



DOSSIÊ: EVANGELIZAÇÃO NOS MEIOS DIGITAIS

Igreja Católica e a cultura digital como espaço de evangelização

Catholic Church and digital culture as a space for evangelization

Iglesia católica y la cultura digital como espacio de evangelización

Renê Augusto Vilela da Silva¹

orcid.org/0000-0003-4271-7301
vilelaaugusto@yahoo.com.br

Recebido em: 2 mar. 2023.

Aprovado em: 30 abr. 2023.

Publicado em: 16 ago 2023.

Resumo: O artigo aborda a influência da cultura digital na evangelização da Igreja Católica. Trata-se de uma reflexão bibliográfica, que visa explanar sobre parte das mudanças culturais que surgiram nos últimos anos e que acarretam mudanças no comportamento religioso. As popularizações da internet, das redes sociais e dos meios digitais de comunicação são um fenômeno que abarca a religiosidade e a transmissão de sua mensagem de conversão e de profissão de fé. Entende-se que as novas maneiras de comunicação, linguagens, tecnologias e interatividade atingem a relação do humano com Deus e as percepções sobre o sagrado. Avaliamos essa dimensão de evangelização e cultura digital a partir do Concílio Vaticano II, que propõe um diálogo com a sociedade e com o avanço de outras ciências. Por meio do *Inter Mirífica*, a Igreja se abriu para imergir na comunicação social (e em consequência digital). A cibercultura se apresenta como um meio de evangelização e que deve contar com um aprofundamento por parte da Igreja. Existem canais e redes que são frutos de estudos e seguem a doutrina da fé, porém surgem inúmeros influenciadores digitais, palestrantes, entre outros, que merecem e carecem de atenção, para que não ocorram discrepâncias no anúncio da mensagem da Boa Nova. O artigo visa refletir sobre a comunicação religiosa e a cultura interativa que respeitam a ética e os princípios católicos.

Palavras-chave: Igreja Católica; cultura digital; evangelização; comunicação.

Abstract: The article addresses the influence of digital culture on the evangelization of the Catholic Church. This is a bibliographical reflection that aims to explain part of the cultural changes that have emerged in recent years and that lead to changes in religious behavior. The popularizations of the internet, social networks, digital means of communication are a phenomenon that encompasses religiosity, the transmission of its message of conversion and profession of faith. It is understood that the new ways of communication, languages, technologies and interactivity affect the human relationship with God and the perceptions about the sacred. We evaluate this dimension of evangelization and digital culture from the Second Vatican Council, which proposes a dialogue with society and with the advancement of other sciences. From *Inter Mirífica*, the Church opened up to immerse itself in social communication (and consequently digital). Cyberculture presents itself as a means of evangelization that must be deepened by the Church. There are channels and networks that are the result of studies and follow the doctrine of faith, but numerous digital influencers, speakers, among others, who deserve and need attention so that there are no discrepancies in the announcement of the Good News message. The article aims to reflect on religious communication and interactive culture that respects Catholic ethics and principles.

Keywords: Catholic Church; digital culture; evangelization; communication.

Resumen: El artículo aborda la influencia de la cultura digital en la evangelización de la Iglesia Católica. Esta es una reflexión bibliográfica que pretende explicar parte de los cambios culturales que han surgido en los últimos años y que conducen a cambios en el comportamiento religioso. Las popularizaciones de internet, las redes sociales, los medios digitales de comunicación son un fenómeno que engloba la religiosidad, la transmisión de su mensaje de conversión y la profesión de fe. Se entiende que las nuevas formas de comunicación, lenguajes, tecnologías e interactividad afectan la relación humana con Dios y



Artigo está licenciado sob forma de uma licença
[Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

¹ Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo, SP, Brasil.

las percepciones sobre lo sagrado. Evaluamos esta dimensión de la evangelización y la cultura digital desde el Concilio Vaticano II, que propone un diálogo con la sociedad y con el avance de otras ciencias. Desde Inter Mirifica, la Iglesia se abrió para sumergirse en la comunicación social (y en consecuencia digital). La cibercultura se presenta como un medio de evangelización que debe ser profundizado por la Iglesia. Hay canales y redes que son fruto de estudios y siguen la doctrina de la fe, pero numerosos influencers digitales, conferencistas, entre otros, que merecen y necesitan atención para que no haya discrepancias en el anuncio del mensaje de la Buena Nueva. El artículo tiene como objetivo reflexionar sobre la comunicación religiosa y la cultura interactiva que respeta la ética y los principios católicos.

Palabras clave: Iglesia Católica; cultura digital; evangelización; comunicación.

Introdução

Este trabalho visa apresentar o espaço digital como um campo de evangelização. A Igreja Católica deve usar esse mecanismo para evangelização e divulgação da doutrina. Sabe-se que a comunicação faz parte da humanidade, e a cultura digital é um instrumental para que a esfera religiosa, utilizando-se desses meios, busque a promoção da dignidade da vida humana em seus diversos sentidos. E, ainda mais, como nos diz Papa Francisco (2022, s.p.), por ocasião do 56º Dia das Comunicações Sociais: "a partir das páginas bíblicas aprendemos que a escuta não significa apenas uma percepção acústica, mas está essencialmente ligada à relação dialógica entre Deus e a humanidade".

Tratando de comunicação digital e evangelização, apresentamos alguns apontamentos desse diálogo no âmbito religioso. O documento *Ética na Publicidade* (EP), do Pontifício Conselho para Comunicações Sociais (2002, s.p.), menciona a responsabilidade dos meios de comunicação, isto é, o cumprimento real da missão dos que trabalham com a comunicação, no ato de promover um "processo autêntico e integral das pessoas e do servir o bem da sociedade". Ao olhar para a Igreja e sua missão, sabemos que a vivência dos sacramentos comunica a transcendência; são a comunicação e a participação que geram uma transformação da pessoa e da realidade. "Não é possível pensar um encontro com Deus que não envolva uma transformação do sujeito que se encontra, influenciando e pautando o compor-

tamento das pessoas" (BRUSTOLIN, 2012, p. 334).

Comunicação digital: promoção da dignidade humana

A Igreja Católica, nesse sentido, trata e busca incentivar uma ética, nos meios de comunicação, que vise ao bem comum, pois, como sabemos, esses meios possuem uma ampla importância, e, quando vinculada, a mídia é "uma poderosa força de persuasão que modela as atitudes e os comportamentos no mundo contemporâneo" (PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, 2002, s.p.). Sabe-se que esse fenômeno, no ambiente católico, oferece inúmeros serviços religiosos *on-line*, os quais possibilitam a vivência de uma prática religiosa e a manifestação da devoção e de discursos religiosos. Discursos esses que são realizados fora do templo físico e por pessoas instituídas sacramentalmente. Surgem, assim, inúmeras maneiras de manifestar e propagar a relação com o sagrado. Abre-se um processo de mediação da vida de fé, diante de novas formas de manifestá-la e de realizar as práticas religiosas (SBARDELOTTO, 2012).

"A comunicação é um elemento a ser utilizado de forma estratégica e competente nas ações pastorais, não apenas como processo informativo, mas como um elemento de evangelização ou mesmo nova evangelização da Igreja" (VILELA, 2021, p. 61). Logo, compreendendo que o acesso à informação produz conhecimento, cabe, também, à Igreja contribuir e realizar uma evangelização que utilize os meios modernos de comunicação. Essa intercomunicação entre os saberes corresponde ao apelo feito na V Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano e do Caribe, em 2007, na qual se mostra que é preciso valorizar os espaços de diálogo entre fé e ciência, que equivale a uma profícua conversa entre a Igreja e o mundo contemporâneo (CONSELHO EPISCOPAL LATINO-AMERICANO, 2007).

A Igreja tem de estar comprometida neste 'novo mundo' por causa da consciência que tem dos efeitos da rede global sobre a cultura e a sua transmissão. Mas esta presença eclesial não é ingênua e superficial, antes consciente dos

reais perigos e dificuldades já então conscientizados (RODRIGUES, 2011, p. 300).

Conforme Puntel (2008), a Igreja pode utilizar os meios modernos de comunicação para evangelizar, no mundo contemporâneo, mas é preciso compreender a evolução do processo de comunicação, as suas transformações e os seus conceitos, em que há uma interconexão entre mídia e cultura. Partindo das perspectivas da cultura midiática, vemos as influências no mundo social e, da mesma forma, o mundo influenciando os meios de comunicação e, consequentemente, a Igreja e os seus fiéis.

Papa Francisco (2022, s.p.) nos diz na ocasião do 56º Dia das Comunicações Sociais:

Assim temos, por um lado, Deus que sempre Se revela comunicando-Se livremente, e, por outro, o homem, a quem é pedido para sintonizar-se, colocar-se à escuta. O Senhor chama explicitamente o homem a uma aliança de amor, para que possa tornar-se plenamente aquilo que é: imagem e semelhança de Deus na sua capacidade de ouvir, acolher, dar espaço ao outro. No fundo, a escuta é uma dimensão do amor.

O acesso imediato às informações e notícias permite à Igreja aprofundar e dialogar com o mundo contemporâneo e as suas necessidades. A cultura digital é utilizada pela Igreja para informar, mais rapidamente, o mundo sobre a fé, para se posicionar e para explicar as razões da sua postura frente aos temas atuais e às situações de diferentes âmbitos (ciências, política, sociedade, educação, entre outros temas). As tecnologias surgem como uma forma de rápida interação entre a Instituição e os seus fiéis e entre a Igreja e a sociedade civil (incluindo os não católicos). Graças ao avanço tecnológico e à amplitude da comunicação digital, a Igreja pode escutar a voz da opinião pública e debater com a comunidade civil, política e científica, isto é, dialogar com o mundo contemporâneo, em tempo real, buscando soluções comuns para os muitos e urgentes problemas da humanidade (RODRIGUES, 2011).

Comunicação como instrumental de evangelização

A Igreja Católica, em defesa do anúncio e da veracidade da Boa Nova, mantém-se conforme

o Evangelho, o Magistério e a Tradição. A mensagem da Igreja, nas redes sociais e nos meios midiáticos, não se deixa levar por opiniões oriundas de ideologias e de pensamentos pessoais. Compreende-se que a opinião pública exerce uma influência em diferentes aspectos da vida social, pública e privada, sendo necessário que todos da sociedade cumpram os deveres de justiça e de caridade. Os meios de comunicação devem auxiliar na divulgação da reta opinião pública (CONCÍLIO VATICANO II, 1966).

Não cabe a Igreja ou seus segmentos utilizar a imagem da Instituição ou da fé popular para um mercado de vendas ou mesmo defesa de coisas contrárias ao Evangelho. É necessária uma comunicação fundada na verdade que compreenda a liberdade de expressão, mas que busque e possibilite a vida e o anúncio do Evangelho (VILELA, 2021, p. 62).

Podemos acrescentar o documento *Igreja e Internet* (PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, 2006), que mostra que a Igreja, frente aos meios de comunicação social, consiste em encorajar o seu progresso correto e a sua justa utilização para o desenvolvimento, a justiça e a paz da humanidade, à luz do bem comum e em um espírito de solidariedade. A comunicação "ou [ajuda] as pessoas a compreender e a realizar melhor o bem e a verdade, ou transforma-se em forças destruidoras que se opõem ao bem-estar humano" (PONTIFÍCIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS, 2002, s.p.). A Igreja, que se faz presente no mundo cibernético, utiliza-se desse meio para a sua evangelização, apresentando e construindo um sentido religioso. Os discursos geram perfis cristãos, mas também influenciam a dinâmica da propagação da fé.

Seja nos programas de audiência ou nas redes sociais, as pessoas buscam interagir com conteúdos de seu interesse. O discurso religioso é propagado e interage com seus interlocutores pelos discursos apresentados, isto é, o Evangelho, as mensagens dos santos e do magistério e as formações cristãs. Também, os símbolos se tornam importantes na comunicação, pois, pelo visual, identifica-se a coerência do discurso. Sabe-se que a evangelização cristã, para manter seus canais,

rádios, programas formativos e redes sociais, precisa negociar com um complexo mercado financeiro, uma vez que a manutenção demanda gastos e investimentos. A busca por investimentos em tecnologia e investidores, nas diferentes frentes de evangelização por meios midiáticos, é afinada não pelo lucro, mas pela mensagem e pelo anúncio cristão (SBARDELOTTO, 2012).

As experiências de religiosidade são diversas, e, com o advento da internet, também houve novas maneiras de compreender o sagrado. A comunicação *on-line* apresenta um novo contexto, visto que o estilo e a mensagem criam novas formas de encarar a dinâmica comunitária e a maneira de viver a fé cristã. Não se trata apenas da presença física e participação presencial, e sim da possibilidade de encontro *on-line*, coparticipação e escuta em formações e encontros. Diferentes grupos e classes sociais podem receber a mesma mensagem e formação, as distâncias e os gastos são diminuídos, e um maior número de pessoas é contemplado pela mesma quantidade de conteúdo (BRUSTOLIN, 2012).

Comunicação e a realização de uma proposta religiosa

A comunicação tem por si uma missão sublime: a de gerar uma consciência da realidade e da história, em conformidade com a criação primeira e com o projeto de salvação de Deus (DÍEZ, 1997). A responsabilidade na comunicação é algo amplo, que contém dimensões importantes para realização e formação da sociedade. A comunicação, quando proferida por ideologias e/ou mensagens de ódio, causa muitos problemas e, quando usada de forma irresponsável, gera desconforto, podendo causar desinformação, que tem como consequência limitar o progresso humano, pois condiciona os receptores a permanecer em visões falsas e em coisas que não trazem sentido para a existência humana.

O decreto *Inter Mirífica* nos mostra que "o correto uso desses meios requer o conhecimento das normas éticas que os regulam e sua fiel observância prática" (CONCÍLIO VATICANO II, 1966, s.p.). O decreto quer nos dizer que os meios de

comunicação devem ser utilizados de maneira consciente e reta. As normas morais devem reger a conduta dos missionários, dos agentes ou produtores de conteúdo e formação cristã, dos técnicos e profissionais e – podemos, hoje, acrescentar – dos influenciadores digitais.

É necessário, sobretudo, que todos os interessados na utilização destes meios de comunicação formem retamente a consciência acerca de tal uso, em especial no que se refere a algumas questões acicamente debatidas nos nossos dias (CONCÍLIO VATICANO II, 1966, s.p.).

Para isso, devemos considerar as circunstâncias, as finalidades, o ambiente e o contexto social, econômico, cultural e religioso. Todos devem buscar ter consciência formada quanto ao uso dos meios de comunicação, visto que se tornou algo indispensável no âmbito das relações humanas e sociais. Por todos terem direito, exige-se que a comunicação "seja sempre verdadeira e íntegra, observadas as exigências da justiça e da caridade" (CONCÍLIO VATICANO II, 1966, s.p.).

A comunicação midiática e as tecnologias precisam rever caminhos e elementos articuladores com a sociedade. A evangelização, nos meios de comunicação, não se trata apenas do uso da tecnologia, mas da vivência da fé em consonância com a ética – a fé que está em consonância com a sociedade e cultura. É preciso formação e compreensão sobre a cultura e as informações disseminadas para que a evangelização cumpra sua missão (PUNTEL, 2011).

Vemos que "a presença religiosa na era digital, portanto, facilita o acesso aos mais diversos saberes sagrados, a partilha de experiências místicas variadas, à troca de informações em âmbito global" (BRISTOLIN, 2016, p. 507). A cultura midiática e o avanço das tecnologias e das redes sociais favorecem a amplificação da mensagem cristã. A comunicação é interação dos indivíduos, e "a comunicação não pode reduzir-se a simples instrumentos técnicos de transmissão, mas deve ser considerada como um processo de relação entre os homens" (PUNTEL, 2011, p. 229).

Compreende-se que:

A Igreja assume o desafio de desenvolver uma comunicação adequada aos nossos tempos. Por exemplo, hoje já não se trata de *dirigir uma comunicação à sociedade*, segundo o modelo de transmissão, mas uma comunicação a partir e entre os mundos sociais, seguindo um modelo de participação, colaboração, intercâmbio e diálogo, como percebemos no processo da internet e especificamente das redes sociais (PUNTEL, 2011, p. 238).

O conceito de religião, dentro de uma era digital, passa a sofrer nuances, o que acarreta a mudança do comportamento religioso; alguns exemplos são: a participação em encontros e formações que se expandem do ambiente geográfico de uma comunidade para acolher outros membros de diferentes locais; a facilitação do acesso aos conteúdos formativos e o aprofundamento em documentos e informações por textos, vídeos e *podcasts*; e a interação e a propagação da mensagem cristã, desde os encontros presenciais até os realizados de forma virtual em diferentes plataformas e redes sociais. A internet fez ampliar os discursos religiosos e a influência nas mídias e na formação em grande massa. Sabe-se que as mídias e os discursos estão cada vez mais difusos, principalmente após o período da pandemia da COVID-19. As tecnologias e as mensagens propagadas em redes sociais devem ser avaliadas, de maneira crítica, observando o campo em que executam a ação de evangelização (EVOLVI; SOUZA; TUDOR, 2021).

Deve-se compreender as palavras do Papa Francisco (2020) por ocasião do 54º Dia das Comunicações Sociais, que nos revela que não devemos seguir as lógicas do *storytelling* nem as de fazer ou se fazer publicidade. A Igreja deve fazer memória daquilo que somos aos olhos de Deus (FRANCISCO, 2020). Existe uma grande gama de testemunhas (influenciadores digitais cristãos) que expõe sua experiência com o sagrado. Essa experiência se manifesta em diferentes perspectivas: artística, musical, dança, entre outras. São essas experiências que geram conteúdos midiáticos e fazem com que outros possam se converter à religiosidade e mesmo a Igrejas (BISPO, 2018).

O que a Igreja Católica afirma sobre isso? Ela está se manifestando sobre essa realidade ou ainda está omissa? Se há manifestação, é favorável ou desfavorável à presença das TICs em ambientes religiosos, dentro e fora de momentos ritualísticos fundamentais desta religião?

De simples realidade virtual e paralela à experiência real, muitos, principalmente jovens, encontram dificuldades em distinguir uma vida on-line e uma vida off-line. Não se trataria mais apenas de meio técnico que possibilita experiências específicas, mas da própria construção da experiência em si (AZEVEDO; FERREIRA, 2018, p. 65).

O Documento de Aparecida expõe que os meios de comunicação de massa apresentam um novo modo de anunciar a mensagem cristã, oferecendo, em tempo real, a transmissão da mensagem de fé e proporcionando conteúdos que favorecem o sentido da realidade. As informações transmitidas devem ser cada vez mais elaboradas e trabalhadas, pois o próprio documento manifesta que a desinformação só se resolve com mais informação. A transmissão da fé não se faz como nas antigas tradições, isto é, pela interação das gerações e pela cultura. No contexto atual, os meios de comunicação invadiram a realidade e os espaços sociais e familiares e, conseqüentemente, assumiram o papel de transmissor das mensagens que antes se davam no âmbito familiar e comunitário local (CONSELHO EPISCOPAL LATINO-AMERICANO, 2007).

Considerações finais

A comunicação deve compreender sua historicidade e caminhar conforme os progressos humanos e tecnológicos, estando em conformidade com a ética não só para não se perder, mas para promover a dignidade humana e, no âmbito da comunicação cristã, continuar a propagação do Reino de Deus. Nessa perspectiva, vemos que "as inovações causam impacto sobre a forma de ser cristão no mundo. Alteram também as possibilidades de relação com o mistério, pois a Palavra de Deus pode ser acolhida pelo rádio, pela televisão ou pela internet" (BRUSTOLIN, 2012, p. 323).

As estratégias midiáticas são fundamentais na divulgação da mensagem religiosa, para que se

mantenha contato com os fiéis. Assim, deve-se obter estratégias que possam agir na realidade social (MELO, 2015). A tecnologia e as suas ferramentas proporcionam um novo modo de atuar e provocam novas formas de evangelizar e de interagir. O meio virtual permite que os fiéis se tornem não apenas participantes ou espectadores, como também difusores dos conteúdos religiosos (MELO, 2015). Conforme o decreto *Inter Mirifica*, cabe a todos os filhos da Igreja utilizar os meios de comunicação social e se empenhar nas mais variadas formas de apostolado (CONCÍLIO VATICANO II, 1966). As realidades e as circunstâncias do nosso tempo exigem boas iniciativas para o cumprimento da missão de pregar a palavra divina. Sejam os pastores ou os leigos, ao usarem os meios de comunicação, deve-se procurar dar testemunho de Cristo em comunhão com a ação pastoral da Igreja (CONCÍLIO VATICANO II, 1966).

Deve-se cuidar para que a religião ou mesmo a manifestação religiosa não caia em um contexto relativista – isto é, que a mensagem cristã possa ser mudada ou interpretada conforme a necessidade de cada grupo ou mesmo conforme os interesses pessoais ou ideológicos. Isso porque a religião, na *web*, pode cair em uma modalidade de pluralidade de espiritualidades e de experiências em relação ao sagrado. A experiência do sagrado, vivida apenas pelas redes sociais, pode fazer um deslocamento de um segmento da religião para uma religião de espiritualidade (GIORDAN; PACE, 2012).

A Igreja Católica avançou na compreensão do uso dos meios de comunicação, pois, além do cuidado com os conteúdos e as questões morais, vê-se que a realidade digital e a tecnologia são instrumentais para o anúncio da mensagem cristã. Os impactos que se dão na vida cotidiana da Igreja são em favor da transmissão da fé e da propagação da dignidade humana (AZEVEDO; FERREIRA, 2018).

Em uma realidade em que as tecnologias digitais nos proporcionam experiências e novidades, sem precisar de muitos esforços, a mídia, as redes sociais e os novos canais de comunicação e de interação social devem proporcionar conheci-

mento e informação, bem como propor encontros que fortaleçam a vivência cristã (ALBUQUERQUE; SANTOS, 2020). Papa Francisco (2019, s.p.), na sua mensagem para o 53º Dia Mundial das Comunicações Sociais, lembra-nos de que "somos membros uns dos outros' (Ef 4,25); das comunidades de redes sociais à comunidade humana". Com esse tema, declarou a importância de vivermos a realidade e de não escondermos a beleza do Evangelho. A rede tecnológica é uma oportunidade para promover encontros e formar comunidades.

É importante anunciar e transmitir a fé que temos. Mesmo diante das dificuldades, é preciso que a comunicação não seja apenas virtual, mas que também possa ser pessoal, como indica o tema da mensagem do 55º Dia Mundial das Comunicações Sociais (FRANCISCO, 2021, s.p.): "vem e verás' (Jo 1,46). Comunicar encontrando as pessoas onde estão e como são". É necessário, cada vez mais, levar a humanidade a conhecer a mensagem cristã. Como declara Papa Francisco (2021, s.p.) nesta mensagem: "todos estamos chamados a ser testemunhas da verdade: a ir, ver e partilhar".

Conclui-se que a influência da cultura digital, concomitantemente à ação de evangelização da Igreja Católica, é benéfica para o anúncio da palavra divina, para a formação do povo cristão católico e para o crescimento da experiência com o sagrado. Das pequenas comunidades de batizados, surgem grandes redes de fé e de compromisso com o Evangelho. E a vida comunitária se fortalece com a possibilidade de compartilhamento de ideias, estudos, formações e eventos em função do anúncio da Boa Nova. As tecnologias auxiliam no fortalecimento e no crescimento de técnicas de informação, cultura e transmissão da mensagem da Igreja. Assim, a cibercultura se apresenta como um meio de evangelização. Graças ao crescimento das redes sociais e, de forma especial, dos grupos cristãos católicos inseridos nas plataformas e comunidades digitais, há um maior número de pessoas que são acolhidas e recebem conteúdos que fomentem a ética, a formação humana e civil e a transmissão da fé.

Referências

ALBUQUERQUE, Ludimila Carneiro; SANTOS, Deyse Luciano de Jesus. Lives da fé: as fronteiras entre a igreja e a comunicação virtual em tempo de isolamento social. *Folha de Rosto*, v. 6, n. 2, p. 32-43, 2020.

AZEVEDO, Bonnie Moraes Manhães de; FERREIRA, Raphael da Silva. Redes sociais e religião: a Igreja Católica diante da sociedade imagética conectada. *Numem*, Juiz de Fora, v. 21, n. 1, p. 62-80, 2018.

BISPO, Raphael. Na corrente midiática da fé: comunicação de massa e dinâmicas contemporâneas do testemunho evangélico. *Horizonte Antropológico*, Porto Alegre, n. 52, p. 249-277, 2018.

BRUSTOLIN, Leomar Antônio. Eucaristia na era digital: a questão da presença e da participação. *Teocomunicação*, Porto Alegre, v. 42, n. 2, p. 322-342, 2012.

BRUSTOLIN, Leomar Antônio. O senso religioso na era digital: a nova ambiência da fé. *Horizonte*, Belo Horizonte, v. 14, n. 42, p. 497-517, 2016.

CONCÍLIO VATICANO II. Decreto Inter Mirifica sobre os Meios de Comunicação Social. *Vaticano*, Vaticano, 1966. Disponível em: https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_po.html. Acesso em: 30 abr. 2023.

CONSELHO EPISCOPAL LATINO-AMERICANO. *Documento de Aparecida*: texto conclusivo da V Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano e do Caribe. 4. ed. São Paulo: Paulus, 2007.

DÍEZ, Felicísimo Martínez. *Teologia da Comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1997.

EVOLVI, Giulia; SOUZA, Marco Túlio de; TUDOR, Mihaela Alexandra. Mídia, religião e religiosidade na era digital. *Revista Tropos*, Rio Branco, v. 10, n. 1, p. 1-14, 2021.

FRANCISCO, Papa. Mensagem do Papa Francisco para o LIII Mundial das Comunicações Sociais. *Vaticano*, Vaticano, 2019. Disponível em: https://www.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20190124_messaggio-comunicazioni-sociali.html. Acesso em: 30 abr. 2023.

FRANCISCO, Papa. Mensagem do Papa Francisco para o LIV Mundial das Comunicações Sociais. *Vaticano*, Roma, 2020. Disponível em: https://www.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20200124_messaggio-comunicazioni-sociali.html. Acesso em: 30 abr. 2023.

FRANCISCO, Papa. Mensagem do Papa Francisco para o LV Mundial das Comunicações Sociais. *Vaticano*, Roma, 2021. Disponível em: https://www.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20210123_messaggio-comunicazioni-sociali.html. Acesso em: 30 abr. 2023.

FRANCISCO, Papa. Mensagem do Papa Francisco para o LVI Mundial das Comunicações Sociais. *Vaticano*, Roma, 2022. Disponível em: <https://www.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/20220124-messaggio-comunicazioni-sociali.html>. Acesso em: 30 abr. 2023.

GIORDAN, Giuseppe; PACE, Enzo. A religião como comunicação na era digital. *Civitas*, Porto Alegre, v. 12, n. 3, p. 418-438, 2012.

MELO, Mônica Santos de Souza. A utilização das redes sociais pela Igreja: novas formas de diálogo com o fiel. *Gláuks*, Viçosa, v. 15, n. 1, 2015.

PONTÍFICIO CONSELHO PARA COMUNICAÇÕES SOCIAIS. *Ética na Publicidade*. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2002.

PONTÍFICIO CONSELHO PARA AS COMUNICAÇÕES SOCIAIS. *Igreja e Internet*. 3. ed. São Paulo: Paulinas, 2006.

PUNTEL, Joana. *Cultura midiática e Igreja: uma nova ambiência*. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2008.

PUNTEL, Joana. A Igreja a caminho na comunicação. *Teocomunicação*, Porto Alegre, v. 41, n. 2, p. 221-242, 2011.

RODRIGUES, Luís Miguel Figueiredo. Evangelização e novas tecnologias. *Theologica*, Lisboa, série 2, v. 46, n. 2, p. 289-328, 2011.

SBARDELOTTO, Moisés. Deus em bits e pixels: uma análise das interações comunicacionais em rituais online católicos. *Acta Científica*, Engenheiro Coelho, v. 21, n. 2, p. 75-87, 2012.

VILELA, Renê Augusto da Silva. Diálogo entre ética e comunicação social: numa perspectiva religiosa. *Jornada PHAES*, São Paulo, v. 1, p. 60-65, 2021.

Renê Augusto Vilela da Silva

Doutorando em Teologia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo/SP, Brasil. Mestre em Teologia pela Faculdade Jesuíta de Filosofia e Teologia (FAJE), Belo Horizonte/MG, Brasil. Bolsista da FUNDASP.

Endereço para correspondência

Renê Augusto Vilela da Silva
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
Programa de Pós-Graduação em Teologia
Rua Monte Alegre, 984
Perdizes
São Paulo, SP, Brasil
05014-901

Os textos deste artigo foram revisados pela Texto Certo Assessoria Linguística e submetidos para validação dos autores antes da publicação.