



- f
- in
- ✉
- ...



REDES SOCIAIS E EVANGELIZAÇÃO
Literacia Mediática: O Caso do Clero Católico em Portugal



Manuel Fandos, Miguel Lopes Neto, Sandra Côrtes-Moreira, Walter-Federico Gadea | 11/04/2024



0:00

13:02



Num tempo de profundas alterações tecnológicas e digitais, as redes sociais substituíram o espaço público tradicional e ganharam nova relevância. Por isso, também nesta área é importante que a Igreja Católica saiba ler os “sinais dos tempos”. Por nos parecer uma reflexão relevante, o 7MARGENS publica este texto sobre a utilização das redes sociais pelo clero português, que resulta de um trabalho coletivo tendo por base um outro artigo já publicado pelos autores, aos quais agradecemos a disponibilidade para publicar esta versão.



“Não há dúvida de que, com a chegada dos meios digitais, a reflexão sobre o uso cristão católico e o posicionamento que todo o crente deve

ter na sociedade em rede tornou-se mais presente nos documentos da Igreja, além dos já mencionados.”

As mudanças sociais e culturais do final do século XX e o desenvolvimento das tecnologias levaram a Igreja a valorizar a

comunicação em suas diversas formas, incentivando os católicos a utilizar seus diferentes modos para a evangelização.

Existem muitas razões pelas quais a própria Igreja Católica pode e deve identificar este e outros fenómenos como “sinais dos tempos”, aspecto que já é abordado na encíclica *Pacem in Terris*, promulgada pelo Papa João XXIII em 1963, incentivando os cristãos a descobrir na história e no mundo os lugares e ocasiões em que a graça de Deus se manifesta, reconhecendo que Deus, como criador, se manifesta no “progresso científico e avanços técnicos” e que faz parte da tradição eclesial, algo enfatizado pelo próprio Concílio Vaticano II, por exemplo, no seu Decreto *Inter Mirífica* ou na Constituição *Gaudium et Spes*, quando, referindo-se às mudanças que a sociedade vivenciava naquele momento, no número 4, diz: “[...] Tanto é assim que já se pode falar de uma verdadeira metamorfose social e cultural, que também tem repercussões na vida religiosa”. Da mesma forma, o Decreto *Ad Gentes* [do mesmo Concílio] propõe aproveitar os recursos e meios para a tarefa evangelizadora.

Não há dúvida de que, com a chegada dos meios digitais, a reflexão sobre o uso cristão católico e o posicionamento que todo o crente deve ter na sociedade em rede tornou-se mais presente nos documentos da Igreja, além dos já mencionados. Trata-se de encarar essas inovações como uma porta de entrada no espaço público e uma nova forma de viver e construir um espaço cultural, defendendo a presença da Igreja na rede (Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais, 2002).

A Igreja Católica, neste contexto de nova evangelização,

precisa que os cristãos desenvolvam competências no uso di-

precisa que os cristãos desenvolvam competências no que diz respeito ao domínio da linguagem visual, das metalinguagens e dos idiomas mistos, que podem ir muito além do conteúdo verbal, para que todos possam evangelizar através dos meios, ou seja, que a literacia mediática constitua uma parte do conjunto de habilidades que todos os fiéis, e claro, também os sacerdotes, necessitam atualmente. Da mesma forma, é indispensável que essa educomunicação faça parte da pesquisa e da prática da evangelização.

f

in

✉

...

Essa alfabetização implicaria a existência de competências que fossem além da instrumentalização ou da simples decodificação. Uma vez que deixamos de ser apenas recetores e nos tornamos produtores, não nos interessa apenas saber como podemos usar os dispositivos, mas também utilizar estratégias e habilidades de receção e compreensão, bem como de expressão e criação, para estarmos neste universo comunicacional transmedia, de forma crítica e com conhecimento de todas as dimensões associadas ao ato de comunicar. Somente assim, se chegará a uma comunicação testemunhal, na qual o *eu* (marca atual da identidade dos usuários dos meios digitais) possa transformar-se verdadeiramente num testemunho cativante e dinâmico, mostrando uma necessária literacia mediática, que contemple a interação, a criatividade, a estética, a inovação e a cocriação, para gerar comunidade. Trata-se de fazer com que cada cristão seja um agente de pastoral ou um comunicador eficiente, construtor, afinal, de um testemunho que revele uma identidade forte e baseada no Evangelho, também na rede, um contexto existencial em que nos movemos hoje (onde a fé deve expressar-se) e tornar-se um espaço de continuação da própria vida.

É necessário encontrar formas apropriadas de comunicar nos

E é necessário encontrar formas apropriadas de comunicar nos *media*, sendo os católicos obrigados a envolver-se e a conhecer o que são e como agir neles, assim como integrar a mensagem cristã na “nova cultura” gerada pela sociedade da comunicação, como é mencionado na instrução pastoral *Aetatis Novae* (Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais, 1992; *Acta Apostolicae Sedis* 1992, 84: 456), marcadas pela bilateralidade, flexibilidade, verticalidade e horizontalidade, dada a importância dos meios digitais.

f

in

✉

...

Esta análise sobre a importância da comunicação digital para a construção de comunidades *online* foi realizada por alguns autores como Fiorentini, Fandos ou Spadaro, que buscaram entender a rede, o digital, como espaços de interação dos crentes, das instituições religiosas e de mudança na forma de realizar os rituais, sendo um espaço de mistura de novos e velhos estilos de relação social. Outros autores como Díez-Bosch, MicóSanz e Sabaté-Gauxachs afirmam, até mesmo, que a participação será uma das formas mais entusiastas de compromisso dos católicos, que “aterraram neste terreno digital para exportar o sentido de comunidade que faz parte de sua identidade”.

Assim, podemos pensar qual é o lugar da Igreja neste ambiente e entender sua atuação? Está a ocorrer, ou não, uma convergência dos católicos na rede e um uso massivo dos canais, plataformas e aplicativos digitais, para alimentar o

espírito comunitário e a identidade própria daqueles que professam a fé católica?

Diante da maneira como a tecnologia transforma, não apenas a forma como nos comunicamos, mas também a própria

comunicação e cultura, os católicos têm sido capazes de

comunicação e cultura, os católicos têm sido capazes de

organizar seu pensamento e ação, demonstrando uma clara melhoria do seu nível de literacia mediática, para integrar e dar um melhor testemunho nesses meios?

A partir desta perspetiva, perguntamo-nos o que pensa o clero sobre o uso, interesse e possibilidades que esses recursos e meios oferecem para serem aproveitados na sua ação ministerial e pastoral. Quais os recursos que têm utilizado e que expectativas têm gerado.

f

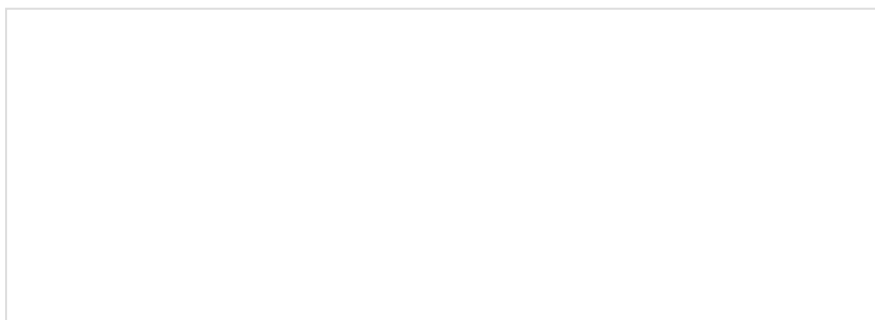
in

✉

...

Os principais objetivos deste estudo são compreender a opinião do clero português sobre o potencial dos recursos, meios e canais digitais na sua atividade ministerial, bem como os meios de comunicação que utilizam com mais frequência e o uso que fazem destes recursos no seu trabalho pastoral. Partimos de duas questões de investigação:

1. Os padres portugueses utilizam os meios digitais (redes sociais e plataformas)?
2. Que atitudes demonstram em relação a este uso, facto que poderia dar nota as suas habilidades de literacia mediática?





“O segmento com maior percentagem de sacerdotes desta amostra é o correspondente aos que têm entre 41 e 50 anos, seguido do grupo dos que têm mais de 60 anos. Com uma percentagem menor, os de idades mais baixas, entre 31 e 40 anos e, com grande diferença em relação aos outros grupos, os de 21 a 30 anos.”

A partir dos dados obtidos de uma amostra aleatória do clero católico em Portugal, procuramos conhecer quais foram as orientações e as mudanças na comunicação nos últimos anos.

O questionário foi administrado através de um formulário *online*, através do qual as pessoas aceitaram participar nesta pesquisa, que cumpre a Lei de Proteção de Dados e as normas éticas da Universidade.

Foi convidado a participar o clero de todas as dioceses portuguesas, com o conhecimento dos seus respetivos bispos, que foram contactados através das redes sociais e dos correios eletrónicos institucionais. Os dados foram recolhidos ao longo de seis meses. A amostra final compreende as respostas de 566

clérigos, distribuídos aleatoriamente entre as 21 dioceses portuguesas (quase 25% do universo). Tendo em conta que em Portugal existem 3086 clérigos, a amostra tem um nível de confiança de 99% e uma margem de erro de 0,5%.

O segmento com maior percentagem de sacerdotes desta

O segmento com maior percentagem de sacerdotes desta

amostra é o correspondente aos que têm entre 41 e 50 anos, seguido do grupo dos que têm mais de 60 anos. Com uma percentagem menor, os de idades mais baixas, entre 31 e 40 anos e, com grande diferença em relação aos outros grupos, os de 21 a 30 anos.

Ao analisar quais os meios mais utilizados, concluímos que são o YouTube, o Facebook, o WhatsApp e o Instagram. No caso do YouTube, os grupos etários mais baixos concentram a maioria dos utilizadores, observando-se um decréscimo mais acentuado a partir do grupo dos 56 aos 60 anos. O Facebook é a rede que agrega o maior número de utilizadores, sendo a preferida pelos indivíduos com 30 anos ou menos (94,73%) e a menos utilizada pelo grupo dos 71 anos ou mais (62,90%), que, no entanto, representa o maior número de utilizadores em relação a qualquer outra rede ou plataforma analisada.

O segundo meio mais utilizado é o WhatsApp (os clérigos entre 31 e 35 anos são os que mais o utilizam: 86,84%) e o Instagram está longe de liderar as preferências da amostra. Hangout, Jitsi Meet e Podcasts são os meios menos utilizados.

Quanto aos recursos que não poderíamos classificar como “redes sociais”, abordamos duas situações:

- o caso das plataformas utilizadas para encontros ou reuniões online: a plataforma que reúne o maior número de utilizadores é o Zoom (o grupo dos 31 aos 35 anos é quem mais a utiliza – 89,47% – e os padres de 71 anos ou mais são os que menos a utilizam – 54,83%).
- os *web sites* paroquiais e diocesanos: verificamos que o seu uso é sempre inferior ao das redes sociais.

Observando parâmetros cruzados, como “grupo etário do

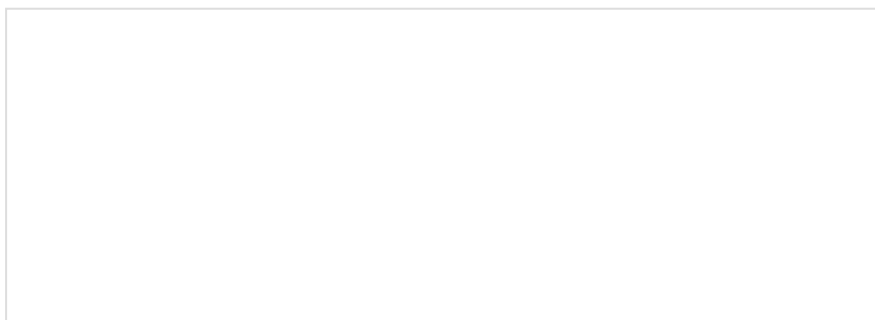


clero” e “alto grau de satisfação da resposta dos utilizadores”, notamos como os padres entre 36 e 40 anos e (embora um pouco menos entusiastas) os entre 66 e 70 anos indicam que a experiência de resposta dos fiéis tem sido claramente satisfatória, embora o restante dos grupos etários apresente uma certa divisão de opiniões.

Ao considerar a relevância destes meios na tarefa pastoral e evangelizadora, são os sacerdotes entre 31 e 35 anos, que manifestam uma visão menos positiva a este respeito.

No que diz concerne à “possibilidade de criar comunidades online” e “grupo etário e necessidade de formação”, em geral, há uma ampla aceitação (acima dos 60%) dos meios a esse respeito, embora surjam algumas dúvidas entre os padres de 31 a 35 anos e de 56 a 65 anos.

Conclusões





Papa Francisco no encontro com os membros do Consórcio Internacional dos Média Católicos. Foto © Daniel Ibáñez – CNA

1. O clero português continua a fazer uso generalizado dos recursos digitais e das redes sociais, demonstrando que os vê e os entende como meios válidos para chegar aos seus fiéis com o objetivo de manter viva a comunidade e evangelizar.

2. O estudo revela que existem diferenças entre os grupos etários, na forma como valorizam e utilizam o meio digital. Embora todos tenham utilizado canais institucionais e preexistentes, são os grupos etários mais jovens que valorizam e utilizam os canais digitais e preexistentes, especialmente os de 31 a 35 anos, enquanto os grupos etários mais avançados, especialmente os de 56 a 70 anos, mostram certa resistência em utilizar os meios digitais nas suas práticas pastorais. Entre estes grupos, existe a perceção de que estes meios e recursos são interessantes para determinadas ações, como a disseminação ou generalização da informação, como “alto-falante” de anúncios ou notícias, mas menos úteis para a tarefa de evangelização propriamente dita, que se baseia mais no contato interpessoal não mediado.

3. É necessário repensar a materialização da Fé, tendo em

conta os possíveis usos do digital e a sua contribuição para

criar outra dimensão da vida comunitária, considerando que o digital é um ambiente no qual a Igreja pode e deve ter uma ação evangelizadora. A integração do digital e da *web* no *modus vivendi* cristão poderia ser uma possibilidade de “desterritorialização” das comunidades, que permitiria a todos seguir a existência e as celebrações com as quais se identificam, por exemplo, em áreas despovoadas, facto que deveria coexistir, naturalmente, com a experiência presencial da Eucaristia e outras dinâmicas comunitárias.

f

in

✉

...

4. Tendo em conta que a maioria do público que assiste às celebrações é de meia-idade ou mais velho, seria conveniente considerar a alfabetização mediática dos fiéis. Este facto deveria ser uma boa razão para contribuir para o trabalho de alfabetização mediática dos fiéis e para diminuir a desigualdade existente idade, nível social e infoexclusão desses mesmos fiéis, já que a Igreja tem uma forte responsabilidade social.

Fandos, M.; Lopes Neto, M.; Côrtes-Moreira, S. y Gadea, W. F.

(2024). «[Alfabetización mediática: el caso del clero católico en Portugal](#)».

Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura, en prensa, 1-18. DOI:

Miguel Lopes-Neto é diretor do Gabinete de Comunicação da Diocese do Algarve e reuniu este grupo de investigadores, em torno da sua tese de doutoramento (Doctorado Interuniversitário de Comunicación), tendo a estreita colaboração dos seus diretores Manuel Fandos (Universidad Internacional de La Rioja) e Walter-Federico Gadea (Universidad de Huelva), assim como de Sandra Côrtes-Moreira (Universidade de Huelva). Trabalham

numa proposta que pretende dar a conhecer o nível de literacia mediática do clero, que permitirá propor novos caminhos nesta área dentro da Igreja Católica.

Temas: Manuel Fandos Média Média digitais

Miguel Lopes Neto redes sociais Sandra Côrtes-

Moreira Walter-Federico Gadea



Notícias Relacionadas

Notícias Relacionadas



Abusos sexuais de muçulmanas geram movimento #MeToo...



Fugir do X



A mãe triste e as "muitas oportunidades" do padre...



Padre António Rego: Comunicador de corpo inteiro,...

Últimas Notícias

Últimas Notícias

DECISÃO JUDICIAL

**Arcebispo de Atenas reage
contra “nacionalização” do
Mosteiro de Santa Catarina no
Monte Sinai novidade**

7MARGENS | Mai 29, 2025

**Cabo Verde, o “Negro Manuel”
e o Papa Francisco novidade**

Lígia Fonseca, Praia (Cabo Verde) | Mai 29, 2025



Repor a verdade novidade

Pedro Vaz Patto | Mai 29, 2025

UM “RETIRO” DE IVEREIGH COM FRANCISCO

Um livro que nos lê

Paulo Ramos | Mai 28, 2025



f

in



7MARGENS é um jornal digital de Religiões, Espiritualidades e Culturas

Propriedade de Associação Porta 18 [ACSFL]

R. da Páscoa, 12 – R/C Dtº – 1250-179 Lisboa | NIPC: 514 876 905

Redação Lisboa: Largo da Luz, 11, 1600-764 LISBOA

IBAN: PT50 0035 0675 0004 6941 7308 1 (CGD)

SOBRE NÓS

CONTACTOS

TRANSPARÊNCIA

ASSINAR

APOIAR

O 7MARGENS aceita e incentiva a colaboração escrita, em vídeo ou audio dos seus leitores. Reserva-se o direito de os difundir ou não e aconselha que os textos não excedam os 4.000 caracteres.

