratégias principais foram duas e complementares: no campo social, se dedicou ao aumento dos serviços prestados aos setores populares e à ampliação das alianças institucionais e com os movimentos sociais; especificamente no campo ecumênico, buscou visibilizar a contribuição ecumênica (nacional e internacional) à sociedade brasileira.

Desde então tem realizado ações educativas e de promoção de direitos humanos de populações vulnerabilizadas no Vale do Paraíba, em São Paulo, no estado do Rio de Janeiro, e nos estados nordestinos de Alagoas, Bahia e Pernambuco. Também vem trabalhando junto a comunidades negras tradicionais

²⁵ Dados extraídos do site oficial da KOINONIA, disponível em: <http://koinonia.org.br/>

²⁶ *Ibidem*.

urbanas e rurais, camponeses da pequena agricultura familiar, juventudes urbanas e rurais, e grupos religiosos e eclesiais.

Essas ações educativas, em especial, com jovens, mais recentemente têm identificado meios para a superação de violações de direitos e das intolerâncias. Neste sentido, destaca-se o trabalho de estímulo a interações entre as comunidades religiosas jovens do Candomblé, da Bahia, e comunidades religiosas cristãs, em todo Brasil, em especial por meio de Jornadas Ecumênicas.

A partir da década de 2010, busca consolidar linhas de ação estratégicas em diálogo com metas como a produção de conhecimento na área da ciência da religião; a articulação política no âmbito do Fórum ecumênico do Brasil, Religiões por Direitos e da presença ecumênica nos Fóruns Sociais Mundiais; Realização de campanhas nacionais de defesa de direitos; e reconstrução da memória do movimento ecumênico na luta pela democracia durante a ditadura civil-militar no Brasil.

Os canais de comunicação virtuais utilizados pela KOINONIA são: Facebook, Twitter, Youtube e o Tumblr.

Embora o Brasil conte com outras organizações ecumênicas e que estas organizações também tenham em comum a idealização de diálogo, cooperação e justiça, fundamentadas em um discurso preocupado com a ética social, a escolha das organizações apresentadas se deu em virtude de serem as mais expressivas e atuantes no Brasil e também por serem as instituições que melhor fazem uso das mídias sociais e do ciberespaço.

2 ECUMENISMO E O CIBERESPAÇO

A interação social no ciberespaço ocorre de maneira muito particular visto ser uma interação mediada pelo computador. Neste sentido, descreve Primo:

Existem unicamente duas formas de interação neste contexto: a interação mútua e a interação reativa. Estas formas distinguem-se pelo relacionamento mantido entre os agentes envolvidos, sendo a interação mútua caracterizada por relações independentes e processos de negociação, e a interação reativa limitada por relações determinísticas de estímulo e resposta. Além disso, a interação pode migrar entre diversas plataformas utilizadas pelos indivíduos ou grupos (PRIMO, 2003, p.61).

Explica Jameson (2002, p. 63) que pessoas que fazem parte de um determinado grupo virtual podem estar conectadas a outros grupos ou sistemas virtuais simultaneamente. Essa interação, segue o autor, configura um movimento coletivo que promove a abertura de um novo espaço comunicacional.

Esse novo espaço comunicacional, por sua vez, permite explorar as potencialidades que oferta tanto nos planos econômico e político, quanto nos planos cultural e humano. Conforme o ciberespaço amplia-se, mais se torna universal sem totalidade, não possuindo nem centro, nem linha diretriz (PRIMO, 2003, p.62).

Aponta Ramal que:

Nesse novo meio de comunicação online, espaço e tempo anulam-se e propiciam a constante troca de informações, ocorrendo uma transformação “na percepção do tempo e na percepção da dinâmica cronológica” (RAMAL, 2002, p. 81).

Com o surgimento do ciberespaço, o tempo deixou de ser linear e passou a ser fragmentado. Já não existe um limite quando se tem início e fim da linha do tempo. As fronteiras geográficas já não compõem mais o espaço uma vez que a rede torna tudo acessível, movimentando tudo nesta estrutura reticular ao encontro da lógica das redes (LEMOS, 2007, p. 293).

Para Ramal (2002, p. 81) não se pode negar que a revolução cibernética-tecnológica afeta os mais diversos tópicos da vida cotidiana. A inserção de contextos virtuais como os grupos eletrônicos de amizade possibilitou ao homem navegar pelo mundo transformando o presente cada vez em uma aldeia global, entretanto, foi com o surgimento da rede digital e do ciberespaço, que foi explicitada a possibilidade de virtualização e o virtual passou a ser um traço inquestionável nas práticas sociais.

Afirma Castells que:

O espaço cibernético intensificou transformações sociais nos mais diversos campos da atividade humana, originando uma sociedade em rede. Ocorreram importantes alterações socioculturais e políticas que atingiram as principais mídias em decorrência do aceleração dos meios de comunicação e de informação. Com o ciberespaço constituiu-se um novo espaço de sociabilidade que é não-presencial e que possui impactos importantes na produção de valor, nos conceitos éticos e morais e nas relações humanas (CASTELLS, 2000, p. 498).

As redes cibernéticas são estruturas capazes de se expandir ilimitadamente, integrando novos elos que consigam se comunicar na rede através do compartilhamento de códigos semelhantes. Esta capacidade é muito importante para movimentos de redes sociais que possuem os mesmos interesses, pois possibilita a eles a formação de identidades coletivas e grupos de consenso (SILVEIRA, 2000, p. 86).

Desta forma, é possível concluir que o ciberespaço é um dispositivo interativo, comunitário que se afigura a um espaço do saber. É uma ferramenta móvel de interação do conhecimento com os conhecedores, que se organiza de forma a valorizar os laços sociais. Mais além de um espaço de encontro, o ciberespaço converte-se em um espaço de trocas de pluralidades de competências e qualidades individuais que se fundem com o coletivo. É um equipamento de renovação das relações sociais que permite a constituição de uma nova forma de identificação concorrendo para a edificação de hodiernos formatos de democracia, mais moldadas a complexidade social contemporânea.

A relação do ciberespaço com o ecumenismo é explicada por Gurtwirth (1988, *apud* Campos, 2008, p. 41) ao apontar que sendo um veículo de informação de elevado potencial não poderia ficar sem ser utilizado para se levar o Evangelho a todo

o mundo. O autor relata que muitos grupos ecumênicos que utilizam avidamente essa moderna tecnologia de comunicação para fins de evangelização.

Na opinião de Borelli (2010, p.16) as novas formas de comunicação estabelecidas pelo ciberespaço apontam para uma forma diferenciada de interação entre líderes religiosos e seus fiéis, configurando mudanças estratégicas no modo de ação no campo religioso.

Para Fausto Neto é possível analisar esse novo contexto das religiosidades, no qual as organizações religiosas fortalecem e expandem seu espaço, como forma de se criar uma nova identidade e maneira de se relacionar com seus fiéis:

É na esfera dos processos de comunicação, na lógica dos ciberespaços, que as instituições religiosas definem seus lugares, constituem suas identidades, e suas relações com seu "outro", seja outra instituição ou o mundo dos fiéis (FAUSTO NETO, 2001, p.13).

As mudanças no cenário religioso com sua inserção no ciberespaço, são formas de adaptação frente a uma sociedade que não é estática. Caracteriza-se como uma das formas da religião se expressar no espaço público contemporâneo (MARIZ, 2003, p.345).

A apropriação dos recursos cibernéticos, pelas diversas denominações religiosas, pode ser entendido como um meio de propagar interesses, difundir valores, conquistar novos adeptos, e, sobretudo, como uma forma de se legitimarem (FAUSTO NETO, 2001, p.13).

Para Berger existe uma relação significativa entre o ciberespaço e a religião:

A religião se legitima de modo eficaz ao se relacionar com a realidade suprema utilizando as construções erguidas pelas sociedades empíricas. No ciberespaço, as tênues realidades do mundo social se fundem no sagrado *realissimum* que está além da atividade humana (BERGER, 1985, p.45).

Podendo ser entendida como parte de uma cultura que é dinâmica, o cenário ecumênico ganhou uma nova configuração e novas formas de permanecer na sociedade, utilizando o ciberespaço para reforçar sua prática institucional

desenvolvendo, assim, o chamado *Marketing* Ideológico, cujo esforço se concentra em uma pregação propriamente dita e inerente às entidades sem fins lucrativos: cívicas, assistenciais, culturais, políticas e religiosas (VAZ, 2000, p. 352).

Explicam Pringle e Thompson (2000, p. 3) que as pessoas estão questionando mais o papel das organizações na sociedade e procuram o comprometimento com as questões sociais. Neste sentido, os movimentos ecumênicos ao utilizarem o ciberespaço aproveitam esse novo mecanismo como instrumento estratégico de *marketing* disponibilizando seu posicionamento frente as questões sociais.

As redes sociais na Internet tornaram-se um fenômeno importante nos mais diversos aspectos da sociedade atual. As redes sociais agregam pessoas que possuem relacionamentos ou compartilhem interesses comuns, permitindo que essas pessoas se comuniquem, troquem informações das mais diversas formas, como, por exemplo, fotos e imagens, e mantenham-se interconectadas. As diversas redes sociais existentes, tais como Facebook, Twitter, LinkedIn, MySpace, e outras, reúnem milhares de pessoas. Apenas o Facebook considerada a principal rede social da atualidade possui quase 700 milhões de usuários, sendo o Brasil um dos países em que mais cresce o número de usuários nessa rede, já possuindo mais de 19 milhões de usuários (ROGERS, 2011).

2.1 ESTUDO DE CASO CESE

Antepôs-se a Coordenadoria Ecumênica de Serviço – CESE como objeto de estudo por se tratar de uma das entidades ecumênicas de maior expressão no Brasil. Com mais de quarenta anos de existência, a CESE trabalha incessantemente pela luta da garantia de direito para todos, buscando uma sociedade mais justa.

O apoio da organização a movimentos sociais populares, associações, sindicatos, grupos de base, cooperativas, fóruns e articulações, organizações não governamentais, organizações ecumênicas, setores de diaconia e ação social das igrejas intensifica a busca pela transformação social.

Uma entidade ecumênica sem fins lucrativos e que busca cumprir sua missão intermediando recursos financeiros e promovendo espaços de diálogo, articulação e formação, a CESE já apoiou mais de 10 mil projetos de organizações populares, melhorando a qualidade de vida de aproximadamente 9,5 milhões de pessoas.

Compreendendo que as redes sociais fazem parte do vocabulário da crescente dinâmica relacional da sociedade contemporânea, a CESE mantém os canais ofertados pelo ciberespaço como ferramenta de interação com seus membros, organizações envolvidas com sua causa e a sociedade em geral.

A CESE é uma ONG de muita credibilidade e que dispõe do apoio de várias organizações e agências internacionais como: *BROT FÜR DIE* (Pão para o mundo), Fundação *Appleton*, Fundação Ford, União Europeia (UE), *Terre des Hommes Schweiz (TdH)*, HEKS (Agência de Desenvolvimento das Igrejas Protestantes da Suíça), ICCO *Cooperation* (Organização Inter eclesial para a Cooperação e Desenvolvimento), *MISEREOR* (Agência de Desenvolvimento das Igrejas Católicas Alemãs), *Wilde Ganzen* (Gansos Selvagens).

A CESE possui contas no Facebook, Twitter, Youtube, Flickr e Instagram, além do site oficial da entidade que apresenta notícias, eventos e relatórios de suas atividades de forma aberta, podendo ser visualizado por qualquer pessoa. As redes sociais mais acessadas da CESE são o Facebook, Instagram e Youtube, conforme se apresenta nas tabelas 4 e 5 dados relativos a uma média mensal.

Tabela 4 – Média mensal de acessos de redes sociais da Cese

REDE SOCIAL	CURTIDAS	SEGUIDORES
Facebook	13.742	13.687
Instagram	70	94

Fonte: adaptado da Cese, 2016.

Em seu canal do Youtube a CESE conta com 104 seguidores e 27.376 visualizações, sendo que as publicações em formato de vídeo com maior número de visualizações são:

Tabela 5 – Vídeos da Cese mais visualizados no Youtube

PUBLICAÇÃO	VISUALIZAÇÃO
Música e Direitos humanos 1ª Edição	262
TV CESE	222
Música e Direitos humanos 2ª Edição	189
REDE de Amigos	180
Estado Laico: O Olhar Feminista de Ivone Gebara	48

Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil	30
---	-----------

Fonte: adaptado de Cese, 2016.

Ainda, conforme apresentado no relatório anual de 2016 da CESE, apresentam-se os maiores seguidores dos canais cibernéticos da entidade por país (tabela 6).

Tabela 6 – Seguidores da Cese por país

PAÍS	SEGUIDORES
Brasil	12.130
Estados Unidos da América	4.300
Argentina	36.000
Peru	22.000
Colômbia	19.000

Fonte: adaptado de Cese, 2016.

As páginas do Facebook e os canais do Youtube da CESE funcionam como um espaço de discussão e debates entre seus seguidores, os assuntos que animam estes debates são, via de regra, de ordem teológica e giram em torno de alguma polêmica envolvendo pontos de vistas relacionados a princípios doutrinários.

Entretanto esses espaços apesar de gerenciados pela CESE, não apresentam nenhuma mediação por sua parte nos debates desenvolvidos por seus seguidores além da exclusão dos comentários ofensivos ou alheios aos princípios e finalidades do CESE. Esses espaços também atuam como ferramenta de informação e divulgação dos trabalhos desenvolvidos pela CESE.

A CESE justifica que sua participação no ciberespaço através de seu site oficial e suas redes sociais vislumbra uma perspectiva de mobilização de seu trabalho e de recursos, sendo esta estratégia de grande valia para o intercâmbio, o diálogo e a aprendizagem compartilhada. Esta sinergia contribui para a elaboração de iniciativas e o desenvolvimento de programas que solidificam cada vez o caráter social da CESE.

CAPÍTULO 3

Neste capítulo serão abordados os temas relativos ao uso do ciberespaço, da promoção do diálogo e do ecumenismo, buscando compreender de que maneira estes elementos se relacionam, analisando o facebook como instrumento de interação, mais precisamente à Coordenadoria Ecumênica de Serviço – CESE, e do impacto e da relevância do ciberespaço para o ecumenismo. Compreendendo as páginas oficiais hospedadas na internet como ciberespaço, iniciamos o capítulo apresentando o site da CESE. Busca-se, ainda, desenvolver uma proposta de utilização do ciberespaço em função da promoção do diálogo.

1 CIBERESPAÇO, UM LOCAL DE INTERAÇÃO DA CESE

No primeiro capítulo deste trabalho se apresentou o processo de comunicação da Coordenadoria Ecumênica de Serviço – CESE. No referido tópico realizamos uma análise de como a CESE interage no ciberespaço, denotando a utilização de redes sociais como o Facebook, o Twitter e o Youtube, além de seu próprio site.

Faremos agora uma análise da atuação da CESE no ciberespaço, buscando compreender de que maneira ela trata as temáticas ecumênicas e sociais neste ambiente.

Na primeira análise, buscamos observar o site da CESE, verificando de que maneira apresentam suas propostas e o desenvolvimento de seu trabalho (FIGURA 3).



Fonte: Cese, 2017.

A CESE utiliza seu site para apresentar o histórico da instituição, os programas que desenvolvem e os projetos que apoiam, além de exibir os ícones das redes sociais em que fazem parte.

Fundamentando-se no exposto por Santaella (2003, p. 89) ao apontar que a utilização do ciberespaço permite aos seus usuários a representação e interação de suas atividades, consideramos que o site da CESE atende as propostas que este mecanismo oferece.

Segundo Aguiar (2007, p.2) as redes sociais desenvolvidas no ciberespaço são, antes de tudo, uma relação entre pessoas, estejam elas atuando em causa própria, em defesa de outrem ou em nome de uma organização.

Figura 4 – Fotolegendas dos projetos e programas da Cese



Fonte: Cese, 2017.

A figura 4, apresentada acima e exposta no site da CESE, é um resumo dos programas desenvolvidos e dos projetos por ela apoiados. Aguiar (2007, p.2) descreve que a utilização do ciberespaço compreende uma forma de interação que sempre visa algum tipo de mudança concreta na vida das pessoas, seja no coletivo ou em organizações participantes. Desta forma, nossa análise é a de que a CESE utiliza de forma positiva sua apresentação cibernética.

Ainda citando Aguiar (2007, p.4), em sua análise sobre o papel do ciberespaço nas relações sociais institucionais, a autora aponta que nesse ambiente é preciso que se englobe todos os movimentos relacionados as questões sociais, econômicas e jurídicas decorrentes da ação organizacional.

Neste sentido a CESE utiliza seu sítio na *web* de forma satisfatória, usufruindo desse espaço para apresentar tudo que apresenta relevância à dimensão de seu trabalho. A figura 5 apresenta o número de projetos apoiados pela CESE em todo país, por região.

Figura 5 – Atuação da Cese no Brasil



Fonte: Cese, 2017.

Outra dinâmica apresentada no site da CESE são as notícias relacionadas a importantes acontecimentos no Brasil (figura 6). Este tipo de comunicação, embora não faça parte da estratégia da maioria das organizações não governamentais ou de *web journalism*, quando bem elaboradas beneficia a instituição como um todo.

Conforme esclarece Matayoshi (2006, p. 40), a utilização institucional de espaços em seus *websites* para a publicação de notícias que envolvam a opinião pública frente a acontecimentos importantes no país, ainda que não estejam relacionadas a sua causa, acabam por legitimar esta, prestando contas à sociedade e conquistando credibilidade frente a seus doadores, parceiros, voluntários e beneficiários. São ações que abrem o caminho para o diálogo mais efetivo.

Figura 6 – Notícias relacionadas ao Brasil divulgadas pela Cese

NOTÍCIAS



DEBATE SOBRE CONJUNTURA DE RETROCESSOS EM DIREITOS MARCA O LANÇAMENTO DO PROJETO SOCIEDADE CIVIL CONSTRUINDO A RESISTÊNCIA DEMOCRÁTICA

Foi lançado, nesta terça-feira (27), na sede da Fundação SOS Mata Atlântica, o Projeto Sociedade Civil Construindo a Resistência Democrática. A iniciativa, que será executada



MINERAÇÃO: CONTAMINAÇÃO E VIOLAÇÕES DE DIREITOS FINANCIADOS COM DINHEIRO PÚBLICO

O Brasil vive uma profunda crise fiscal e econômica, que tem gerado um grave retrocesso político social no país, com cortes no orçamento de diversas ...

Leia mais >>

Ainda, no fechamento da primeira página de seu website a CESE apresenta seus principais colaboradores, campo para recebimento de *newsletter* e os tópicos que direcionam às próximas páginas do site (FIGURA 7).

Também divulgam seus demais espaços nas mídias cibernéticas como o Facebook e o Youtube (FIGURA 8).

Figura 7 – Fechamento da primeira página da Cese



Fonte: Cese, 2017.

Figura 8 – Divulgação das redes sociais da Cese



Fonte: Cese, 2017.

A segunda análise que realizamos compreende a rede social Facebook, utilizada pela CESE.

Conforme conceitua Recuero (2009, p. 94) o Facebook é uma rede social que faz parte de um sistema de redes de filiação informatizadas que se iniciam a partir de grupos de conhecimento e convívios sociais pré-existentes e que se expandem por interesses mútuos, abrindo espaço para novos seguidores.

Para Domeneghetti (2006, p. 40) redes sociais como o Facebook são responsáveis pelo surgimento das mais diversificadas comunidades. Estas comunidades, segue o autor, angariam seguidores que convidam outros a seguir também e quanto mais adeptos atingem, mais se fortalecem, formando o chamado “marketing” digital.

Reporta Domeneghetti:

Comunidades não são construídas, elas se autoconstróem. Mas podem ser potencializadas e incentivadas. O interesse e vontade (aceitação) das pessoas é mais forte que qualquer processo formal de agrupamento. No mundo virtual, ganha o jogo aquele que entender que o papel do gerenciador de comunidades é criar condições para que elas se desenvolvam, dando ferramentas, feedback, alimento para seu progresso (DOMENEGHETTI, 2006, p.40).

No Facebook é possível perceber que diariamente diversos grupos sociais se estabelecem formando uma cultura que, emergente deste universo, entrelaça indivíduos alimentando a ideia de colaboração e coletividade (CAPRA, 2008, p.23).

Observamos a apresentação da página da CESE no Facebook, denominada página inicial, conforme apresenta a figura 9.

Figura 9 – Página inicial da Cese no Facebook



Fonte: Cese/Facebook, 2017.

O Facebook possui um padrão próprio para o desenvolvimento dessas páginas, em que o gerenciador do denominado “perfil”, as alimenta com as informações que achar pertinente. A CESE utiliza seu perfil para divulgar seu trabalho, seu campo de atuação e também para angariar doadores voluntários. O ícone doar apresentado na figura acima não é um espaço vinculado ao Facebook, ele se configura em um atalho para o website da CESE, conforme apresenta o esquema na figura 10:

Figura 10 – Esquema para realizar doação à Cese



Fonte: adaptado pela pesquisadora do Facebook/website da Cese, 2017.

Os perfis organizacionais e as comunidades criados no Facebook possuem um espaço específico para determinando público, agregando interesses comuns e possuindo a capacidade de integrar comunicação e conteúdo, maximizando relações. O Facebook proporciona ferramentas para uma comunicação direta com os seguidores permitindo que dúvidas sejam sanadas e que a credibilidade das informações seja avaliada, com o chat, chamado no Facebook de *messenger*, conforme a figura 11.

Figura 11 – Sistema de mensagem do perfil da Cese no Facebook



Fonte: Cese/Facebook, 2017.

Esta ferramenta viabiliza o contato dos seguidores da CESE, aproximando-os da organização e permitindo que acompanhem de forma mais direta todas as suas ações. Neste sentido, Mattos (2009, p.23) explica que os benefícios desse tipo de participação, ativa, são vários como expor a organização em um ambiente digital de grande audiência, conhecer a opinião de seus seguidores, angariar colaboradores e antecipar seus projetos.

Outro mecanismo importante disponibilizado no Facebook é o sistema de avaliação que possibilita ao gerenciador do perfil mensurar o desempenho da página. Descreve Fernandes (2002, p. 48) que sistemas de avaliação de desempenho organizacional são fundamentais, uma vez que possibilitam o acompanhamento contínuo dos resultados de seus programas. O autor aponta, ainda, que é um veículo para a credibilidade, especialmente para organizações privadas sem fins lucrativos e que prestam serviço público.

Explica Drucker que:

Acreditar que tudo aquilo que fazemos, é uma causa moral, que deve ser perseguida haja ou não resultados, é uma tentação perene de instituições sem fins lucrativos. Porém, mesmo que a causa seja moral, é melhor a maneira pela qual ela é perseguida produza resultados (DRUCKER, 1990, p.48).

Desta forma, apresentamos a figura 12 que demonstra o sistema de avaliação disponibilizado pelo Facebook:

Figura 12 – Avaliação da Cese em sua página no Facebook

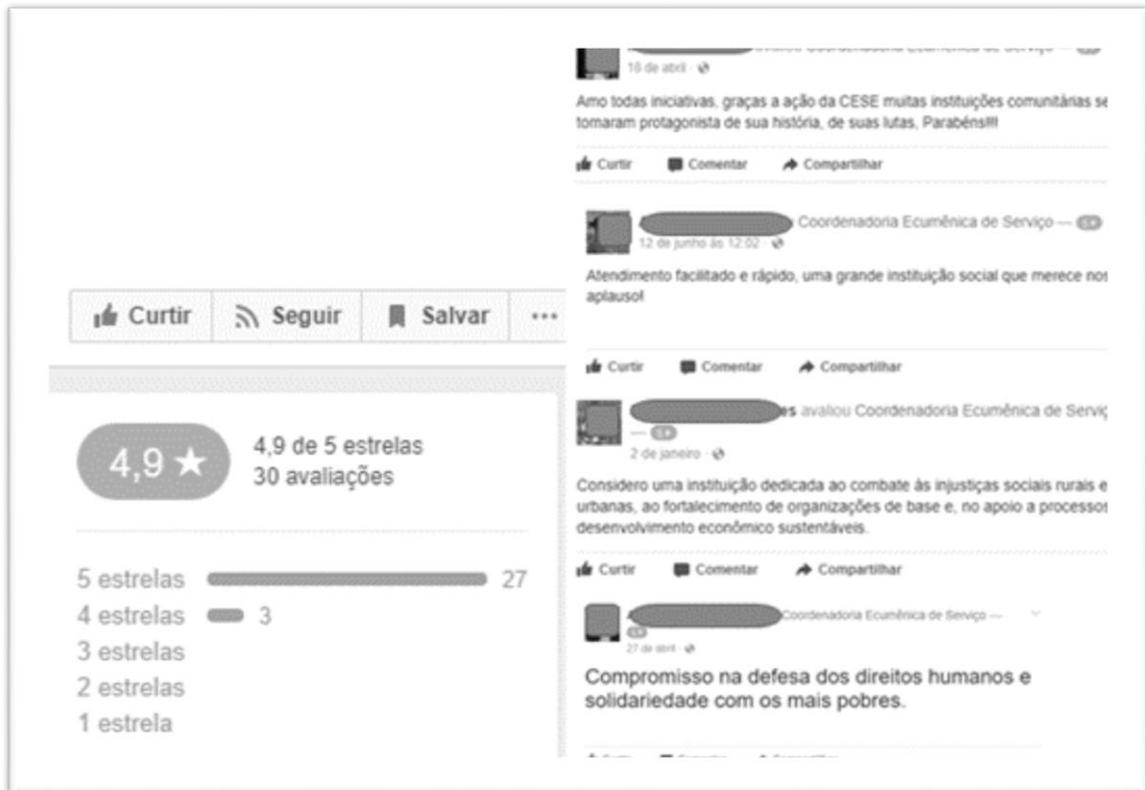


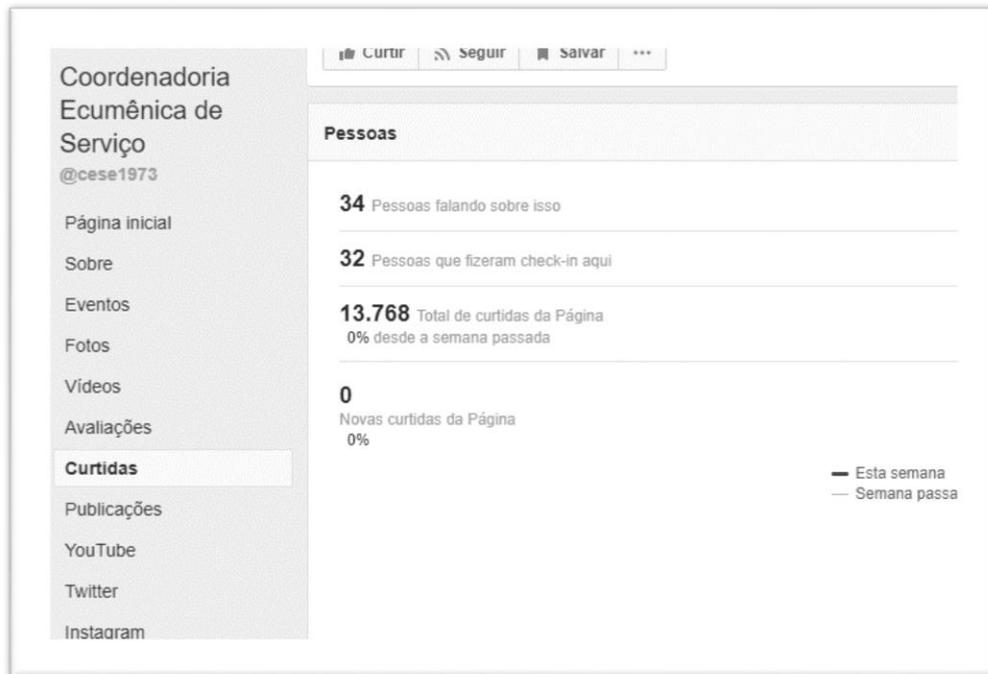
FIGURA 12 – AVALIAÇÃO DA CESE EM SEU PERFIL NO FACEBOOK. FONTE – CESE/FACEBOOK, 2017.

Outra ferramenta bastante utilizada para mensurar a imagem organizacional é o *feedback*, termo usado para conceber um parecer sobre um grupo ou uma pessoa.

Conforme Pontes (2005, p. 35) o *feedback* é um instrumento que exprime o retorno do trabalho desenvolvido, uma forma de comunicação que deve sempre ser vista de forma construtiva e acompanhada periodicamente.

No Facebook esse dispositivo pode ser visto de outra forma, através do ícone “curtidas” (figura 13), pois esse procedimento permite ao gerenciador do perfil avaliar o desempenho da página e de suas publicações.

Figura 13 – Feedback da Cese no Facebook



Fonte: Cese/Facebook, 2017.

A partir da análise do website e do perfil no Facebook utilizados pela CESE, observamos que ela se utiliza do ciberespaço para divulgação do seu trabalho e propagação de seu nome de forma positiva e utilizando uma correta metodologia, aqui embasada nos diversos autores mencionados.

Diante disso, concluímos que o ciberespaço e as redes sociais nele inseridas, como o Facebook, caracterizam um importante mecanismo de comunicação.

1.1 FACEBOOK COMO INSTRUMENTO DE INTERAÇÃO

Em 2004 o americano, então estudante da Universidade de Harvard, Mark Zuckerberg criou o Facebook cuja finalidade inicial era o de ser uma rede social de interação entre alunos da faculdade com o objetivo de estreitar as relações entre os estudantes. Zuckerberg ao criar o facebook buscava uma forma de aproximar estudantes do país todo pensando na mudança que o ingresso às universidades provoca na vida destes jovens (RECUERO, 2009, p171).

Para que se compreenda a proposta do Facebook é preciso antes compreender que são redes sociais que, conforme descreve Boyd (2007, p.45) podem ser definidas como serviços baseados na web que permitem a criação e manutenção de um perfil

público no interior de um sistema com configuração e estrutura dinâmicas pré-estabelecidas que possibilitam a interação com outros perfis.

Explica Recuero (2009, p.172) que as redes sociais oferecem variadas ferramentas que possibilitam os mais diversos recursos como fazer novas amizades, manter contato com amigos, divulgação de informações pessoais e profissionais, atualização de novos debates e propagandas, são alguns exemplos desses recursos,

As redes sociais ganharam destaque em 2004 com o surgimento do Orkut, do Flickr e do Facebook. A primeira rede social acessada pelos brasileiros foi o Orkut que durante quatro anos foi a mais utilizada no Brasil se tornando responsável pela popularização das mídias sociais no espaço digital e que a partir de dezembro de 2011 perdeu o título para o Facebook (FETTERMANN, 2012, p.41).

A ideia conquistou o mundo e o Facebook se tornou a principal rede social, porém apesar de sua abertura a públicos cada vez mais amplos sua finalidade original foi preservada, mantendo sua função de compartilhar informações de forma simples e eficiente. A facilidade de acesso, o manuseio simples e a mobilidade são características que ajudaram a popularizar esta rede social (OMENA e JORGE, 2015, p.15).

Para Castells (2008, p. 445) a internet contribui para a expansão dos vínculos sociais através da criação de comunidades virtuais e, neste sentido, o Facebook tem como pressuposto básico a possibilidade de se trocar informações de forma interativa em que indivíduos contribuem de maneira ativa e receptiva facilitando a troca de conhecimentos.

Descreve Neto (2011, p. 25) que o Facebook constitui a maior rede social mundial e por ser uma ferramenta de interação e um espaço de diálogos deixou de ser somente um espaço de relações pessoais, tornando-se um espaço interativo de relações institucionais, educacionais e comerciais.

Neste contexto, refere Terra (2011, p.4) que a tecnologia da informação invadiu o espaço de relações públicas modificando a relação entre comunicadores e públicos, estabelecendo-se nas redes sociais.

Quanto ao Facebook, aponta Grigoletti:

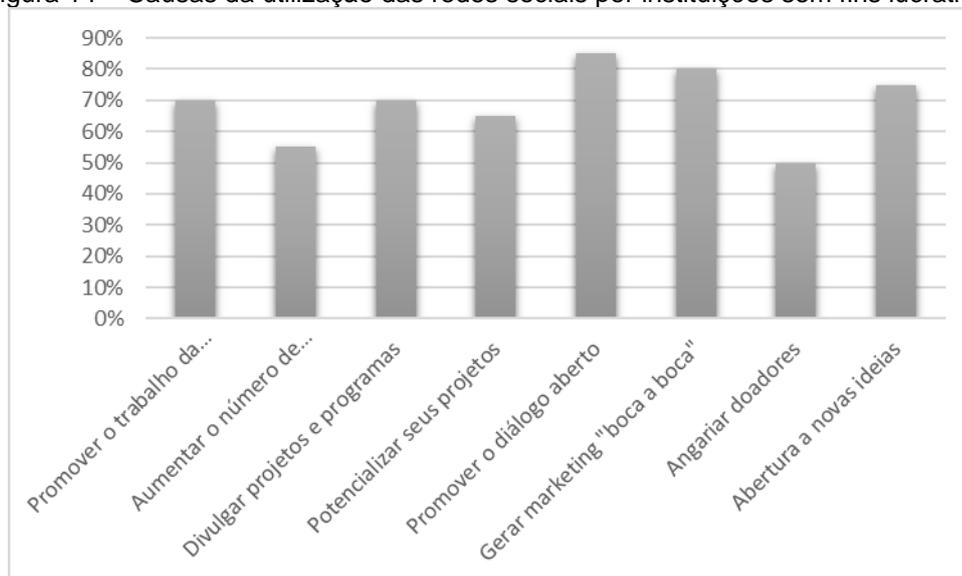
Com o surgimento desta rede, os estabelecimentos comerciais fizeram dela um espaço para se aproximar dos seus clientes e por meio destes conquistar outros. Afinal, nesse contexto em que o consumidor tem maior autonomia, a

qualificação é pulverizada para toda uma rede de contatos em apenas um clique (GRIGOLETTI, 2011, p.11).

A aproximação promovida pelo Facebook tornou-se necessária para que marcas, produtos e outros serviços ficassem mais íntimas de seu público alvo através de um acesso mais prático e mais rápido às informações. Empresas e organizações descobriram a eficácia dessa mídia social e passaram a utilizar para estreitar sua relação com o consumidor (TERRA, 2011, p. 5).

Em seus estudos sobre as mídias sociais Gitomer (2011, p. 56) aponta que aplicativos como o Facebook quando utilizados por instituições sem fins lucrativos e que buscam apoiadores, basicamente as utilizam focando (figura 14): promover o trabalho da instituição, aumentar o número de apoiadores da causa, divulgar projetos e programas, potencializar seus projetos, promover o diálogo aberto, gerar o *marketing* “boca a boca”, angariar doadores, abertura a novas ideias.

Figura 14 – Causas da utilização das redes sociais por instituições sem fins lucrativos



Fonte: adaptado de Gitomer (2011, p. 56).

Para Bentivegna (2002, p. 80) o Facebook permite que cada perfil ou página utilizem formas de se comunicar de acordo com cada objetivo, trazendo novas formas de comunicação e abrindo espaço ao diálogo como meio de propagação de diferentes propósitos. Com o Facebook criou-se novas formas de expressões mercadológicas que permitem a interação do indivíduo organizacional com o indivíduo pessoal.

No ponto de vista mercadológico aponta Bentivegna que:

A Internet impõe um novo modo de pensar ao profissional acostumado a lidar com redes reais em que as ligações entre os nodos são conexões físicas, como os trilhos de um trem. Nas redes virtuais como o Facebook, as ligações entre os nodos são invisíveis, embora sejam absolutamente fundamentais para a dinâmica do mercado (BENTIVEGNA, 2002, p.81).

Aponta Moraes (2014, p 43) que o Facebook é um canal de comunicação que permite diferentes tipos de diálogos e que se tornou hábito de 90 % de jovens entre 15 e 32 anos em todo o país, compreendendo 45% da população brasileira (figura 14).

Figura 15 – Pessoas que acessam o Facebook



Fonte: dados internos do Facebook, Q4-2014.

Este cenário apresenta novos números. Segundo dados do próprio Facebook (2017), o número de usuários no mundo atualmente é de cerca de 1,94 bilhão de pessoas, sendo que desses usuários 02 milhões são brasileiros que se conectam na plataforma todos os meses.

Assim, conforme o exposto, percebe-se que o Facebook se tornou uma vasta rede social configurando-se em um espaço de descobertas, informações e encontros, em que as pessoas se conectam, além de amigos e familiares, com perfis de todas as

partes do mundo. Um lugar em que se é possível compartilhar ideias e momentos, abrindo espaço para o diálogo.

1.2 ANALISE DE IMPACTO E A RELEVÂNCIA PARA O DIÁLOGO ECUMÊNICO

O panorama globalizado vislumbrado pela rede social Facebook possibilita a simultaneidade de experiências, rompendo barreiras geográficas e culturais e abrindo espaço para o diálogo plural, com os diferentes. Nesse aspecto, no cruzamento da relevância desse site com a força dos movimentos ecumênicos, se compreende que é uma ferramenta auxiliar para o esforço de se aplicar os diálogos inter-religiosos.

As redes sociais, como o Facebook, formam um conjunto de relacionamentos favorecidos pelos processos de globalização que fortalecem diferentes tipos de instituições, inclusive as religiosas.

Segundo Gomes (et al):

O desenvolvimento tecnológico e da web fomentou novas formas de relacionamentos e de comunicação das atividades humanas, como a utilização das redes sociais que constituem uma das estratégias que vêm sendo mais utilizadas pela sociedade atual visando a troca de informações e conhecimentos, através das relações interpessoais (GOMES, et al, 2012, p. 54).

O Facebook é uma rede social que oferece uma série de ferramentas e potencialidade que favorecem sua utilização ao diálogo. Possui categorias de aplicativos e estrutura que podem ser bastante úteis neste processo e que auxiliam a aproximação com experiências reais. Ferreira (et al, 2012, p. 20) apontam as principais potencialidades do Facebook para o diálogo e o aprendizado:

- Grupos – dispositivo que permite o agrupamento de usuários que tenham os mesmos interesses. Esse recurso é muito interessante, pois permite a troca de informações.
- Feed de notícias – ponto de partida para a divulgação de informações curtas e rápidas, que aparecerão instantaneamente para os demais usuários. Pode ser utilizado para postar conteúdos explicativos que encoraje ao diálogo.

- Mensagens – este recurso permite enviar mensagens privadas para um único usuário ou para um grupo selecionado.
- Bate-papo – recurso utilizado para conversas instantâneas.

Os diálogos ecumênicos no Brasil, mesmo com a criação de redes inter-religiosas em busca de ações conjuntas dedicadas aos processos de direitos humanos e cidadania, ainda enfrentam bastante fragilidade. Contudo, vivenciam-se novas tentativas de edificação do diálogo com o ressurgimento da juventude no contexto dos movimentos ecumênicos. Neste cenário, o Facebook apresenta um impacto positivo bem relevante, conforme pontua Rangel:

O Facebook se trata de um artefato social e cultural por se configurar em um sistema complexo, aberto e dinâmico que pode expressar contextos, conhecimentos, valores, aprendizagens, experiências, mediações, identidades, sentidos, significados e críticas. É uma rede de múltiplas conexões e modificável para potencializar as dimensões do sujeito. Se é, portanto, cultura e perpassa todas as dimensões e todos os espaços globais, é capaz de possibilitar a articulação entre a fé e a vida também por meio dos diálogos ecumênico e inter-religioso (RANGEL, 2009, p. 7).

A análise do impacto de redes sociais como o Facebook para a construção do diálogo ecumênico demonstra que esses espaços se transformam em um campo privilegiado de encontro e de troca de experiências capazes de criar uma teia de relações favoráveis ao debate e as propostas ecumênicas. São instrumentos que, como afirma Perrenoud (2000, p, 128), auxiliares na formação do julgamento, do senso crítico, da faculdade de observação e classificação e de procedimentos estratégicos de comunicação.

2 CIBERESPAÇO, UM ESPAÇO PARA O ECUMENISMO

O ciberespaço é composto por tecnologias digitais que movimentaram os processos de comunicação, dinamizando a maneira de se compartilhar conhecimentos e desenvolvendo novas formas de trocas sociais que ultrapassam os limites de tempo e espaço (TEJERA, 2012, p. 17).

Este veículo é percebido como um espaço capaz de atingir diferentes pessoas, auxiliando na propagação das dinâmicas pertinentes ao ecumenismo (GOMES, 1997, p.3).

É e através deste espaço que o ecumenismo pode buscar um bom resultado na comunicação das doutrinas religiosas para que não haja evasão ou insatisfação do povo na prática da fé (MARQUES, 2012, p. 30).

A mobilidade comunicacional que o ciberespaço oferece, torna substancial sua utilização como ferramenta no estabelecimento do diálogo ecumênico. Os ambientes livres e abertos por ele proporcionados promovem a reaproximação com os paradigmas do ecumenismo com a dimensão virtual que alcançam (SILVA, 2013, p. 25).

O processo interativo que ocorre no ciberespaço insere uma nova forma de diálogo que remete ao desenvolvimento de novas relações, que podem ser positivas e construtivas, entre pessoas vinculadas as diferentes tradições religiosas abrindo um grande espaço ao ecumenismo (TRACY, 1997, p. 142).

As mudanças tecnológicas advindas com o surgimento da internet marcaram o ambiente de uma forma geral: pessoal, intelectual, comportamental, profissional, cultural e religioso. Caracteriza-se como a representação de relações de diversas naturezas. Individual ou coletiva (através de comunidades) e se desenha pelo compartilhamento de ideias, informações e interesses resultando em uma ampla interação social. Estas circunstâncias são favoráveis ao discurso ecumênico sendo, portanto, totalmente plausível a utilização do ciberespaço neste sentido (SILVA, 2013, p.26).

O surgimento deste fenômeno decorrente do desenvolvimento tecnológico, trazido pela modernidade, favoreceu o surgimento de novas formas de expressões no campo religioso espiritual fomentando a utilização da comunicação eletrônica na

edificação e divulgação de novas estratégias ecumênicas (GASPARETTO, 2011, p. 108)

Descreve Verón (1997, p 10) que o ciberespaço atua como um espaço midiático que permite aos debates religiosos o acesso de um público mais amplo e diversificado e que impõem uma nova forma de dialogar.

Para Verón:

(...) a midiatização envolve os meios de comunicação social como dispositivos tecnológicos, convertidos em meios de condições de produção e a determinadas modalidades de recepção de mensagens. A midiatização engloba os meios (instituições midiáticas), as instituições não midiáticas na sociedade e também os atores sociais (VERÓN, 1997, p.10).

Conforme Azevedo (2005, p. 13) os processos de comunicação que ocorrem nesse dispositivo favorecem a aprendizagem através da assincronicidade e da não presencialidade o que facilita a interação, a troca passiva de informação e a construção do conhecimento coletivo. Nesta ótica, pressupõem-se que o ciberespaço representa uma abertura ainda maior ao discurso ecumênico, utilizando os meios disponibilizados pelas redes sociais, cuja precedência objetiva outros fins, que repensadas transforma-se em um ambiente propício ao cerne ecumênico.

As instituições ecumênicas afetam e são afetadas pela cibercultura propagada pelo surgimento do espaço cibernético e pelos atores sociais nele inseridos. Estes atores pertencem a uma sociedade modernizada e incorporam complexas relações nas redes sociais, assim, a adoção de estratégias ciberespaciais por movimentos dedicados a propagar o ecumenismo é fundamental para que possam ir de encontro ao público, estruturando e engendrando uma nova forma de se comunicar (CARRANZA, 2011, p.19).

Considerando as interações existentes nas redes sociais como uma nova linguagem comunicacional, descreve Charaudeau que:

O lugar onde se instituem as instruções que determinam a expectativa da troca, estas instruções provenientes ao mesmo tempo da 'identidade' dos parceiros e do lugar que eles ocupam na troca, da 'finalidade' que os religa em termos de finalidade, do 'propósito' e das 'circunstâncias materiais nas quais a troca se realiza'. (CHARAUDEAU, 2010, p. 80).

Conclui-se, diante do exposto, que a utilização dos meios de comunicação ofertados pelo ciberespaço propicia a adoção de estratégias distintas que promovem a visibilidade ecumênica, aproximando-a do público, reconfigurando os movimentos ecumênicos.

2.1 PROPOSTA DE UTILIZAÇÃO DO CIBERESPAÇO EM FUNÇÃO DA PROMOÇÃO DO DIALOGO

Ao enfocarmos no desenvolvimento de uma proposta para o uso do ciberespaço em função da promoção do diálogo, a primeira análise que fizemos é relativa a indagação do porque se fazer uso desse mecanismo para abordar assuntos relacionados a fé religiosa, ao ecumenismo e ao diálogo.

De imediato a resposta aponta para a era atual, ou a chamada “era virtual” que chegou revolucionando nossa vida cotidiana. O ciberespaço está revolucionando o mundo e hoje é possível observar empresas constituídas no ciberespaço, universidades, prestação de serviços e até mesmo relacionamentos se iniciam no ciberespaço. Inúmeras atividades são desenvolvidas neste espaço tecnológico que aproxima pessoas de todos os cantos do mundo.

Os jovens são os principais usuários deste mecanismo, o que facilmente nos leva à compreensão que a presença do tema ecumenismo na internet é essencial para que sua abrangência chegue a esse público de forma direta. A evangelização, a doutrinação e a disseminação dos movimentos ecumênicos, bem como a importância dos trabalhos desenvolvidos neste âmbito devem utilizar o grande alcance do ciberespaço para atingir seus objetivos e suas metas.

Como bem define Lévy (1999, p. 44), o computador não é mais um centro, e sim um nó, um terminal, um componente da rede universal calculante. Todo o armazenamento de dados que o ciberespaço é capaz de manter, uma grande mudança comportamental empresarial ocorre na atualidade, pois antes o que era obstante tornou-se próximo.

O ministro para Negócios Estrangeiros de Londres, William Hague, descreveu durante uma conferência em seu país em 2011 que:

A Internet promove a inovação e a criatividade, educa gerações inteiras, dando rápido acesso a informação e ideias. Ela nos permite atenuar fronteiras

geográficas, eliminar as tradicionais barreiras culturais e religiosas, aproximar familiares e amigos e estimular o contato entre aqueles que partilham interesses ou preocupações comuns. A Internet veio mudar a forma como comunicamos (HAGUE, 2011)²⁷.

Descreve Telles (2009, p. 23) que a liberdade que esta ferramenta disponibiliza possibilita um maior fluxo de informação. Assim, é possível afirmar que a utilização do ciberespaço pelos movimentos ecumênicos possibilita uma comunicação integrada, acentuando os diálogos e acentuando a relação dos movimentos com seus seguidores.

A modernidade influenciada pela cibercultura passa por transformações sociais dando espaço para que novas práticas culturais e religiosas se tornem uma dinâmica dos coletivos inteligentes (RANGEL, 2009, p.1).

Citando Esquirol, se faz aqui uma analogia da modernidade que se desenrola nos paradigmas do ecumenismo e sua inclusão no ambiente da cibercultura, quando ele explana sobre o olhar atento:

É um olhar que é movimento de aproximação que não tem sentido utilitarista, mas que respeita e aprende com o diferente. É um olhar que permite que se mantenha a distância necessária para que não haja dominante e dominado, mas sim uma troca, um olhar e deixar ser visto, que se inicia através da imagem observada e se completa na palavra interpeladora (ESQUIROL, 2008, p, 47).

Neste prisma é que se deve propor a utilização do ciberespaço pelo ecumenismo, com as novas formas de se produzir e circular as informações, construindo espaços que permitam um olhar mais utilitarista, que se respeite as diferenças ao mesmo tempo que nos una ao sagrado, um espaço aberto à promoção do diálogo que aproxime as pessoas.

Sendo o ecumenismo um processo de diálogo e cooperação voltado a promover a unidade entre os cristãos de toda as confissões, tecnicamente ele se descreve como um importante caminho para a superação da divisão entre os cristãos.

²⁷ Oportunidades e riscos do ciberespaço. Conferência de Londres, 2011. Disponível em: <https://www.publico.pt/2011/10/18/mundo/noticia/opportunidades-e-riscos-do-ciberespaço-1517049>

Em visita a Catedral Apostólica de Etchmiadzin, na Armênia, Papa Francisco falou sobre a relação entre cristãos:

Quando a nossa atividade é inspirada e movida pela força do amor de Cristo, crescem o conhecimento e a estima recíproca, criam-se melhores condições para um caminho ecumênico frutuoso e, ao mesmo tempo, mostra a toda a sociedade um caminho concreto, que pode ser percorrido para harmonizar os conflitos que dilaceram a vida civil e causam divisões. O ecumenismo não é, portanto, um percurso que afeta apenas as relações entre as confissões cristãs. É muito mais e representa um sinal para o mundo e para a paz no mundo. O espírito ecumênico, o caminho do diálogo e da colaboração, adquire um valor exemplar, inclusive fora dos limites visíveis da comunidade eclesial, e representa para todos um forte apelo a compor as divergências mediante o diálogo e a valorização do que une (PAPA FRANCISCO, 2016)²⁸.

O território oferecido pelo ciberespaço é um ambiente vasto e fértil para a propagação de ensinamentos doutrinários, em que igrejas de variadas religiões, movimentos sociais e movimentos ecumênicos buscam uma nova maneira de edificar sua missão.

Ao analisarmos o ciberespaço como um espaço de propagação seja de uma ideia, uma proposta ou uma crença, pautamos na forma como o apóstolo Paulo de Tarso utilizou para a compreensão da Boa Nova, como descreve Tepedino:

Para expressar a realidade da comunidade que se reunia em nome de Jesus, que chamamos de Igreja, o apóstolo Paulo prefere empregar três imagens conhecidas do povo, às quais dá um novo significado, para possibilitar entender melhor suas definições e categorias: Povo de Deus, Corpo de Cristo, Templo do Espírito. Utiliza imagens porque esta linguagem simbólica comunica o significado do seu pensamento sobre esta comunidade nova, a Igreja, de maneira imediata (TEPEDINO, 2006, p.31).

Da mesma forma, a internet utiliza várias ferramentas, formas e imagens como meio de comunicação e de diálogo, rápida e imediata reportando aos seus seguidores o significado de sua mensagem. São diferentes comunidades virtuais que se conectam e interagem fazendo com que de certo modo o real funda-se ao virtual.

²⁸ **Para Francisco, o caminho ecumênico é um sinal para o mundo.** 2016. Disponível em: <https://pt.aleteia.org/2016/06/26/para-francisco-o-caminho-ecumenico-e-um-sinal-para-o-mundo/>

O discurso mudou, já não se pode evangelizar restritamente no mundo off-line, o diálogo hoje se dá através das redes, somos parte de uma grande aldeia global e por essa razão a Igreja tem se esforçado para estar presente também no mundo online até mesmo para compreender as expectativas dos fiéis nesse novo ambiente, suas dúvidas, anseios em especial no Facebook, uma das redes sociais do momento.

Neste sentido, podemos apontar o ciberespaço como um novo modelo de relacionamento humano, uma nova maneira de se comunicar e de experimentar o saber. Então, também não seria incorreto atesta que ele é também um novo modo, suplementar e intensificadora, de se propagar a mensagem ecumênica.

Para Rangel:

A internet pode e deve ser um meio complementar e potencializador para evangelização, porque é esse meio de comunicação interativa, dinâmica e síncrona que a nossa juventude atual-real faz uso para discutir, aprender, ensinar, investigar, contestar, estabelecer laços e para ampliar a sua realidade real (RANGEL, 2009, p.6).

Dentro do ciberespaço todo o conhecimento ecumênico pode ser armazenado e compartilhado. Os sites são instrumentos que auxiliam a disponibilizar e divulgar as ações institucionais dos movimentos ecumênicos, promovendo seus benefícios e outras realizações, estabelecendo a comunicação com seu público.

Contudo, o ambiente promovido pelo ciberespaço se constitui em uma grande teia social, assim, é importante que se utilize outros dispositivos digitais como as redes sociais como mecanismo propagador do ecumenismo, privilegiando o lado social da internet.

Isso representa uma maior disposição e abertura ao diálogo, quando os conteúdos sociais e religiosos devem ser discutidos de forma natural e coerente, promovendo maior interatividade. O ciberespaço, sobretudo as redes sociais, atuam como catalisadores de uma nova dinâmica, um local onde se compreende a importância das relações existentes nessa teia social.

Cauquelin (2005, p. 14) refere que para se compreender essas relações promovidas no ciberespaço, é preciso se pensar como um sistema em que cada agente atuante é um nó ligado a outros inúmeros nós formando diversos universos. Depõe Cauquelin:

Muitas vezes a conexão entre dois universos distintos pode ser feita a partir da simples conexão entre dois nós; estão assim abertas as portas para uma imensidão de novas possibilidades de conexões. Portanto, é o conhecimento desse sistema que permite apreender o conteúdo das obras (CAUQUELIN, 2005, p. 14).

Para Canetti a concepção de redes se relaciona visceralmente ao ser humano no nível entranhado genético:

O que mais me interessa no Genoma Humano é o fato dele nos evidenciar uma ampla descendência e, a partir dela, podermos entrar em contato com o fato de sermos feitos de pedaços. Pedaços, que nos estruturam e que nos conectam ao exterior e ao coletivo. É a percepção inédita do coletivo em nosso interior, mesclada à vivência de rede das novas tecnologias, que nos possibilitam vislumbrar novas relações entre a individualidade e a coletividade na condição humana (CANETTI, 2012, p.3).

A análise dos diferentes mecanismos oferecidos pelo ciberespaço permite urdir algumas reflexões quanto sua função em relação ao ecumenismo:

- Facilita a propagação e a divulgação da doutrina ecumênica;
- A internet e as redes sociais influenciam a cultura contemporânea, afetando também o cenário religioso;
- Possibilita o intercâmbio de conhecimentos e a formação de opinião por intermédio de debates;
- Favorece a formação de grupos com interesses em comum;
- É um importante meio de divulgação dos trabalhos, ações e programas dos movimentos ecumênicos.

Destarte, a utilização do ciberespaço em função do diálogo e do ecumenismo é significativamente promissora à formação de indivíduos ecumênicos, indivíduos que compreendam o quão dispensável é o conflito intolerante ao pensamento social, político, cultural e religioso, mas que depreendam o quão importante é a união de forças para que se reduza a avassaladora carência que afeta diferentes comunidades.

Compreende-se que para se desenvolver uma proposta de utilização do ciberespaço que seja eficiente seria necessário maior aprofundamento uma vez que requer diferentes etapas. Este estudo mostrou que o facebook é uma importante ferramenta para a promoção do ecumenismo uma vez que se configura na rede social

mais utilizada na atualidade. Contudo para que a construção de um perfil nesta rede social seja melhor explorada é preciso que seja bem divulgada, objetivando atingir um maior número de pessoas possíveis, considerando os milhões de pessoas que acessam o Facebook.

3 CONCLUSÃO

A reflexão da questão ecumênica no ciberespaço, em um primeiro momento, parece ser adversa uma vez que os movimentos ecumênicos buscam promover encontros reais e no ciberespaço os mais variados encontros virtuais se realizam. Contudo, esse antagonismo se converte em conciliação no momento que o ciberespaço se apresenta como um ambiente promissor na promoção do diálogo ecumênico. A sociedade urbana se converge em comunidades criadas nas redes sociais, desta forma é necessário que se utilize de forma consciente e responsável a oportunidade que o ciberespaço oferece na promoção da causa proposta pelo ecumenismo.

A perspectiva do diálogo com o “outro” impõe a aquiescência da pluralidade de expressões em que se valorize a experiência da fé de outras religiões. Assim propõe o ecumenismo, assim devem se pautar os movimentos ecumênicos em suas ações. Desta forma, o diálogo ecumênico na exigente e complexa realidade sócio tecnológica em que vivemos necessita abrir-se também ao novo, ao virtual e aos benefícios que o ciberespaço oferece.

Poderíamos aqui expor a indagação acerca da ótica negativa que o ciberespaço oferece em contrapartida aos benefícios. Sim os riscos são prováveis, mas a sociedade atual precisa que movimentos sociais e religiosos corram riscos, saltando qualitativamente do auto centrismo para ações que fortaleçam a compreensão das diferenças. Então é possível reconhecer no ciberespaço uma forma de se caminhar virtualmente para promover o encontro e o diálogo no espaço real.

As redes sociais apresentam grande expansão de uso, no Brasil e no mundo, sendo o Facebook a rede social com maior crescimento e importância global, até esse momento. O espaço virtual que o Facebook dispõe é um ambiente que oportuniza diferentes interlocuções tornando-se um campo fértil para a disseminação do ecumenismo. Ainda que exista um contraste entre a comunicação real e a comunicação virtual, esse contraste pode ser visto como uma confabulação entre as modernas práticas comunicacionais e a matriz comunicacional do ecumenismo. O processo inclusivo dos movimentos ecumênicos no mecanismo cibercultural denota um conjunto multifatorial de variáveis da comunicação, contribuindo dinamicamente para sua efetivação.

É possível perceber, sim, o ciberespaço como uma importante ferramenta de propagação e informação ecumênica, que se mostra um elemento capaz de vincular as questões sócio religiosas às transformações pelas quais a sociedade moderna vem passando. É um mecanismo veloz que se arquiteta em fluxos ininterruptos de informação disponibilizados pelas redes sociais, o que faz com que sua utilização por movimentos religiosos e ecumênicos seja uma estratégia de visibilidade.

Passos importantes foram empreendidos e conquistados em função da abertura de diálogos pelos movimentos ecumênicos. Porém, muito ainda tem a se percorrer para que se vivencie a experiência de uma comunidade solidária e global fundamentada no espírito universalista defendido pelo ecumenismo. Para o caminho da unidade entre cristãos defendido e debatido pelo ecumenismo, é preciso que se utilize meios comunicacionais como o ciberespaço de modo inequívoco, não somente para conquistar seguidores. Mas, para vivenciar com o outro uma relação de diálogo aberto, baseado na mútua compreensão e no respeito, pois, esta é a melhor maneira de se alcançar a credibilidade da mensagem cristã no mundo multicultural e multi religioso de hoje.

Em relação à Coordenadoria Ecumênica de Serviço – CESE, a pesquisa ao buscar externar sua atuação no ciberespaço, revela que seu mecanismo de ação quanto a disseminação de seus programas e dos projetos que apoia é bastante profícuo. Entretanto, em relação aos conteúdos doutrinários inerentes ao ecumenismo, a discussão do pluralismo se mostra frágil e pouco inepta ao impacto necessário para se moldar novos seguidores.

Se por um lado, a atuação da CESE nas redes sociais prioriza a promoção do fortalecimento de iniciativas voltadas ao desenvolvimento solidário e sustentável e o fortalecimento de articulações com movimentos sociais e outras comunidades ecumênicas, por outro lado sua atuação quanto a promoção do diálogo ecumênico não pareceu muito fortificada. Isto porque, como mencionado anteriormente, a CESE utiliza sua página no Facebook para a promoção de seus programas e projetos, mas o discurso religioso, questões religiosas e principalmente a construção de debates que promovam e fortifiquem a proposta ecumênica são ausentes. O Facebook é uma rede social ampla, mundialmente acessada que oferece ferramentas como messenger, criação e divulgação de eventos, disponibiliza banners de publicidade que facilitam o marketing e criação de comunidades que poderiam ser mais exploradas pela CESE, sendo que esta observação leva a compreensão da relevância de condutas que

fundamentem o papel do pluralismo e do diálogo por entidades de apoio e estruturação do ecumenismo.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Sonia. **Redes Sociais na Internet: Os desafios à pesquisa**. Rio de Janeiro, 2007.

ALVES, Rubem. **De dentro do furacão, Richard Shaull e os primórdios da Teologia da Libertação**. São Paulo: Programa de Pós-Graduação em Religião, 1985.

ANDRÉ, VINCENT. **La liberté religieuse, droit fondamental**. Paris: Pans, 1976.

AZEVEDO, Wilson. **Muito além do jardim de infância: temas de educação online**. Rio de Janeiro: Armazém Digital, 2005.

BAUBÉROT, Jean; LUEBA, Jean-Louis. **Oecuménisme**. In: GISEL, Pierre (Ed.). Encyclopédie du protestantisme. Paris: Éditions du Cerf; Genève: Editions Labor et Fides, 1995.

BENTIVEGNA, Fernando Jucá. **Fatores de impacto no sucesso do Marketing boca a boca online**. São Paulo, 2002.

BERGMANN, Helenice M. B. Ciberespaço e cibercultura: novos cenários para a sociedade, a escola e o ensino de geografia. **Revista Iberoamericana de Educação**. Disponível em:
<https://www.google.com/url?q=http://rieoei.org/jano/1612Bergmann.pdf&sa=U&ved=0ahUKEwjD1KX53I7TAhXGQSYKHXxhDhoQFggEMAA&client=internal-uds-cse&usq=AFQjCNGn9KTP4B9fWxT-H1vpqOCDSGTKNg>
 Acesso em: 4 abr. 2017.

BERGER, Peter: **O dossel Sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião**. São Paulo: Paulus, 1985.

BINGEMER, Maria Clara Lucchetti. **Teologia da comunicação**. Comunicação e vida; diversidades e mobilidades. Rio de Janeiro: PUC, 2011.

BONINO, José Miguez. **Para uma igreja solidária com os pobres**. Tempo e Presença. Rio de Janeiro, 1980.

BORELLI, Viviane. **Mídia e Religião, entre o mundo da fé e o do fiel**. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

BOYD, ELLISON. **Social network sites: Definition, history, and scholarship**. Journal of Computer-Mediated Communication, 2007.

BRAKEMEIER, Gottfried. **Preservando a Unidade do Espírito no Vínculo da Paz**. São Paulo: ASTE, 2004

CAMPOS, L.S. **Evangélicos e Mídia no Brasil: uma história de acertos e desacertos**. São Paulo: Revista de Estudos da Religião, 2008.

CANETTI, P. K. **Análise e visualização de eventos de arte como rede social**. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL FUTUROS POSSÍVEIS NA FAU-USP, 2012, São Paulo. Anais... São Paulo: Canal Contemporâneo, 2012.

CAPRA, F. **Vivendo Redes**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2008.

CARRANZA, Brenda. **Catolicismo midiático**. São Paulo: Ideias e Letras, 2011.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra; 2000.

CASTELLS, M. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

CAUQUELIN, A. **Arte contemporânea, uma introdução**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

CERETI, G. **Per un Ecclesiologia Ecumenica**. Bolonha: EDB, 1997.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2006.

CESAR, Waldo. **Entrevista**. In: **Ultimato**. Ano XL, nº 305. Viçosa, 2007.

CNBB. A alegria pela IV Campanha da Fraternidade Ecumênica – CFE. Brasília. Disponível em: <http://campanhas.cnbb.org.br/cf2016>
Acesso em: 29 nov. 2016.

CNBB. **A comunicação na vida e missão da Igreja no Brasil**. In: **Estudos da CNBB-101**. São Paulo: CNBB/PAULUS, 2011

CNBB, Diretório de Comunicação da Igreja do Brasil. **Documentos da CNBB 99**. Brasília: Edições CNBB, 2014.

CONCÍLIO ECUMÊNICO II DO VATICANO. **"Communio et Progressio" sobre os meios de comunicação social**. Roma, mai. 1971. Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_d oc_23051971_communio_po.html
Acesso em: 4 abr. 2017.

CONCÍLIO VATICANO. **NOSTRA AETATE**. Disponível em:
http://w2.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decl_19651028_nostra-aetate_po.html

Acesso em: 4. Abr 2017

CONIC-CLAI. **Diversidade e Comunhão – Um convite ao ecumenismo**. São Paulo: São Leopoldo, 1998.

CORREA, Enrique. **Democracia: sim ou não**. Rio de Janeiro: Tempo e Presença, 1988.

DAVALLON, Jean. **A mediação: a comunicação como processo?** Porto: Editora Prisma, 2007.

DEFLEUR, Melvin L; BALL-ROKEACH, Sandra. **Theories of Mass Communication**. Nova Iorque: Longman, 1988.

DESSEAUX, J. E. 20 **Siècles d'Histoire Oecuménique**. Paris: Cerf, 1983.

DIAS, Zwinglio. **O movimento ecumênico: história e significado**. In: Numen, Revista de Estudos e Pesquisa da Religião, 1998.

DIAS, Agemir de Carvalho. **O papel educador do ecumenismo: o caso da Igreja Presbiteriana do Brasil**. Dissertação (Mestrado em Educação, Arte e História da Cultura), Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2003.

DOMENEGHETTI, Daniel. **As comunidades virtuais: Orkut, Linked-in, Blogs**. São Paulo: E-Consulting Corp, 2006.

DRUCKER, P. **Administração de organizações sem fins lucrativos – princípios e práticas**. São Paulo: Pioneira, 1990.

ESQUIROL, Josep M. **O respeito ou o olhar atento**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2008.

FAUSTO NETO, Antonio. **A religião teleterapeutizante: discursividades dos templos midiáticos**. Revista fronteiras. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

FERNANDES, D. Luiz Gonzaga. **CEBs: expressão da Igreja-povo**. Rio de Janeiro: Revista Tempo e Presença, 1986.

FERNANDES, RC. **Privado, porém público. O Terceiro Setor na América Latina**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FERREIRA, JL; CORRÊA, BRPG; TORRES, PL. **O uso pedagógico da rede social facebook**. Revista Digital da CVA-RICESU, 2012. Disponível em: <http://pead.ucpel.tche.br/revistas/index.php/colabora/article/view/199>
Acesso em 30/06/2017.

FETTERMANN, Joyce Vieira. **Os entornos da rede social My English Club e suas intervenções nos ambientes presenciais de aprendizagem da Língua Inglesa**. UENF, Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Cognição em Linguagem do Centro de Ciências do Homem, da Universidade Estadual do Norte Fluminense, Campos dos Goytacazes, 2012.

FISKE, John. **Introdução ao Estudo da Comunicação**. Porto: Editora Asa, 2002.

FITZMYER, Joseph A. **Escritura, a alma da teologia**. São Paulo: Loyola, 1997.

FREIRE, P. **Ação cultural para a liberdade e outros escritos**. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

FREIXO, Manuel João Vaz. **Teorias e Modelos de Comunicação**. Lisboa: Instituto Piaget, 2006.

GASPARETTO, Paulo Roque. **Midiatização da religião. Processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento**. São Paulo: Paulinas, 2011.

GERBNER, George. **Teoria da Comunicação de Massas**. Lisboa: Gulbenkian, 2003

GIBSON, Willian. **Neuromancer**. São Paulo: Aleph, 2003.

GITOMER, Jeffrey. **Boom de Mídias Sociais**. São Paulo: M. Books, 2011.

GOMES, W. **Estudos críticos e estudos de linguagens na pesquisa em comunicação**. INTERCOM. Rev. Bras. Com. São Paulo, 1997.

GOMES, TC; SCHERER, L A; LÖBLER, M. L. **Uso das Redes Sociais Virtuais no Processo de Recrutamento e Seleção de Pessoal: Uma análise na perspectiva de profissionais de Recursos Humanos**. In: XV Simpósio de Administração da

Produção, Logística e Operações Internacionais (SIMPOI), 2012, São Paulo. XV Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais (SIMPOI), 2012.

GRECCO, Dante. **Marconi X padre Landell**. *Scientific American*. São Paulo: Duetto, 2006.

GRIGOLETTI, Elizangela. **A Banalização do Curtir**. Curitiba: Maxi Editora, 2011.

HAGUE, WILLIAM. **Oportunidades e riscos do ciberespaço**. Disponível em: <https://www.publico.pt/2011/10/18/mundo/noticia/oportunidades-e-riscos-do-ciberespaco-1517049>
Acesso em 26/062017.

HENN, W. The **Hierarchy of Truths and Christian Unity**. Ephemerides, Theologicae Lovanienses, 1990.

HORTAL, Jesus. **E haverá um só rebanho**. 2 ed. São Paulo: Loyola, 1989.

JAMESON, Frederic. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 2002.

JOÃO PAULO II. **Carta Encíclica Redemptoris Missio sobre a validade permanente do mandato missionário**. Roma, dez. 1990. Disponível em: http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio_po.html
Acesso em: 4 abr. 2017.

KELLNER, Douglas. Como mapear o presente a partir do futuro: de Baudrillard ao cyberpunk. *In: _____*. **A cultura da mídia**. Bauru: Edusc, 2001.

KINNAMON, Michael; E. COPE, Brian. **The Ecumenical Movement, an anthology of key texts and voices**. Genebra: WCC Publications; Michigan: Wiliam B. Eerdmans Publishing Company, 1997.
KIOUSIS, Spirus. Interactivity: A Concept Explication. **New Media & Society**, 2002.

LEMOS, André. **Cibercidades: um modelo de inteligência coletiva**. *In: _____*. (Org). **Cibercidade. As cidades na cibercultura**. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.

LEMOS, André. **Ciberespaço e Tecnologias. Móveis: processos de Territorialização e Desterritorialização na Cibercultura**. *In: MÉDOLA, A;*

ARAÚJO, D; BRUNO, F. (Orgs.). **Imagem, Visibilidade e Cultura midiática**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LÉVY, Pierre. **A emergência do Cyperespace e as mutações culturais**. Palestra proferida no Festival Usina de Arte e Cultura. Trad. Suely Rolnik. Porto Alegre, out. 1994.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

LIBANIO, João Batista. **As Lógicas da Cidade: o impacto sobre a fé e sob o impacto da fé**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

LIMA, V. **Comunicação e cultura: as ideias de Paulo Freire**. Prefácio de Ana Maria Freire. 2. ed. rev. Brasília: Editora da UnB, Fundação Perseu Abramo, 2011.

LOPES, EH. **Ecumenismo no CEB**. São Paulo: Bíblia e Ecumenismo, 1988.

MARIZ, Cecília L. **Comparando a Rede vida de Televisão com a Vinde Tv**. São Paulo. Attar. 2003.

MARQUES, Luís Henrique. **Igreja católica e ecumenismo/Inculturação: da revisão conceitual ao impasse com o advento das estratégias de marketing**. REVER - Revista de Estudos da Religião. São Paulo, 2012.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Trad. Ronald Pólito e Sérgio Alcides. 6ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MATAYOSHI, Leda Yukiko. **Universidade, comunidade e terceiro setor: abrindo canais de comunicação**. São Paulo: Summus, 2006.

MATTOS, Alexandre. Marketing Digital: **O que são Redes Sociais**. 2009. Disponível em:

<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/marketing-digitalo-que-sao-redes-sociais-artigo-de-alexandre-de-mattos-consultor-em-marketing-digital/31442/>

Acesso em: 02/07/2017.

MCMILLAN, Sally. A four-part model of cyber-interactivity: Some cyber-places are more interactive than others, **New Media & Society**. 2002.

MCQUAIL, Denis; WINDAHL, Seven. **Modelos de Comunicação para o Estudo da Comunicação de Massas**. Lisboa: Editorial Notícias, 2003.

MENDONÇA, Antonio Gouvêa. **Introdução ao protestantismo no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2002.

MESTERS, C. ***Come si interpreta la Bibbia in alcune comunità ecclesiale di Base del Brasile***. In Concilium, 1982.

MIÉGE, Bernard. La Société ***Conquise par la Communication***. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 1989.

(p.211)

MIRANDA, Mário de França. **Inculturação da Fé**. São Paulo: Edições Loyola, 2001.

MORAIS, Ricardo Prates. **Redes sociais são essenciais como estratégia de marketing digital**. Disponível em:

<http://www.artigonal.com/marketing-e-publicidade-artigos/redes-sociais-saoessenciais-como-estrategia-de-marketing-digital-7082177.html>.

Acesso em 29/06/2017.

NETO, Luiz Longuini. **O novo rosto da missão: os movimentos ecumênicos e evangelical no protestantismo latino-americano**. Viçosa: Ultimato, 2002.

NETO; Ivo Emanuel Campos Machado. **Os Desafios dos Média Sociais na Comunicação Organizacional: A Emergência do Facebook Como Ferramenta de Comunicação**. Lisboa, 2011

NICHOLLS, Bruce J. **Contextualização: Uma Teologia do Evangelho e Cultura**. Trad.: Gordon Chown. São Paulo: Sociedade Religiosa Edições Vida Nova, 1983.

NOVAES, Regina. **Os jovens "sem religião": ventos secularizantes, "espírito de época" e novos sincretismos**. Estudos Avançados. Vol. 18, n. 52 São Paulo, Setembro Dezembro. 2004.

OMENA, J. J. C.; ROSA, J. M. **Estudos no Facebook: revisão sistemática dos métodos de investigação**. Universidade Nova de Lisboa, Portugal 2015.

ORLANDI, Eni Pucinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2003.

_____. **A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**. Campinas: Pontes, 1996.

_____. **O Discurso Religioso**. In: A Linguagem e seu Funcionamento. As Formas do Discurso. Campinas, SP: Pontes, 1987.

PAPA FRANCISCO, 2016. **Para Francisco, o caminho ecumênico é um sinal para o mundo.** Disponível em:
<https://pt.aleteia.org/2016/06/26/para-francisco-o-caminho-ecumenico-e-um-sinal-para-o-mundo/>
 Acesso em 28/06/2017.

PAPA FRANCISCO. **Comunicação e Misericórdia: um encontro fecundo.** 50º Dia Mundial da Comunicação. Disponível em:
https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/pa-pa-francesco_20160124_messaggio-comunicazioni-sociali.html
 Acesso em 28/06/2017

PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. **ÉTICA NA INTERNET.** Disponível em:
http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_d oc_20020228_ethics-internet_po.html
 Acesso em: 24/06/2017.

PASQUALETTI, G. **Reforma litúrgica. IN: Dicionário de liturgia.** São Paulo: Edições Paulinas, 1992.

PASSOLLI, Gabriela. NASCIMENTO; Gabriel Lincoln. DA SILVA; Juliana Ollé Mendes. A Utilização do Facebook no Contexto Acadêmico: o Perfil de Utilização e as Contribuições Pedagógicas e para Educação em Saúde. **Novas Tecnologias na Educação**, Porto Alegre, v. 13, n. 1, jul, 2015. Disponível em:
<http://seer.ufrgs.br/index.php/renote/article/view/57586/34564>
 Acesso em: 04/04/2017.

PERRENOUD, P. **10 novas competências para ensinar.** Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 2000.

PONTES, Benedito Rodrigues. **Avaliação de Desempenho: nova abordagem.** São Paulo: LTR, 2005.
 PRINGLE, Hamish; THOMPSON, Marjorie. **Marketing Social: Marketing para Causas Sociais e a Construção das Marcas.** São Paulo: Makron Books, 2000.

PRIMO, Alex. **Interação Mediada por Computador: a comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional.** Tese de Doutorado. Apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação em março de 2003.

PUIG, Francesc Marcé. **Conducta y Comunicación: Uma perspectiva sistémica.** Barcelona: PPU, 1990.

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

RAFAELI, S. Interactivity: From new media to communication. *In*: HAWKINS, R. P.; WIEMAN, J. M.; PINGREE, S. (Eds.), **Advancing communication science: merging mass and interpersonal processes.** Newbury, 1988.

RAMAL, AC. **Educação na cibercultura: hipertextualidade, leitura, escrita e aprendizagem.** Porto Alegre: Artmed, 2002.

RAMALHO, Jether Pereira. **Movimento popular como espaço ecumênico.** Rio de Janeiro Revista Tempo e Presença, 1988.

RANGEL, Alexandre. **Cibercultura e Evangelização – Sobre a ação pastoral no ciberespaço.** Departamento de Teologia – Universidade Católica. Rio de Janeiro: PUC, 2009.

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

RHEINGOLD, Howard. **La Comunidade Virtual.** Barcelona: Gedisa Editorial, 1996.

ROGERS, D. L. ***The network is your customer: five strategies to thrive in a digital age.*** New Haven, CT: *Yale University Press*, 2011.

SANTA ANA, Julio de. **Ecumenismo e Libertação.** Petrópolis: Vozes, 1987.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: De cultura das mídias à cibercultura.** São Paulo: Paulus, 2003.

SANTANA, J; BARROS, M Souza de. **Ecumenismo.** In CESEP, Curso de Verão IV, São Paulo, 1990.

SCHWANTES, Milton. **Com a Bíblia na esquina.** Tempo e Presença. Rio de Janeiro, 1994.

SEGUNDO, Juan Luiz. **O dogma que liberta.** São Paulo: Paulinas, 2000.

SEIBERT, EW. **Busca de unidade na Confissão de Fé.** São Paulo: Vozes, 1995.

SERRA, J Paulo. **Manual de Teoria da Comunicação.** Covilhã: Livros Labcom, 2007.

SILVA, José Barbosa da. **Diálogo Inter-religioso: tensões e perspectivas na interpretação da Instrução Diálogo e Anúncio à luz da proposta teológica de Jacques Dupuis**. Dissertação de Mestrado em Ciências da Religião na UNICAP, Recife, 2013.

SILVA, Carlos Alberto F. da; SILVA, Michele T. Cândido da. A dimensão socioespacial do ciberespaço: uma nota. 2004. Disponível em: <http://www.educacaopublica.rj.gov.br/biblioteca/geografia/0007.html>
Acesso em: 12 nov. 2016.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. Poder no ciberespaço: **o Estado-Nação, a regulamentação e o controle da Internet**. Dissertação. Mestrado em Ciência Política, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

SOUZA, JP. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2006.

STATISTA, *The Statistics Portal. Most famous social network sites worldwide as of September 2016, ranked by number of active users (in millions)*.

Disponível em:

<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

Acesso em: 25/08/2017.

STEIL, Carlos Alberto. **A força revolucionária do religioso nas CEBs**. Tempo e Presença, Rio de Janeiro, 1987.

STONE, J. **Information Theory: A Tutorial Introduction**. Sheffield: Sebtel Press, 2014.

TATTERSALL, Ian. **Como nos tornamos humanos**. Scientific American. São Paulo: Duetto, 2006.

TEIXEIRA, Faustino. **Cristianismo e diálogo inter-religioso**. São Paulo: Fonte editorial, 2014.

TEJERA, Marta Helena Dornelles. **Ciberdemocracia e movimento dos trabalhadores rurais sem-terra: práticas comunicacionais no terreno da esfera pública virtual**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

TELLES, André. **Geração Digital**. São Paulo: Editora Landscape, 2009.

TELLES, André. **A revolução das Mídias Sociais**, São Paulo: M. Books, 2010.

TELLES, Maria Luiza Silveira. **Sociologia para jovens**. Petrópolis: Editora Vozes, 1993.

TEPEDINO, Ana Maria. **Encontro com a Igreja de Jesus Cristo (Eclesiologia)**. Coleção Iniciação Teológica, Departamento de Teologia da PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2006.

TERRA, Carolina Frazon. **O que as organizações precisam fazer para serem bem vistas nas mídias sociais sob a ótica da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas**. São Paulo. 2011.

TILLICH, Paul. **O princípio protestante e a situação do proletariado**. In: A era protestante. São Paulo: Ciências da Religião, 1992.

TRACY, David. **Pluralidad y ambigüedad. Hermenêutica, religión, esperanza**. Madrid: Trotta, 1997

VANASSI, Volnei Junior. **A missão na Força do Espírito Santo**. Revista Teocomunicação, Porto Alegre, 2003.

VAN DER GRIJP, Klaus; HOORNAERT, Eduardo; RIOLANDO, Azzi. **História da Igreja no Brasil: ensaio de interpretação a partir do povo, primeira época**. Petrópolis: Editora Vozes, 1992.

VATICANO. **DIGNITATIS HUMANE**. Disponível em;
http://w2.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decl_19651207_dignitatis-humanae_po.html

VATICANO. **UNITATIS REDINTEGRATIO**. Disponível em:
http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19641121_unitatis-redintegratio_po.html

VATICANO. **Mensagem do Santo Padre Francisco para o XLVIII Dia Mundial das Comunicações Sociais**. Disponível em:
https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/pa-pa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html

VATICANO. **Ética na Internet**. Disponível em:
http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_d oc_20020228_ethics-internet_po.html

VAZ, Gil Nuno. Marketing Institucional: o mercado de ideias e imagens. 2ª edição. São Paulo: Pioneira, 2000.

VERÓN, Eliséo. ***Esquema para el análisis de la mediatización***. Diálogos de la Comunicación, Lima, 1997.

WOLFF, Elias. **Caminhos do Ecumenismo no Brasil**: história, teologia, pastoral. São Paulo: Paulus, 2002.

WOLFF, Elias. **Igrejas e ecumenismo: uma relação identitária**. Estudos Teológicos, v. 45, 2005.