



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

Manipulación en imágenes visuales y sonoras en ficción y no ficción

Coords.

Agustín Gómez Gómez

Daniel Acle

Mireya Rocío Carballada Camacho

Dykinson, S.L.

MANIPULACIÓN EN IMÁGENES VISUALES
Y SONORAS EN FICCIÓN Y NO FICCIÓN



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

MANIPULACIÓN EN IMÁGENES VISUALES
Y SONORAS EN FICCIÓN Y NO FICCIÓN

Coords.

AGUSTÍN GÓMEZ GÓMEZ
DANIEL ACLE
MIREYA ROCÍO CARBALLEDA CAMACHO

Dykinson, S.L.

2023

MANIPULACIÓN EN IMÁGENES VISUALES Y SONORAS EN FICCIÓN Y NO FICCIÓN

Diseño de cubierta y maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Dykinson S.L.

Madrid - 2023

N.º 119 de la colección Conocimiento Contemporáneo

1ª edición, 2023

ISBN: 978-84-1122-931-9

NOTA EDITORIAL: Los puntos de vista, opiniones y contenidos expresados en esta obra son de exclusiva responsabilidad de sus respectivos autores. Dichas posturas y contenidos no reflejan necesariamente los puntos de vista de Dykinson S.L., ni de los editores o coordinadores de la obra.

Los autores asumen la responsabilidad total y absoluta de garantizar que todo el contenido que aportan a la obra es original, no ha sido plagiado y no infringe los derechos de autor de terceros. Es responsabilidad de los autores obtener los permisos adecuados para incluir material previamente publicado en otro lugar. Dykinson S.L. no asume ninguna responsabilidad por posibles infracciones a los derechos de autor, actos de plagio u otras formas de responsabilidad relacionadas con los contenidos de la obra. En caso de disputas legales que surjan debido a dichas infracciones, los autores serán los únicos responsables.

INDICE

INTRODUCCIÓN. NO CREAS EN TODO LO QUE VES Y OYES. LA MANIPULACIÓN EN IMÁGENES SONORAS Y VISUALES DEL AUDIOVISUAL.....	12
---	----

AGUSTÍN GÓMEZ
DANIEL ACLE
MIREYA CARBALLEDA

SECCIÓN I

LA MANIPULACIÓN CLÁSICA EN EL INFOENTRETENIMIENTO, EL DOCUMENTAL Y LA FICCIÓN AUDIOVISUAL

CAPÍTULO 1. LA ESPAÑA DE ORSON WELLES. CONTEXTO Y ESTRATEGIAS EN <i>NELLA TERRA DI DON CHISCIOTTE</i>	23
---	----

ÁLVARO GIMÉNEZ SARMIENTO

CAPÍTULO 2. HISTORIA, LITERATURA INFANTIL Y JUVENIL E INTERMEDIALIDAD: RE-PRESENTACIONES FICCIONALES DEL BARÓN ROJO	40
---	----

JUAN CARANDELL ROJO
ROCÍO JODAR JURADO

CAPÍTULO 3. TIPOS DE VIOLENCIA IDENTIFICADOS EN LA ESCUELA DE MAGIA HOGWARTS: HARRY POTTER Y EL PRISIONERO DE AZKABAN	55
---	----

NIEVES GUTIÉRREZ ÁNGEL
ISABEL MERCADER-RUBIO

CAPÍTULO 4. EL DOCUMENTAL – ENSAYO COMO MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	62
--	----

CLARA LÓPEZ CANTOS
CARLOS SERRANO

CAPÍTULO 5. CONCURSOS DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS: ENTRE LA REALIDAD Y LA MANIPULACIÓN	82
--	----

SERGIO TOLEDO ARAL..... 82

CAPÍTULO 6. EL MUNDO FARMACÉUTICO EN EL CINE ESPAÑOL Y EXTRANJERO.....	98
--	----

JUAN NÚÑEZ VALDÉS
ESTEBAN MORENO TORAL
ANTONIO RAMOS CARRILLO
ROCÍO RUIZ ALTABA

CAPÍTULO 7. LAS CLAVES DEL DISCURSO CINEMATOGRAFICO DE HARUN FAROCKI SOBRE EL PASADO. EL ENSAYO AUDIOVISUAL COMO FORMA DE ACCESO AL DOLOR.....	119
CORA CUENCA	
CAPÍTULO 8. ¿Y SI ES EL ISLAM EL ASESINO? LA RETÓRICA DE LA ISLAMOFOBIA EN <i>THE NIGHT OF</i> (2016).....	136
BRENDA PÉREZ-ZAPATER	
ALFONSO CORRAL	
CAPÍTULO 9. EL PENSAMIENTO CRÍTICO COMO ARMA EN TIEMPO DE GUERRA: LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA ESTRATEGIA DEL <i>MILITAINMENT</i>	154
LUIS ALONSO MARTÍN-ROMO	
ANTONIO JESÚS PINTO TORTOSA	
CAPÍTULO 10. EL ACOSO ESCOLAR EN LAS SERIES ADOLESCENTES ESPAÑOLAS. ESTUDIO DE CASO DE <i>COMPAÑEROS</i> (1998), <i>FÍSICA O QUÍMICA</i> (2008) Y <i>MERLÍ</i> (2015).....	173
CRISTINA HERNÁNDEZ-CARRILLO	
CAPÍTULO 11. ¿CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD O DE LA VEROSIMILITUD? LA SEVILLA PRE-EXPOSICIÓN UNIVERSAL EN <i>GRUPO 7</i> A TRAVÉS DE LA MIRADA DE ALBERTO RODRÍGUEZ	192
MARÍA JOSÉ BOGAS RÍOS	
CAPÍTULO 12. LA IMAGEN EN EL CINE Y EN EL NO-DO DEL ATLÉTICO AVIACIÓN, EL EQUIPO MILITAR DEL FRANQUISMO (1943-1946)	231
JOSÉ ÓSCAR PLAZA	
SERGI CORTIÑAS-ROVIRA	
CAPÍTULO 13. LOS MECANISMOS DE CONTRADISCURSO DEL ARTE FRENTE AL SESGO DE LOS <i>MASS-MEDIA</i> PRESENTES EN LA VIDEOINSTALACIÓN <i>COMMUNITAS</i> DE AERNOUT MIK.....	253
MARÍA LUZ RUIZ BAÑÓN	
CAPÍTULO 14. COMPONENTES DE LA MARCA TRANSMEDIA PAW PATROL.....	271
ROSALÍA URBANO	
CAPÍTULO 15. EL PAISAJE ESCENIFICADO EN LA HISTORIA DEL CINE. DEL CINE DE CARTULINA AL CINE TRIDIMENSIONAL	287
ALICIA PALACIOS-FERRI	
CAPÍTULO 16. EL PAISAJE HABLA, NOSOTROS LO VEMOS. SEMIÓTICA DEL PAISAJE A TRAVÉS DEL MEDIO CINEMATOGRAFICO.....	316
ALICIA PALACIOS-FERRI	

CAPÍTULO 17. DIVAGAR EN MADRID: ENTRE EL CINE DE MARCO FERRERI Y EL DE FERNANDO LEÓN DE ARANOA	339
LUIS DELTELL ESCOLAR	
ELIOS MENDIETA	
CAPÍTULO 18. LA ERA DEL IMPERIO: ANÁLISIS DE LOS DIFERENTES SISTEMAS POLÍTICOS REPRESENTADOS EN LA TRILOGÍA ORIGINAL DE <i>STAR WARS</i>	354
JUAN CARANDELL ROJO	
CAPÍTULO 19. CAMBIOS CULTURALES, PAISAJÍSTICOS E IDENTITARIOS DEL PAISAJE CINEMATOGRAFICO. DESIERTO DE TABERNAS COMO CASO DE ESTUDIO	373
ALICIA PALACIOS-FERRI	
CAPÍTULO 20. DESBORDAR LAS FRONTERAS DE LO REAL. <i>EL MÓVIL</i> (1987, JAVIER CERCAS): MECANISMOS ESTILÍSTICOS Y SU RELECTURA CINEMATOGRAFICA	393
ELIOS MENDIETA	

SECCIÓN II

UNIVERSOS SONOROS. EL TIEMPO DE LA ORALIDAD DIGITAL	409
CAPÍTULO 21. ¿RADIO O PODCASTS? JÓVENES Y CONTENIDOS SONOROS EN EL MEDIO RURAL	410
INÉS ARRANZ RODRÍGUEZ	
MARÍA BERGAZ PORTOLES	
LUIS ALONSO MARTÍN-ROMO	
CAPÍTULO 22. EL <i>PODCASTING</i> : UN INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN ORAL EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO	426
ÁLVARO CLAVIJO CORCHERO	
CAPÍTULO 23. HIP HOP PODCAST. UN NUEVO EPISODIO DEL RAP EN ESPAÑA	442
CELESTE MARTÍN-JUAN	
CAPÍTULO 24. LA INFLUENCIA POLÍTICA DE LA RADIO EN ESPAÑA. FACTORES PREDICTIVOS A PARTIR DE LOS DATOS DEL CIS	456
DAVID GARCÍA-MARÍN	
CAPÍTULO 25. ANÁLISIS DEL PÓDCAST DE LAS #CHARLASEDUCATIVAS: APRENDIZAJE INFORMAL EN FORMATO AUDIO	480
INGRID MOSQUERA GENDE	

CAPÍTULO 26. UNA PROPUESTA PARA MEJORAR EL APRENDIZAJE Y LA GESTIÓN DE EMOCIONES EN PERSONAS CIEGAS A PARTIR DE PAISAJES SONOROS.....	499
SUSANA QUIRÓS ALPERA	
RAFAEL ROBINA RAMÍREZ	
LUIS MANUEL CERDÁ SUÁREZ	
CAPÍTULO 27. ANÁLISIS DEL PÓDCAST EN ESPAÑA: LISTAS DE POPULARIDAD EN IVOOX Y SPOTIFY	516
ELENA CAPAPÉ POVES	
HÉCTOR JAVIER OLIVA CANTÍN	
MARÍA ROMERO CALMACHE	
CAPÍTULO 28. ESCUCHAR Y APRENDER SOBRE CULTURA DE PAZ: JÓVENES Y PODCAST EN MÉXICO	531
MARINA VÁZQUEZ GUERRERO	
CAPÍTULO 29. LA EVOLUCIÓN EN LA MEDICIÓN Y ANÁLISIS DE AUDIENCIAS DEL MEDIO RADIO: EL NUEVO PANORAMA.	546
JAVIER DE SOLA PUEYO	
LUZ MORCILLO CALERO	

SECCIÓN III

DIGITALIZACIÓN Y CAMBIO SOCIAL MIRADAS INTERDISCIPLINARES

CAPÍTULO 30. COMUNICACIÓN DIGITAL E INCLUSIÓN: ANÁLISIS COMPARATIVO EN DIFERENTES SECTORES DE LA POBLACIÓN.....	561
MARÍA MUÑOZ RICO	
MARÍA CORDÓN MUÑOZ	
RAFAEL GRASA MERINO	
CAPÍTULO 31. VALORACIÓN DEL USO DE LAS TICS EN EDUCACIÓN EN ESTUDIANTES DE SECUNDARIA. UNA APUESTA EN PRO DE LA INNOVACIÓN DOCENTE.	577
NOELIA NAVARRO GÓMEZ	
MARÍA DOLORES PÉREZ ESTEBAN	
ANA MARÍA MARTÍNEZ MARTÍNEZ	
CAPÍTULO 32. ATRIBUTOS DE LA ECONOMÍA DIGITAL: UN ANÁLISIS DE SU IMPACTO Y CONSENSO EPISTÉMICO EN LA ERA DE LA POSVERDAD	594
JAVIER SEIJO VILLAMIZAR	
SEBASTIÁN VILLASANTE	
CAPÍTULO 33. GÉNERO Y DIGITALIZACIÓN DEL CONSUMO CULTURAL EN LA JUVENTUD ESPAÑOLA EN 2022.....	621
PATRICIA RUIZ-ANGEL	
ELENA RUIZ-ANGEL	

CAPÍTULO 34. EXCLUSIÓN DIGITAL Y SALUD: LA VISIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN EN ESPAÑA	655
BRAN BARRAL BUCETA	
SUSANA BASANTA DÍAZ	
RAMÓN ÁNGEL BOUZAS LORENZO	
CAPÍTULO 35. LA JUVENTUD COMO MOTOR DE LA SOCIEDAD DIGITAL: REFLEXIONES DESDE LA CIBERNÉTICA Y LA TEORÍA DE SISTEMAS	674
JUAN JOSÉ LABORA GONZÁLEZ	
MAR DE SANTIAGO PÉREZ	
CAPÍTULO 36. GESTIÓN DE LA SOCIEDAD INFORMACIONAL EN LA GESTIÓN PORTUARIA: VISUALIZANDO UNA PROPUESTA INTEGRAL DE INDICADORES DE BUENAS PRÁCTICAS PARA EL CAMBIO EN DIGITALIZACIÓN Y ADAPTACIÓN A LA GESTIÓN DE LAS TIC'S	694
FEDERICO MARTÍN BERMÚDEZ	
JAVIER SEJO VILLAMIZAR	
CAPÍTULO 37. A IGREJA NA SOCIEDADE EM REDE A PARTIR DE MANUEL CASTELLS	718
MIGUEL LOPES NETO	
MANUEL FANDOS IGADO	
SANDRA CORTES MOREIRA	
CAPÍTULO 38. RTVPLAY Y NETFLIX, UNA COMPARATIVA ENTRE LA OFERTA PÚBLICA Y PRIVADA DE LAS OTT.	737
IVÁN TARÍN LÓPEZ	
CAPÍTULO 39. SISTEMA B-LEARNING PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA ENSEÑANZA EN BIOLOGÍA AVANZADA.....	761
ISMAEL DOMÍNGUEZ JIMÉNEZ	
SILVIA SOLEDAD MORENO GUTIÉRREZ	
CAPÍTULO 40. O TRIBUNAL DE JUSTIÇA DA UNIÃO EUROPEIA (TJUE) PERANTE A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL.....	775
DORA RESENDE ALVES	
MARIA JOÃO FERREIRA	
MARIA MANUELA MAGALHÃES SILVA	

SECCIÓN IV

EN LA FRONTERA DEL ARTE. MATERIALIZACIÓN, MANIFESTACIÓN Y GESTIÓN DE LA IMAGEN

CAPÍTULO 41. LA HEURÍSTICA EN LA ALGORITMIA CREATIVA.....	796
JOSÉ MIGUEL CHICO LÓPEZ	

CAPÍTULO 42. DIÁLOGO ENTE GESTO GRÁFICO Y LA ARCILLA LÍQUIDA COMO MATERIA PERFORMÁTICA.....	820
PAOLA RUIZ MOLTÓ	
CAPÍTULO 43. TECNOLOGÍAS INTERACTIVAS PARA TRANSFORMAR LA EXPERIENCIA EN EL MUSEO DE ARTE.	843
IRMA FUENTES MATA	
CAPÍTULO 44. DIBUJO TRIBAL, VIDA Y RITUAL EN LOS HOGARES DE LA INDIA RURAL.....	858
ANDREA DE LA RUBIA GÓMEZ-MORAN	
CAPÍTULO 45. METODOLOGÍAS DE CREACIÓN ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEA CON MEDIOS DIGITALES. EL PARADIGMA CREATIVO DEL DIBUJO Y LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL.....	874
JOSE ANTONIO VERTEDOR ROMERO	
CAPÍTULO 46. IMPACTO Y OPORTUNIDADES DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL ARTE VISUAL: PERSONALIZACIÓN DE LA CREATIVIDAD CON STABLE DIFFUSION Y CONTROLNET.....	894
DAVID POLO SERRANO	
JUAN PABLO MICALETTO BELDA	
PABLO MARTÍN RAMALLAL	
CAPÍTULO 47. PROCESOS DE CREACIÓN MULTIDISCIPLINAR: MATERIA, MANO Y EXPERIENCIA ESTÉTICA	910
EMILIO LUIS FERNÁNDEZ GARRIDO	
CAPÍTULO 48. ELOGIO DE LA GESTUALIDAD Y CORPOREIDAD DEL DIBUJO COMO FUENTE DE CREATIVIDAD.....	937
LAURA APOLONIO	
CAPÍTULO 49. LABORATORIO DE FANTASMAS. UN ESPACIO INTERMEDIO ENTRE EL CUERPO, LA IMAGEN Y EL SONIDO A TRAVÉS DE LA <i>PERFORMANCE</i>	962
ELIA TORRECILLA	
CARLOS BARBERÁ	
CAPÍTULO 50. EXPLORANDO LA INTERSECCIÓN ENTRE LA TECNOLOGÍA Y LA ENSEÑANZA DEL DIBUJO DEL NATURAL: PERSPECTIVAS DE LA REALIDAD MIXTA EN LA EDUCACIÓN ARTÍSTICA SUPERIOR.....	980
ANDRÉS JESÚS NARANJO MACÍAS	
CAPÍTULO 51. A TRAVÉS DE LA PANTALLA: IMAGEN Y MIRADA....	998
IRENE CARMONA NAVARRO	
CAPÍTULO 52. LA IMAGEN PUBLICITARIA EN LOS PLÁSTICOS DESDE LA PERSPECTIVA GRÁFICA DE REPRODUCCIÓN MÚLTIPLE.....	1017
ROSANGELA AGUILAR BRICEÑO	
ANA TOMÁS MIRALLES	

CAPÍTULO 53. EL CUERPO Y MÁQUINA EN EL ARTE CONTEMPORÁNEO.....	1044
M. J. AGUDO-MARTÍNEZ	
CAPÍTULO 54. FRONTERAS ENTRE LO VIRTUAL Y LO FÍSICO: NUEVAS VÍAS DE ENTENDER LA REALIDAD A PARTIR DEL PROYECTO ARTÍSTICO <i>FLAT SPACE</i> , UNIENDO LO GRÁFICO, LO PLÁSTICO Y LA REALIDAD AUMENTADA	1067
JOSE-ANTONIO SORIANO-COLCHERO	
CAPÍTULO 55. DE LA FOTOGRAFÍA DE ESTAMPADOS A LA PINTURA ABSTRACTA. EL PROYECTO <i>ANIMALES HILVANADOS</i> COMO INVESTIGACIÓN-CREACIÓN ARTÍSTICA Y REFLEXIÓN VISUAL ...	1084
MARÍA DOLORES GALLEGO MARTÍNEZ	
CAPÍTULO 56. PRÁCTICA PROCESUAL E IDENTIDAD ESTÉTICA EN TORNO AL DESARROLLO DEL LENGUAJE GRÁFICO DEL GRABADO EN RELIEVE HASTA SU CONTEMPORANEIDAD.....	1108
JOSÉ GRACIA PASTOR	
CAPÍTULO 57. LOS NFT'S COMO RESIGNIFICACIÓN DEL COLECCIONISMO TRADICIONAL. ESTUDIO DE CASO DE DC COMICS Y TINTÍN	1128
MIGUEL ÁNGEL PÉREZ-GÓMEZ	
MILAGROS EXPÓSITO-BAREA	
JOSÉ PATRICIO PÉREZ-RUFÍ	
CAPÍTULO 58. ARTE URBANO Y REDES SOCIALES: DE LA PRESENCIA DIGITAL A LA EXISTENCIA DIGITAL	1142
GARA NIVARIA MASCARELL RAMOS	
CAPÍTULO 59. ARTE Y OCIO CULTURAL. EL MUSEO EN LAS ESFERAS DEL CONSUMO	1154
ENRIQUE LÓPEZ MARÍN	
CAPÍTULO 60. HIPERCONECTIVIDAD Y CREATIVIDAD	1170
JESÚS OSORIO PORRAS	
CAPÍTULO 61. EL DIBUJO COMO HERRAMIENTA DE REPRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA REALIDAD EN EL CONTEXTO DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN EDUCATIVA LERROTUZ.....	1188
ALFONSO BERROYA ELOSUA	
JOSÉ ANTONIO MORLESÍN MELLADO	
IONE SAGASTI ALEGRÍA	
MAITANE ECHEVARRIA AGUIRRE	
CAPÍTULO 62. CARACTERIZACIÓN FORMAL DEL LENGUAJE ESCRITO Y PRONUNCIADO, Y SU APLICACIÓN EN LA OBRA ARTÍSTICA	1209
MARÍA VICTORIA ESGUEVA LÓPEZ	
ANA FERRIOLS MONTAÑANA	

A IGREJA NA SOCIEDADE EM REDE A PARTIR DE MANUEL CASTELLS

MIGUEL LOPES NETO
Universidad de Huelva

MANUEL FANDOS IGADO
Universidad Internacional de la Rioja

SANDRA CORTES MOREIRA
Universidad de Huelva

1. INTRODUÇÃO

Sendo a nossa forma de comunicar uma marca inegável e indelével da humanidade, uma característica que nos faz partilhar ideias, sentimentos, emoções, conhecimentos e que nos faz viver em conjunto, sendo emissores e recetores, construtores de códigos e de mensagens, criadores e utilizadores de canais diversos, poderemos igualmente afirmar que a sociedade em rede, em que vivemos atualmente, não é fruto, nem do acaso, nem é uma mudança abrupta na história da humanidade. Esta forma de experimentar a existência humana, vivenciada na sociedade hodierna, mostra-nos uma humanidade marcada por uma profunda revolução tecnológica que já leva décadas.

A constante evolução tecnológica é marca das sociedades humanas, uma evolução que tem nas tecnologias de informação um dos seus pontos de maior impulso, que tem vindo a remodelar e a revolucionar muitos dos parâmetros da sociabilidade e comunicação humanas. Na verdade, passámos de meros emissores e recetores a prosumers/producers (Tofler, 1999, Kotler, 1986 e Bruns, 2006). A sociedade contemporânea é marcada por uma intensa revolução tecnológica, que se acentuou nos últimos 40 anos (Tofler, 1999) e que tem nas tecnologias de informação o ponto de impulso. Elas revolucionaram a sociabilidade e comunicação humanas, promovendo um modelo comunicacional, que se expressa

numa linguagem digital universal, integrando globalmente a produção e distribuição de palavras, sons e imagens da nossa cultura (Castells, 2010). As redes interativas de computadores criaram formas e canais de comunicação, moldando o mundo, a vida e, simultaneamente, sofrendo as pressões resultantes das relações sociais, económicas, políticas e geoestratégicas (Bell, 1986; Castells, 2002; Lévy, 2007; Neto, 2017; Sánchez-López et al., 2020).

Todas estas transformações influenciaram uma nova forma de olhar, perceber e de relacionarmo-nos com o mundo que nos rodeia. Essa mudança desemboca naquilo que é a nossa realidade social, onde as tecnologias e tudo o que se inclui nelas já não são vistas apenas como um instrumento, mas como uma cultura. Esta mudança cultural acontece, porque associados a estes novos suportes tecnológicos há modos de expressão específicos, criativos, estéticos, linguagens novas, uma forma diferente de olhar o mundo. No caso das redes sociais estamos a falar numa capacidade comunicativa nunca existente até agora. Essa capacidade passa pelo contínuo da comunicação. O facto de, sob o ponto de vista tecnológico, termos caminhado para uma cada vez maior portabilidade dos meios, que passa pela miniaturização e a convergência, ou sincronização entre eles, fatores potencializadores de um continuum, que o mundo ainda não tinha conhecido.

No entanto, estas formas de comunicar têm tornado o espaço e o tempo mais individualizados. Surgem movimentos sociais, através destes meios, que não pertencem a uma classe, ou estrato profissional estereotipado. Os indivíduos têm possibilidade de afirmarem, cada vez mais, as suas ideias e os seus estilos de vida. Estas tecnologias permitem uma maior apropriação individual, do mundo, do espaço e do tempo em que vivemos (Pérez-Rodríguez et al., 2009).

Estamos perante mudanças culturais e tecnológicas que realizam alterações nas relações e nas mentalidades e, como tal, transformam as sociedades (Aguaded y Fandos, 2008). As sociedades onde cada cristão é convocado a evangelizar. Esse é o problema deste estudo: o que é necessário para a Igreja mudar para continuar a sua missão? A Igreja está consciente da resposta que tem de dar a esta mudança?

2. OBJETIVOS

A presente investigação estuda os conceitos-chave desenvolvidos por Castells, no que concerne à análise sobre a sociedade em rede (tempo atemporal, espaço de fluxos, espaço de lugares, virtualidade real, etc.), olhando-os numa perspectiva cristã e teológica.

Pretende-se caracterizar a sociedade em rede e compreender, à luz do que se vive nas sociedades contemporâneas e na Igreja Católica, as ideias de comunidade/identidade e perceber o contributo dos novos média para a formação destas.

Assim, pretendemos:

1. Definir os conceitos-chave de Castells, explicando-os e relacionando-os com o mundo dos cristãos católicos;
2. Problematizar, a partir da análise das propostas do Magistério, qual o espaço e atitude que os cristãos devem ter face a estas questões;
3. Apontar caminhos que possam concretizar esta aproximação da Igreja ao mundo digital

3. METODOLOGIA

Neste artigo usou-se a seguinte metodologia:

O método hermenêutico para uma leitura crítica do pensamento de Castells, fazendo uma abordagem interpretativa, que teve como objetivo a compreensão de textos e fenómenos culturais abordados pelo sociólogo. Foram estudados os principais trabalhos de Castells, como "A Sociedade em Rede", "O Poder da Identidade" e "A Era da Informação". Conhecendo os contextos das suas teorias e histórico-cultural no qual Castells as desenvolveu (que inclui as transformações sociais, políticas e económicas ocorridas durante as últimas décadas do século XX e início do século XXI), identificaram-se os conceitos-chave e as ideias presentes nas obras do autor e a forma como ele emprega a linguagem, desenvolvendo os seus argumentos, extraindo significados e nuances das suas ideias e explorando possíveis interpretações e implicações desses temas. Houve uma análise crítica das teorias e fundamentos de Castells,

apresentando os pontos fortes e fracos, bem como as implicações práticas e teóricas do seu pensamento. Do mesmo modo, relacionaram-se as suas teorias e perspectivas com outros teóricos e abordagens relevantes nesta área de pensamento.

Foi usado o método de correlação entre formulações teológicas e experiência humana, buscando estabelecer conexões entre a teologia e as vivências quotidianas das pessoas, estabelecendo um diálogo entre ambas. Assim, foram identificadas as questões fundamentais da experiência humana no que respeita à sociedade em que vivemos, analisando-se os conceitos e as proposições teológicas relacionadas com as questões existenciais identificadas, facto que implicou a investigação da doutrina e ideias teológicas, que abordam essas questões. Foram avaliadas criticamente as correlações estabelecidas, considerando tanto as perspectivas teológicas, quanto as experiências humanas, incluindo a análise das implicações práticas e teóricas das correlações, e a identificação de possíveis lacunas, tensões, ou áreas de concordância e discordância.

Com base nessa avaliação crítica, desenvolveu-se uma síntese das ideias e propostas que incorporam as perceções e experiências humanas tentando que as perceções resultantes da correlação entre as questões existenciais e as experiências humanas permitisse desenvolver um pensamento sobre como as ideias teológicas podem informar e orientar ações e práticas no mundo real.

Também houve uma abordagem hermenêutica teológica dos textos do Magistério Católico, para interpretar e compreender os ensinamentos oficiais desta instituição, no respeitante ao mundo digital. Foram identificados conceitos e ideias chave presentes no Magistério Católico, explorando interpretações, implicações e aplicações dos ensinamentos sobre a internet, sociedade em rede e comunicação digital. Foram relacionados com outras perspectivas teológicas e abordagens relevantes, situando os normas Católicas dentro de um contexto mais amplo e a enriquecendo a sua análise e compreensão.

4. RESULTADOS

Sendo um artigo científico de análise, os resultados são produto da reflexão sobre o caminho percorrido e o percurso presente, mas com um olhar futuro.

4.1. IMPLICAÇÕES DA SOCIEDADE EM REDE

Desde o final do século XX que diversos autores, estudaram esta transformação social radical e identificaram nela uma ruptura com a sociedade industrial. Segundo Alvin Toffler (1999, pág. 116), «vivemos na crise final e irreversível da industrialização: à medida que a era industrial entra para a história, nasce uma outra era». E esta percepção não é unicamente do domínio da sociologia. A tecnicização, informatização e globalização da sociedade colocam o conhecimento como fonte de valor e de poder e provocam alterações na organização do trabalho, com a consequente mudança de paradigma da sociedade.

A sociedade atual centra-se no conhecimento: quer na sua produção, quer na possibilidade de uma partilha rápida/instantânea do mesmo. Castells (2002 e 2010) e Castells e Kumar (2014) apresentam uma contribuição para o debate sobre a morfologia social das sociedades de tecnologia avançada, no século XXI. Nessa obra, os autores, apresentam-nos como sociedades globalizadas, centradas no uso e aplicação de informação e conhecimento, cuja base material está a ser alterada por uma revolução na tecnologia, com particular e importante ênfase na tecnologia da informação e numa mudança nas relações sociais de vária ordem e valor. Estes autores (sobretudo Castells) desenvolvem ideias e teorias decisivas para a compreensão da forma como as sociedades se organizam em consequência do desenvolvimento tecnológico, que transformou a forma como comunicamos e os meios que usamos para o fazer. Essas teorias e conceitos resumem-se em pontos-chave, que importa elencar:

- a. A tecnologia tem um papel central no desenvolvimento de novas formas de comunicação e na estruturação do próprio processo comunicativo, já que o uso dos media promove a troca de mensagens de muitos para muitos, ampliando os papéis de

emissores e recetores e estruturando as relações sociais em torno da própria necessidade de estar permanentemente em contacto, integrando redes através das quais circula e se partilha a informação.

- b. Viver em sociedade é viver em rede e na rede, reconhecendo a comunicação digital como um espaço específico de interação, característico das sociedades contemporâneas, no qual cada um é recetor, produtor e difusor de conteúdos. A rede é um outro ambiente, capaz de absorver toda a experiência humana, seja ela passada, presente ou futura, porque concentra todas as tipologias de mensagens, envolvendo os seus membros numa experiência em que comunicar e comunicação são ambas igualmente reais. Estabelecem-se, assim, relações entre todos os participantes no ato comunicacional. Os que integram a rede digital, composta por muitos nós, que formam muitas redes, dão corpo a um ambiente específico, com características igualmente específicas, mas que é mais uma expressão de ser e de estar do Homem, mais um lugar onde se vive em conjunto com os outros. As relações sociais estabelecidas através destes meios não são inexistentes. Pelo contrário, marcam o nosso quotidiano, fazendo parte das nossas ações e pensamento. Nós “existimos”, tornamo-nos reais numa multiplicidade de locais e de momentos em simultâneo, assumindo a ubiquidade. As comunidades virtuais não são físicas, não seguem as mesmas regras/modelos comunicacionais/de interação das comunidades físicas, mas são reais, funcionando num plano diferente da realidade.

Castells (2010, vol. 1, pág. 489), ao referir-se ao que define como "a cultura da virtualidade real", recorda que a criação/materialização de uma cultura resulta do estabelecimento de processos de comunicação e que, sendo a comunicação baseada na produção e consumo de símbolos, não há separação entre realidade e a representação simbólica. «Em todas as sociedades, a humanidade tem existido num ambiente simbólico e atuado através dele. Logo, o que é historicamente específico ao novo sistema de comunicação, organizado pela integração

eletrônica de todos os meios de comunicação, do tipográfico ao sensorial, não é induzir à realidade virtual, mas construir a virtualidade real».

As relações humanas acontecem em ambientes onde a comunicação será mediada por computador (ambientes multimedia e digitais). Substituem-se as comunidades espaciais por interações em redes, como forma fundamental de sociabilidade, redes em que a informação viaja rapidamente, permitindo que cada um procure o que melhor responde aos seus interesses/necessidades.

- c. Alteraram o espaço e o tempo, cada vez mais individualizados. Falamos, agora, de tempo atemporal e de espaço de fluxos (Castells, 2010, pág. 171-442). No espaço de fluxos circula a informação e estabelecem-se relações na rede digital, unindo-se os diversos nós da mesma e formando-se ligações e interações simultâneas, relacionadas com um mesmo evento. É através deste que se organizam os processos de relacionamento social simultâneos e à distância, pois são as relações estabelecidas através da circulação dos fluxos, que estruturam e dão significado e esta ideia de espaço.

Com o tempo atemporal este deixa de ser linear, sequencial, para ser não-sequencial, atemporal, passando os contextos a ser determinantes para a compreensão de um mundo em que a flexibilidade e a instantaneidade promovem a dissolução e a compressão do tempo, através da desorganização das sequências dos acontecimentos. A informação circula e estabelecem-se relações na rede digital, unindo-se os diversos nós da mesma e estabelecendo-se ligações e interações simultâneas, conectadas com um mesmo evento.

É neste contexto que se organizam os processos de relacionamento social simultâneos e à distância, pois são as relações estabelecidas através da circulação dos fluxos que estruturam e dão significado e estas ideias de espaço/tempo. A crescente portabilidade e a sincronização dos meios conduzem a uma comunicação sempre nova, promotora da tecnicização, informatização e globalização da sociedade e do conhecimento como

fonte de valor e de poder, com a consequente mudança de paradigma de organização social. Estamos face a uma sociedade centrada no conhecimento, na rede, nos ambientes digitais e não apenas físicos, onde se estabelecem relações e onde existimos (Castells, 2010).

- d. Estas mudanças refletem-se em alterações sociais e comportamentais, num metamorfismo no qual as tecnologias não são instrumentais, mas culturais. Esta mutação cultural acontece porque, associados a estes suportes tecnológicos, há modos de expressão específicos, criativos, estéticos, linguagens novas, uma forma diferente de olhar o mundo. A rede já não é algo estranho e exterior ao Homem. Existe uma nova identidade relacional e, conseqüentemente, outra forma de comunicação com o mundo e com o Homem em particular.

A rede é um lugar, um ambiente, um espaço de vida para todos (Spadaro, 2011, 2012, 2013, 2014). Estes fatores promovem, de acordo com Castells, o surgimento de novas identidade e comunidade, pois se as comunidades espaciais são substituídas pelas redes, é dentro delas que os sujeitos se relacionam e estabelecem laços de pertença, bem como desenvolvem uma visão de si mesmos, criando um lugar onde existir e definindo, de acordo com os seus interesses individuais, o rumo da sua sociabilidade. E é essa busca dinâmica e permanente de uma imagem que os represente que dá significado à vida social e é fortemente moldada pelos conteúdos e símbolos transmitidos pelos media.

Estas são as ideias centrais desenvolvidas por Castells. Mostram a importância dos meios de comunicação e as alterações por eles promovidas nas sociedades contemporâneas. A comunicação é a matéria-prima, sendo fonte principal de construção de significados, de identidade e sentido de comunidade. Não viver na rede é excluir-se do mundo real, porque a rede enforma o espaço e o tempo.

4.2. A IGREJA – O MAGISTÉRIO E O LUGAR DA IGREJA CATÓLICA NO MUNDO DA COMUNICAÇÃO CONTEMPORÂNEA

A compreensão desta realidade abre caminho para a entender o que é necessário, por parte da Igreja Católica, para estar ao lado dos homens, onde ele habita e nos lugares onde comunica. A Igreja, a partir do Concílio Vaticano II, foi fazendo um caminho de utilização e de encontro com os meios ao serviço da Humanidade. Esse percurso é balizado pela forma como os sucessivos Papas vão utilizando não só, os novos meios tecnológicos, como procuram marcar cristãmente os novos canais de comunicação.

As mudanças sociais/culturais no final do século XX, a que se seguiu o desenvolvimento das tecnologias que tornaram os meios de informação no quarto poder mundial, levaram a Igreja Católica a valorizar os aspetos comunicacionais nas suas variadas formas, incentivando os católicos a usá-las, considerando o papel dos media como decisivo na evangelização.

Com o advento do digital, a reflexão sobre o uso cristão católico e o posicionamento que cada crente deve ter na sociedade em rede tornaram-se mais vincadas e presentes no magistério eclesial. Encarando estas inovações como um desafio, uma porta de entrada da Igreja no espaço público e uma forma de viver e de construir um espaço cultural (Pontifício Conselho Para as Comunicações Sociais, *A Igreja e a Internet*, 2002), defendia-se a presença da Igreja, encarando-a como uma oportunidade de evangelização, lugar de encontro com os jovens. Era sua responsabilidade ajudar os utilizadores a fazer a transição do mundo digital, para o mundo real e vice-versa, sempre imbuídos dos valores cristãos católicos e alertando para as questões da perenidade, da necessidade de transmissão de ideais e da não imposição, ou sobrevalorização do “eu” sobre o “nós”, ou seja, do individualismo.

O *self* como marca contemporânea da identidade dos utilizadores dos meios digital (Han, 2022, pág. 35) é preocupação da Igreja, que considera que a evangelização depende do testemunho pessoal daquele que é enviado para evangelizar (João Paulo II, 2002 e Spadaro, 2011,2012, 2013, 2014).

Tal facto não é contraditório com a participação/presença nos meios digitais, já que o que se busca é que o crente seja capaz e coerente na construção de um testemunho revelador de identidade forte e assente nos valores fundamentais do catolicismo, também neste que é mais um dos ambientes, um contexto existencial, no qual todos os homens se movimentam (Azevedo e Ferreira, 2018, pág. 70; Sbardelotto, 2012, pág. 15; Fandos, 2021, pág. 105). «A rede não é um novo meio de evangelização, mas, antes de tudo, um contexto no qual a fé deve se exprimir», afirma Spadaro (2016, pág. 26), ou seja, é um espaço de continuação da própria vida, onde coisas frescas e inovadoras sucedem e acontecem (Bosch, Sanz, Abelló, Torrents e, Gauxachs, 2017, pág.302).

Desde o Concílio Vaticano II desenvolveu-se, na Igreja, um debate/reflexão sobre os media, expressos em importantes documentos, nomeadamente no Decreto *Inter Mirifica* (Concílio Ecuménico Vaticano II,1963), bem como nas Instruções Pastorais *Communio et Progressio* (Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais, 1971) e *Aetatis Novae* (Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais, 1992). Diz-se nesta última (Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais, 1992, AE 1, AAS 84, 447) que «o primeiro areópago dos tempos modernos é o mundo das comunicações» e que este unifica e transforma a humanidade «na "aldeia global"», sendo determinantes para a «informação e formação», para os «comportamentos individuais, familiares e sociais».

Os meios de comunicação, incluindo os digitais, são lugar de evangelização, sendo necessário encontrar formas inovadoras de neles comunicar, estando os católicos obrigados a envolver-se e conhecer o que são e como agir neles (Martins, 2000), bem como à integração da mensagem cristã na «nova cultura» gerada pela sociedade da comunicação (Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais, 1992, AE 11, AAS 84, 456), marcada pela, bilateralidade, flexibilidade e verticalidade/horizontalidade, absolutamente características desta cultura e da forma como a nova sociedade se arquitetaria, face aos meios digitais (Pontifício Conselho Para as Comunicações Sociais, A Igreja e a Internet, 2002, 6; Castells, 2010).

João Paulo II (2002) considerava estes avanços como uma «porta de entrada» semelhante aos foros romanos, defendendo a presença da Igreja

neste «novo mundo», que pode contribuir «para unir e cultivar os espíritos, e propagar e afirmar o reino de Deus» (Pontifício Conselho Para as Comunicações Sociais, A Igreja e a Internet, 2002, 2) e a integração da «mensagem salvífica na "nova cultura", que os poderosos instrumentos da comunicação criam e amplificam» e que «é parte integrante da sua missão no terceiro milénio» (João Paulo II, 1990, RD 2, AAS 97, 265). Ideia que é ampliada por Bento XVI, que se referirá ao meios digitais, como facilitadores do surgimento de uma «nova ágora, dum praça pública e aberta onde as pessoas partilham ideias, informações, opiniões e podem ainda ganhar vida novas relações e formas de comunidade, sendo uma obra da graça divina manifestada através da capacidade humana» (Bento XVI, 2013, AAS 105 (2009), 181), que «pedem para ser postas ao serviço do bem integral da pessoa e da humanidade inteira» (Bento XVI, 2011, AAS 103 (2011), 123).

Importa perceber se os novos media têm sido espaço de missão para a Igreja Católica, assim como olhar para a rede enquanto espaço de comunhão intemporal/infinita, espaço do testemunho cristão constante/global – questão central para a Igreja católica -, pois toda a comunicação é entendida como forma de tomar parte no amor de Deus, que quer integrar todos e a todos unir, que é um Deus de comunhão e comunicação (veja-se o caso do uso dos *Hashtags*, mencionado em Azevedo e Ferreira, 2018, págs. 62-80).

A transmissão e comunicação nos meios digitais permite-nos vencer o tempo e o espaço, beneficiando a Igreja de um tempo atemporal e de um espaço de fluxos, onde não importam as sequências, a aleatoriedade, mas a profundidade e a riqueza do que se transmite, a sua validade e força enquanto mensagem verdadeira e real.

Esta análise sobre a importância da comunicação digital para a construção das comunidades online foi estudada por Spadaro (2012), Comodo (2006), Young (2004), Campbell (2005), Helland (2005), Fiorentini (2012), Fandos (2021), que procuraram entender a rede e o digital como espaços de interação dos crentes, das instituições religiosas e de mudança na forma como os rituais se realizam, sendo um espaço de mistura de novas e velhas formas de relacionamento social.

Díez-Bosch, Micó-Sanz e Carbonell (2015) dizem, mesmo, que a participação no digital será uma das formas mais entusiastas de *engagement* dos católicos, que «han aterrizado en este terreno digital para exportar el sentido de comunidad que es parte de su identidad».

5. DISCUSSÃO

Analisada e exposta a compreensão dos factos fundantes da sociedade em rede e os seus limites, este trabalho analisa se a Igreja Católica está consciente desta mudança relacional do Homem de hoje e quais as respostas que pode dar aos anseios do Homem digital.

A Igreja, através do seu magistério, procurou e continua a procurar marcar presença junto dos Homens, entendendo que a rede é um espaço de vida, que completa outros, para que se cumpra, em plenitude, a nossa humanidade. Isto, independentemente de reconhecer que existem riscos, apontados por muitos, nomeadamente no seio da Igreja, como fatores que deverão afastar-nos do uso dos novos media: isolamento e crescimento do individualismo, logo, uma ausência de sentido de pertença às comunidades e conseqüente perda de valores, bem como da possibilidade da sua transmissão/perpetuação; a possibilidade de manipulação dos sujeitos através da informação que circula nas redes e que poderá ter como objetivo o aproveitamento político, económico, ou outros; o esvaziamento do sentido profundo das relações que, através dos novos media, poderão manter-se/ser meramente superficiais/ocas; riscos ligados à exploração direta dos mais vulneráveis, como as crianças e os idosos. Isto para não falar do risco de afastamento de Deus e da Igreja, pois a busca de respostas fáceis, rápidas, instantâneas não será consentânea com as propostas cristãs.

É claro que há pontos de vista que nos permitem correlacionar as propostas de Castells e a visão que a Igreja tem dos meios de comunicação modernos, da Internet e da rede. O reconhecimento da existência da rede, bem como a assunção de que a tecnologia concorre para importantes transformações comunicacionais, sendo indispensável ao relacionamento entre os homens, é o ponto de partida para o estabelecimento de perspectivas aproximadas. A Igreja aponta a velocidade vivida nas

sociedades contemporâneas, bem como a formação de uma cultura na qual é preciso que os cristãos tomem parte, como importantes consequências do uso das novas formas de comunicar. Identifica o encurtamento das distâncias e salienta mudanças promovidas pela possibilidade de, temporalmente, existirem transformações na forma como comunicamos. Reconhece os ambientes digitais como espaços de encontro entre os Homens, que podem contribuir para priorizar o bem-comum e revelar uma Humanidade capaz de se transfigurar à semelhança do Criador. Mas se a perspectiva de Castells é a do teórico que analisa as mudanças sociais, económicas, políticas, conducentes ao surgimento da sociedade em rede e as transformações vividas no seio dessa mesma sociedade, a Igreja tem como preocupação central, mais do que compreender as razões e os contextos das metamorfoses, buscar o lugar do Homem no mundo, ajudando-o a manter um relacionamento com Deus e os outros, ou seja, encontrar-se e viver em todos os ambientes. E é esse o olhar que tem em relação à sociedade em rede e que difere do olhar do investigador. É um olhar que procura a formação do entendimento e o desenvolvimento do espírito crítico por parte dos crentes, pois a rede será um espaço de testemunho da fé e de vivência concreta, real, onde o ethos cristão – o modo de ser do crente, que tem em atenção todas as suas dimensões enquanto humano – se poderá e deverá afirmar.

Esse testemunho é encarado como central nesse caminho de definição da identidade cristã na rede, já que, para a Igreja, estar nela é estar ao lado dos outros, é estar presente num ambiente que facilita a comunhão, a partilha e o encontro, marcas dessa identidade, cujo ponto de união será sempre Jesus Cristo. “Envolver” poderia ser uma palavra-chave neste processo, pois, para a Igreja, importa traçar caminhos que permitam que o uso das tecnologias e a presença na rede sejam caminho até Deus. O ambiente é decisivo. A própria rede, enquanto espaço comunicacional, bem como os canais que lhe são característicos (Internet e mídia digitais) são parte integrante da cultura, do mundo real. A Igreja reconhece a necessidade de dominar a linguagem própria da rede e trazer para a rede o Evangelho. Resta saber como serão capazes, os católicos de, face à forma como a tecnologia transforma, não apenas o modo como comunicamos, mas a comunicação ela mesma e a cultura, de organizar

o seu pensamento e forma de agir, demonstrando uma melhoria na literacia de e para os media, que lhes permitisse integrar-se e melhor dar o seu testemunho nestes meios?

6. CONCLUSÃO

Com base na análise dos conceitos de Castells sobre a sociedade em rede e na perspetiva cristã e teológica, conclui-se que a sociedade atual está centrada no conhecimento/tecnologia, sendo a comunicação digital como um espaço característico das sociedades contemporâneas. As redes digitais absorvem toda a experiência humana e promovem a troca de mensagens de muitos para muitos, ampliando os papéis de emissores e recetores e estruturando as relações sociais, em torno da necessidade de estar permanentemente em contato.

Assim, a Igreja Católica e os cristãos devem olhar para as tecnologias digitais como oportunidade de evangelização e aproximação das pessoas. É essencial a Igreja estar presente nas redes sociais e outras plataformas digitais, de modo a estar próxima das pessoas e a responder às suas necessidades espirituais. Isso implica uma atitude ativa e responsável dos cristãos em relação ao uso das tecnologias, evitando a alienação e a superficialidade e buscando a construção de uma sociedade mais justa e fraterna.

É imperativo consciencializar-nos do alcance, para a Igreja e para os cristãos, da irrupção da Internet e das redes sociais, novos espaços onde as pessoas se encontram e continuarão a encontrar-se, um "encontro" em que se constroem identidades, relações e comunidades, onde está, também, o "homem religioso", que deseja ligar-se, embora de formas diferentes, consigo mesmo e com Deus.

A linguagem das redes obriga os frequentadores destes espaços a adaptarem a comunicação/mensagens, o que abre uma linha de trabalho para determinar se estas adaptações, no quadro das ações pastorais, podem ser consideradas uma alteração da própria mensagem e, portanto, como um peso para a sua utilização.

Abrem-se novos horizontes: a religiosidade e a fé vividas através dos meios de comunicação social, para além de serem uma novidade, contribuem para modificar os parâmetros tradicionais de vivência, expressão e intercâmbio de ambas. A realidade a que estamos a assistir é que os novos espaços estão a mudar as formas de manifestar/partilhar a fé e anunciam ser necessário repensar as relações entre os crentes e entre estes e as instituições religiosas.

Esta investigação aponta para a importância de compreender e refletir sobre as implicações da sociedade em rede, procurando uma aproximação da Igreja Católica e dos cristãos ao mundo digital, de modo a promover a evangelização e a construção de relações profundas/significativas, no âmbito das novas tecnologias.

Perante esta situação, surge uma questão que parece cada vez mais pertinente: é possível uma experiência religiosa através da internet? Como é possível um crente interagir com o sagrado através de um rato e de um ecrã? Qual a importância de cada elemento: imagens, sons e textos nesta experiência religiosa através da internet? Se tivermos em conta o que foi dito e proposto por autores como Mircea Eliade (2019) ou Leonardo Boff (2008), é possível fazer a experiência de Deus em qualquer situação.

A partir deste quadro conceptual, defende-se uma forte presença dos cristãos no ambiente digital, porque o lugar dos crentes é junto de todos, nos espaços físicos, ou digitais, sendo a rede apenas mais um ambiente, que deve ser lugar central para o testemunho cristão.

O objetivo deste artigo não é determinar se as experiências religiosas na Internet são válidas, ou não; se são menos "reais" do que no ambiente offline, ou não, mas levantar a necessidade de refletir sobre a forma como essas experiências acontecem (ou podem acontecer) nestes novos contextos.

Por fim, este artigo é um apelo à necessidade de formação, que resulte na melhoria da literacia digital de todos os crentes, superando a fronteira da infoexclusão. É uma das necessidades identificadas como decisiva para a melhoria da presença cristã no digital, uma presença menos instrumental e mais afirmativa/vivida. Reconhecendo/partindo dos

conceitos de Castells, entende-se que os católicos devem integrar a nova cultura da comunicação, considerando os ambientes digitais espaços de encontro entre os Homens, que podem transformar o bem-comum em prioridade e revelar uma Humanidade à semelhança do Jesus Cristo.

Mas se a perspectiva de Castells é a do teórico que analisa mudanças sociais, económicas, políticas promotoras da sociedade em rede, a Igreja ajuda o Homem/Crente a encontrar-se/viver em todos os ambientes, desenvolvendo um espírito crítico e encarando a rede como espaço de testemunho da Fé e afirmação do ethos cristão. O testemunho ocupa lugar central na definição da identidade cristã na rede e à Igreja importa traçar caminhos para que o uso das tecnologias e a presença neste ambiente (nova cultura e seus meios) integrem a sua missão, compreendendo a linguagens/signos e proporcionando aos crentes a possibilidade de estarem presentes. Aliás, a Igreja é uma sociedade em rede: primeiro com Jesus e os discípulos, depois espalhando-se e sendo as paróquias os nós mais próximos dos batizados. Assim, os católicos, ainda que cultivando a exigência necessária à autenticidade e vivência cristã, devem procurar uma resposta teológica e eclesial de integração, olhando a rede como «ambiente comunicativo, formativo e informativo», diz Spadaro, promotor de uma nova visão do mundo, outro olhar sobre os outros, uma nova cultura.

7. REFERÊNCIAS

- Aguaded-Gómez, I. y Fandos-Igado, M. (2008): Web 2 (y3.0) desde una óptica empresarial. *EDUTECH. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, nº 26
- Marnhaes de Azevedo, B. y da Silva Ferreira, R. (2018). Redes sociais e religião: a Igreja Católica diante da sociedade imagética conectada. *Numen: revista de estudos e pesquisa da religião*, Juiz de Fora, v. 21, n.1, jan./jun. 2018, p. 62-80. <https://doi.org/10.34019/2236-6296.2018.v21.22122>
- Bell, D. (1986). *El advenimiento de la Sociedad Post-Industrial*. Madid: Alianza
- Bento XVI (2011). XLV Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais (24 de Janeiro de 2011): In AAS 103 (2011).

- Bento XVI (2013). XLVII Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações Sociais (24 de Janeiro de 2013): In AAS 105 (2013).
- Díez-Bosch, M.; Sanz, Micó-Sanz, J.L.; Sabaté-Gauxachs, A. (2018). Construcción de comunidades online a partir de comunidades presenciales consolidadas. El caso de la Iglesia Católica en internet. *Profesional de la información - Información política y redes sociales* (II), 27(6), 1257–1268. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.09>
- Boff, L. (2008). Los sacramentos de la vida. Trad. Juan Carlos Rodríguez Herranz. 2.^a edição. Bilbao: SalTerrae
- Bruns, A. (2006) Producers and Producers. En: Snurblog. Authors personal blog. <http://snurb.info/producers>
- Campbell, H. (2005). *Exploring religious community online. We are one in the network*. New York: Peter Lang Publishing
- Castells, M. (2002) *A Sociedade em Rede, I*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- Castells, M. (2010). *A era da informação: economia, sociedade e cultura*, Vol. 1, 2, 3, trad. Alexandra Lemos, Catarina Lorga e Tânia Soares, coord. José Manuel Paquete de Oliveira e Gustavo Cardoso, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- Castells, M. y Kumar, M. (2014). A Conversation with Manuel Castells. *Berkeley Planning Journal* 27(1):93-99. <https://doi.org/10.5070/BP327124502>
- Concílio Ecuménico Vaticano II, Decreto Inter mirifica sobre os Meios de Comunicação Social (4 de dezembro de 1963): In AAS 56 (1964).
- Comodo, V. (2006). *Cons@crati on line. Rotte per la navigazione dei religiosi in Internet*. Milán: Ancora
- Eliade, M. (2019). Historia de las Creencias y las Ideas Religiosas (III). Trad. Jesús Valiente Malla. Barcelona: Paidós Ibérica
- Fandos, M. (2021). Presencia del clero español y latinoamericano en redes sociales. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 16(1): 101-114. <https://doi.org/10.14198/OBETS2021.16.1.07>
- Fiorentini, B. (2012). *Accesso alla rete in corso. Dalla tradizione orale a internet, 2000 anni di storia della comuni-cazione della Chiesa*. Bologna: EDB
- Han, Byung-Chul (2022). Infocracia. A Digitalização e a Crise da Democracia. Trad. Ana Falcão Bastos. Col. Antropos. Lisboa: Relógio d'Água.
- Helland, C. (2005). Online religion as lived religion. Methodological issues in the study of religious participation on the internet. *Online-Heidelberg journal for religions on the internet*, v. 1, n. 1, pp. 1-16.

- João Paulo II (1990). Carta Encíclica *Redemptoris missio* (7 de dezembro de 1990). En AAS 83 (1991)
- João Paulo II (2002). XXXVI Mensagem para o Dia Mundial das Comunicações sociais (24 de janeiro de 2002), 2. En: L'Osservatore Romano, edição semanal em português, ano XXXIII, nº 4
- João Paulo II (2005). Carta apostólica “O rápido desenvolvimento” (24 de janeiro de 2005). En: AAS 97 (2005), 265-274
- Kotler, P. (1986). *The Prosumer Movement: a New Challenge for Marketers*. NA - Advances in Consumer Research Volume 13, eds. Richard J. Lutz, Provo, UT: Association for Consumer Research, Pages: 510-513
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura: la cultura de la sociedad digital*. Barcelona: Anthropos
- Martins, Nuno Brás da Silva (2000). *Cristo, o comunicador perfeito: delineamento de uma teologia da comunicação à luz da instrução pastoral "Communio et progressio"*. Lisboa: Didaskalia.
<https://doi.org/10.34632/theologica.2001.10426>
- Neto, M. (2017). *Igreja e Encontro na Estrada Digital*, Cascais: Lucerna
- Pérez-Rodríguez, A.; Fandos-Igado, M. y Aguaded-Gómez, J.I. (2009): ¿Tiene sentido la educación en medios en un mundo globalizado? *Cuestiones pedagógicas*, nº 19
- Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais (1971). Instrução Pastoral “Communio et progressio” (23 de Maio de 1971), in AAS 63 (1971), 593-656.
- Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais (1992). Instrução pastoral “Aetatis novae” (22 de Fevereiro de 1992): in AAS 84 (1992).
- Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais (2002). A Igreja e a Internet (22 de fevereiro de 2002), Cidade do Vaticano.
- Sánchez-López, I., Pérez Rodríguez, A. y Fandos-Igado, M. (2020): The explosion of digital storytelling. Creator's perspective and creative processes on new narrative forms. *Heliyon*, vol 6. Issue, 9.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04809>
- Sbardelotto, M. (2012). *E o verbo se fez bit: a comunicação e a experiência religiosas na internet*. Aparecida: Editora Santuário.
- Spadaro, A. (2011). Espiritualidade e elementos para uma teologia da comunicação em rede. En: Seminário de Comunicação para os Bispos do Brasil (SECOBB), Trad. IHU On-Line, Rio de Janeiro: Instituto Humanitas Unisinos.